



Mercedes-Benz

„Best Global Brands 2019” – wartość marki spod znaku trójramiennej gwiazdy wciąż rośnie

Informacja prasowa

Mercedes-Benz po raz kolejny najcenniejszą marką aut luksusowych na świecie

18 października 2019 r.

Stuttgart. Marka Mercedes-Benz znowu zwiększyła swoją wartość i po raz kolejny okazała się najcenniejszą luksusową marką motoryzacyjną na świecie. W najnowszym rankingu „Best Global Brands”, sporządzonym przez renomowaną amerykańską firmę konsultingową Interbrand, producent samochodów ze Stuttgartu przypieczętował swój ubiegłoroczny wynik, ponownie zajmując 8. miejsce. Mercedes-Benz pozostaje jedyną europejską marką w pierwszej dziesiątce zestawienia. W porównaniu z danymi z 2018 roku wartość marki spod znaku trójramiennej gwiazdy wzrosła o 5%, do 50,832 mld dolarów amerykańskich. To kontynuacja nieprzerwanego sukcesu – Mercedes-Benz stale zwiększa swoją wartość od 2009 roku.

„Jesteśmy dumni, że po raz kolejny zajęliśmy 8. miejsce w zestawieniu Best Global Brands, i to przy dalszym wzroście wartości naszej marki. To wspaniałe osiągnięcie całego zespołu Mercedes-Benz – i mam tu na myśli każdą osobę, która na co dzień dąży do sukcesu naszej marki” – powiedziała Bettina Fetzer, szefowa marketingu Mercedes-Benz Cars. „Ten wynik stanowi zarówno potwierdzenie, jak i zachętę na przyszłość. Poza oferowaniem naszym klientom najlepszych produktów i usług przekształcamy Mercedes-Benz w zrównoważoną markę luksusową – w końcu to gwiazda jest naszym najcenniejszym zasobem”.

Za marką Mercedes-Benz stoi długa tradycja i wspaniała siła innowacji. Napędza ją pragnienie nieustannego rozwoju i oferowania zrównoważonych rozwiązań dla przyszłości mobilności – odzwierciedlonych zarówno w produktach oraz usługach, jak i w strategii biznesowej. Dziś marka bardziej niż kiedykolwiek wcześniej koncentruje się na kliencie, staje się bardziej namacalna i emocjonująca – bo nowoczesny luksus musi być zrównoważony, ale przede wszystkim fascynujący.

Transformacja zachodząca w społeczeństwie zmienia także rolę marek: te, które odnoszą sukcesy, budują zaufanie i demonstrują swoje klarowne podejście – tak wewnątrz, jak i na zewnątrz. Mercedes-Benz rozwija się dzięki innowacjom, odpowiedzialności i celowości, konsekwentnie dążąc do opracowywania intuicyjnych, spójnych i zrównoważonych rozwiązań w zakresie mobilności. „Cel” marki jest ujęty w hasło „*First Move the World*” – co oznacza „*Najpierw poruszyć świat*”. Za tymi słowami w Mercedes-Benz kryje się sens działań, motywacja oraz pytania z gatunku „dlaczego”. „*Najpierw poruszyć świat*” oznacza ambicję dążenia do czegoś więcej niż to, co osiągalne w zasięgu ręki. Ten pionierski duch stanowi element DNA marki spod znaku trójramiennej gwiazdy.

Best Global Brands – Interbrand przygotowuje zestawienie najlepszych globalnych marek

W tym roku już po raz 20. przeprowadzono badanie „Best Global Brands”. Interbrand, amerykańska firma konsultingowa zajmująca się markami, ocenia 100 najbardziej wartościowych marek na świecie według trzech aspektów:

„wyników finansowych produktów lub usług marki”, „roli marki w procesie podjęcia decyzji o zakupie” oraz „siły marki w perspektywie zabezpieczenia przyszłych przychodów firmy”. Do określenia wartości pieniężnej marki służy certyfikowana metodologia, zgodna z ISO 10668:2010.

Z rankingiem Interbrand można zapoznać się na stronie www.bestglobalbrands.com.

Kontakt:

Tomasz Mucha

e-mail: tomasz.mucha@daimler.com

tel. +48 22 312 72 22