Veröffentlicht auf Presseportal Schweiz - Presse und Medienmitteilungen (https://www.presseportal-schweiz.ch)

10.05. 2017

Die Zeit drängt für die Schweizer Uhrenmacher

Von PPS

(London)(PPS) **Jedes Jahr bewertet das weltweit führende Markenbewertungs- und Beratungsunternehmen Brand Finance die Marken tausender der größten Unternehmen der Welt. Die 50 wertvollsten Marken der Schweiz sind im “Brand Finance Schweiz 50” Ranking enthalten.**

Liste der 50 wertvollsten Schweizer Marken:
brandirectory.com/jl/74afa24466760de7297622b35851277d

Die sinkenden Markenwerte von Tissot (-18%), Omega (-17%), Longines (-12%) und Swatch (-11%) spiegeln den aktuellen Niedergang der Schweizer Uhrenindustrie wider. Die Branche litt zwei Jahre lang unter rückläufigen Umsätzen, die in den ersten fünf Monaten von 2016 aufgrund sinkender Nachfrage aus China und den Schwellenländern um 9% zurückgingen. Marken wie Apple und Samsung, die bereits in der Technikwelt etabliert sind, haben Smartwatches eingeführt, die die Notwendigkeit einer traditionellen Uhr gefährden. Nun drängt die Zeit für traditionelle Uhrenmacher, neue Produkte mit eingebauten Technologien zu entwickeln, um keine Marktanteile zu verlieren.

Interessanterweise ist der Markenwert von TAG Heuer um 39% auf 3 Milliarden Schweizer Franken gestiegen. Inmitten eines Rückgangs der Schweizer Uhrenexporte von 10% verzeichnete TAG Heuer ein Umsatzwachstum für 2016 von mehr als 10%. Diese Wiederbelebung ist vor allem auf neue Modelle und den Start der „TAG Heuer Connected“ Produktlinie zurückzuführen, die die Marke zum ersten Schweizer Uhrenhersteller macht, der Smartwatches anbietet. Die größte Herausforderung für

Schweizer Uhrenmacher ist aktuell der Technik-Boom. TAG Heuer hat kürzlich ein Büro im Silicon Valley bezogen, um seine Zusammenarbeit mit Google und Intel Corps weiter zu festigen. Es ist offensichtlich, dass TAG Heuer die Notwendigkeit des Wandels akzeptiert hat und sein wachsender Markenwert bekräftigt die Bedeutung von Innovation.

Rolex ist mit einem BSI-Wert von 89 die stärkste Schweizer Marke im diesjährigen Ranking. Verglichen mit den erschwinglicheren Uhren von Swatch und der mittelständischen Marke Tissot, scheinen der Ruhm und Premium-Status von Rolex der Marke zu ermöglichen, von den Markt- und Branchenbedingungen weitestgehend unbeeindruckt zu bleiben. Der Markenwert von Rolex steigt um 14% auf 6,8 Milliarden Schweizer Franken.

Trotz eines Markenwert-Verlusts von 20% auf 18,8 Milliarden Schweizer Franken bleibt Nestlé die wertvollste Schweizer Marke und Lebensmittelmarke der Welt. Ihr Markenwert ist mehr als doppelt so groß wie der Markenwert der zweitwertvollsten Schweizer Marke, UBS. Trotz seiner unglaublichen Leistung ist auch Nestlé nicht verschont geblieben vom anhaltenden Trend hin zu gesünderer und natürlicherer Ernährung, der zu einem Nachfragerückgang bei Nestlés so wichtigen Süßwaren-Marken geführt hat. Nestlé betreibt Dutzende individueller Produktmarken wie KitKat und Smarties, doch die Marke von Nestlé ist auf jeder Verpackung sichtbar und dient so als Endorser. Ein Rückgang dieser Produktmarken geht also automatisch einher mit einem Rückgang des Markenwerts von Nestlé.

Im Gegensatz dazu ist der Markenwert von Lindt um 18% auf 1,5 Milliarden Schweizer Franken gestiegen. Damit ist Lindt in diesem Jahr die am schnellsten wachsende Schweizer Lebensmittelmarke im Ranking. Die Schokoladenbranche ist geplagt von höheren Rohstoffpreisen und schwierigem Konsumklima, doch Lindt scheint diesem Trend zu trotzen. Das Unternehmen verzeichnete steigende Gewinne und im Vergleich zum Rest des Marktes ein stärkeres Wachstum für 2016. Die Ergebnisse in Japan und Brasilien waren besonders beeindruckend, mit einem Umsatzwachstum im hohen zweistelligen Bereich, hauptsächlich dank der Eröffnung unternehmenseigener Geschäfte und Cafés. Darüber hinaus hat Lindt, im Einklang mit seiner globalen Expansions-Strategie, weitere Geschäfte in Wales und Australien eröffnet und so sein Netzwerk auf 400 Geschäfte ausgebaut. Dank saisonaler und Premium-Produkte wie die Lindor-Kugeln und die Lindt Goldhasen kann sich das Unternehmen steigender Umsätze auf einem sonst stagnierenden Markt erfreuen. Das organische

Umsatzwachstum stieg nach den Weihnachts-Werbekampagnen um 2,6%. Mit seinem wachsenden Netzwerk und seinen Produktlinien schafft Lindt es, der schwächelnden Schokoladenbranche eine Nasenlänge voraus zu sein. Aus diesem Grund wird es interessant zu beobachten, ob die Marke ihren Markenwert im nächsten Jahr weiter steigern kann.

Pharmariese Roche ist die am schnellsten wachsende Marke der Schweiz und die achtwertvollste. Der Markenwert von Roche ist um 52% auf 5,9 Milliarden Schweizer Franken gestiegen und hat dabei Pfizer überholt, um die wertvollste Pharma-Marke der Welt zu werden. Das neue Krebsimmuntherapeutikum Tecentriq erhielt FDA-Zulassung für die Behandlung von Lungenkrebs und Roche rechnet infolgedessen auf 4,5 Milliarden Euro Umsatz bis 2021. Ein Trio von Brustkrebsmedikamenten hat die Umsätze angekurbelt und konnte den trägen Verkauf älterer Medikamente kompensieren. Novartis, die einzige andere Pharmamarke im Ranking, hat sich auch gut geschlagen – ihr Markenwert steigt um 9% auf 4,5 Milliarden Schweizer Franken, was vor allem auf die gute Performance ihrer Wachstumsprodukte zurückzuführen ist.

Brand Finance Schweiz 50 Bericht:
brandfinance.com/knowledge-centre/reports/brand-finance-schweiz-50-2017

Über die Organisation:

Über Brand Finance

Brand Finance ist mit rund 20 Büros weltweit das führende Markenbewertungs- und Beratungsunternehmen. Wir bieten Klarheit für Marketing, Markeninhaber und Investoren, indem wir den finanziellen Wert von Marken quantifizieren. Indem wir auf Expertise in Strategie, Markenführung, Marktforschung, Visueller Unternehmensidentität/Corporate Design, Finanz- und Steuerwesen sowie Markenrecht/Schutz geistigen Eigentums aufbauen, hilft Brand Finance seinen Kunden, die richtigen Entscheidungen zu treffen, um den Marken- und Unternehmenswert zu maximieren.

Pressekontakt:

Brand Finance
3 Birchin Lane
London EC3V 9BW
United Kingdom

Kategorie
Handel & Finanzen & Wirtschaft

Source URL: *https://www.presseportal-schweiz.ch/pressemeldungen/die-zeit-draengt-fuer-die-schweizer-uhrenmacher*