



18.09.2007 - 10:30 Uhr

Europas wertvollste Marke: Nokia 32,332 Mrd. EUR

Wien (ots) -

Die erste europäische Marken Wert Studie, powered by NOVOMATIC und RAIFFEISEN, wurde vom European Brand Institute in Wien präsentiert. Mehr als 3.000 Markenunternehmen in 24 Ländern und 16 Branchen wurden analysiert. Das Ranking von Europas wertvollsten Markenunternehmen, Einzelmarken, Länder- und Branchenanalysen und Länder Reports sind unter <http://study.eurobrand.cc> abrufbar.

Europas wertvollste Markenunternehmen sind:

1. Nokia (EUR 32,332 Mrd.),
2. LVMH (EUR 29,831 Mrd.),
3. Unilever (EUR 25,136 Mrd.),
4. Telefonica (EUR 23,858 Mrd.),
5. Vodafone (EUR 22,550 Mrd.),
6. Mercedes-Benz (EUR 20,483 Mrd.),
7. Deutsche Telekom (EUR 18,269 Mrd.),
8. BMW (EUR 17,298 Mrd.),
9. France Telecom (EUR 17,068 Mrd.),
10. inBEV (EUR 16,873 Mrd.).

Details: <http://study.eurobrand.cc/valueranking2007>

U.K. und Deutschland dominieren die europäische Markenlandschaft. U.K.s TOP10 Marken repräsentieren einen Gesamtwert von rund EUR 137 Mrd., knapp gefolgt von Deutschland.

Gerhard Hrebicek, wissenschaftlicher Leiter und Executive Director des European Brand Institute Vienna resümiert drei wesentliche Erkenntnisse:

"1. Europäisches Marken Management ist differenziert. Mehr als zwei Drittel der TOP50 Markenunternehmen managen Markenportfolios.
2. Großes Potenzial für die Entwicklung von osteuropäischen Marken. Die russische Telekommunikationsmarke Beeline und die slowenische Haushaltsgeräte-Marke Gorenje können als Vorbild für andere osteuropäische Länder herangezogen werden.
3. Marken schaffen Wohlstand - die Zukunft Europas hängt an starken Marken, die Wachstum, Arbeitsplätze und Identitäten für nationale Volkswirtschaften schaffen. Finnland mit 31,14% und die Schweiz mit 26,13% weisen die höchsten TOP10brand value/GDP Verhältnisse auf. Der europäische Durchschnitt liegt bei 9,3%, Schlusslichter sind Russland (1,13%), Bulgarien (0,48%) und Rumänien (0,05%)."

"Unsere Top-Position im Markenwert-Ranking bestätigt die besondere Strahlkraft von Raiffeisen und den Erfolg des koordinierten Markenauftritts. Dieser resultiert aus der guten nationalen und internationalen Zusammenarbeit in der Raiffeisen Bankengruppe", erklärt Walter Rothensteiner, Generaldirektor der Raiffeisen Zentral Bank.

"Als einer der größten Glücksspielanbieter der Welt sehen wir die Marke als wichtigen Bestandteil des Erfolges unseres Unternehmens. Wir beliefern die wesentlichen Glücksspielanbieter weltweit und machen

so im Sinne von "Ingredient branding" auch die Marken unserer Geschäftspartner erfolgreich", erklärt Franz Wohlfahrt, Generaldirektor der Novomatic AG.

Bildmaterial:

http://prfoto.at/main.php?g=1&u=38&dir=200709&e=20070918_o&a=event

Pressekontakt:

Pressekontakt:

maX | marketing | communications | consulting

Mag. Renate Altenhofer

t: +43 1 532 1000 23

m: +43 676 846 00 7777

e: office@maxcc.at , <http://study.eurobrand.cc>

Diese Meldung kann unter <https://www.presseportal.ch/de/pm/100013399/100545000> abgerufen werden.