



Coca Cola bleibt Nummer 1

Nescafé bleibt wertvollste Schweizer Marke

Coca Cola führt mit 68,73 Mrd. Dollar die aktuelle Liste der 100 teuersten Marken der Welt weiter an. Wie im Vorjahr haben es fünf Schweizer Marken unter die Top 100 geschafft, wie aus der Zusammenstellung der Beratungsfirma Interbrand und dem US-Wirtschaftsmagazin "BusinessWeek" hervorgeht, die am Freitag veröffentlicht wurde. Nescafé belegt mit einem Wert von 13,32 Mrd. Dollar Rang 25.

Den stärksten Wertzuwachs unter den Schweizer Marken erzielte die Nescafé-Herstellerin Nestlé. Mit 13 Prozent konnte der Nahrungsmittelhersteller auf Platz 58 vorrücken.

Rolex belegt Platz 68, Cartier Rang 77. UBS fällt durch den

erheblichen Wertverlust von 50 Prozent von Position 41 im vergangenen Jahr auf 72 ab.



An der Spitze der Rangliste hat sich nicht viel geändert: Auf den Rängen zwei bis vier liegen unverändert die US-Konzerne IBM, Microsoft und General Electric (GE). An fünfter Stelle kommt mit Nokia der erste Europäer. Nummer neun (2008: 7) war Intel. Vom achten auf den sechsten Platz vorschieben kann sich McDonald's. Disney rutschte von der neunten auf die zehnte Stelle zurück. Unter die Top-10 reiht sich als zweites Unternehmen ausserhalb der USA noch Toyota auf Platz 8 (6).

Die Krise macht sich auch in dieser Rangliste bemerkbar: Zum ersten Mal in der Geschichte des Rankings waren die Marken weniger wert, der Rückgang betrug 4,6 Prozent. Google, vergangenes Jahr erst von Platz 20 auf 10 aufgestiegen, machte auch 2009 wieder Plätze gut und schob sich auf Rang 7 vor. Der Internetkonzern erzielte auch in diesem Jahr wieder die grösste Zunahme überhaupt: Er steigerte seinen Markenwert um 25 Prozent auf 31,98 Mrd. Dollar. Neben Google gehören Amazon, Zara und Apple zu den Gewinnern des Rankings. Das Online-Warenhaus Amazon (Rang 43) verzeichnet mit einem Plus von 22 Prozent den zweitstärksten Wertzuwachs. Auf Platz drei folgt das Bekleidungsunternehmen Zara (Rang 50) mit 14 Prozent. Apple (Rang 20) konnten ebenfalls zulegen.

Die Verlierer in 2009 kommen aus der Finanzbranche. UBS, Citi, American Express und Morgan Stanley verlieren deutlich, zwischen 25 und 50 Prozent bewegen sich die Markenwertverluste. Auch Harley-Davidson büsste stark an Wert ein. Dem Unternehmen ist es nicht gelungen, die Marke zu verjüngen und den Mythos in eine breitere und jüngere Zielgruppe zu transportieren.

Der beste Newcomer im Ranking der 100 wertvollsten Marken ist Lancôme. Das Kosmetikunternehmen belegt mit einem Markenwert von 3,24 Mrd. Dollar Rang 91. Neu unter die Top 100 schafften es auch Burger King (Rang 93), Adobe (Rang 95), Puma (Rang 97), Burberry (Rang 98), Polo Ralph Lauren (Rang 99) und Campbell's (Rang 100).

Das Ranking "The Best Global Brands 2009" führt die 100 wertvollsten globalen Marken auf, deren Wert mindestens 3,0 Mrd. Dollar beträgt. (sda)