automotive news
Kiadta a Smarter Média Kommunikációs Ügynökség (https://news.smartermedia.hu)

Ismét a Toyota a világ legjobb autómárkája a Global Brands 2025-ös listáján

Az Interbrand idén 26-ik alkalommal készítette el a világ legértékesebb márkáinak rangsorát. A Best Global Brands 2025 összeállításban nagy figyelem irányul a márkák értékére és pozíciójára. Az autóipari cégek között bejött a papírforma: az évek óta első Toyota megőrizte vezető szerepét.

Az Interbrand évente publikált Best Global Brands rangsora a világ legértékesebb márkáit listázza globális márkaértékelési módszertanon alapuló mérőszámok alapján. A rangsorolás három fő dimenziót vesz figyelembe. Fontos az adott márka pénzügyi jövőképe, azaz, hogy várhatóan mennyit tud hozni a márka hosszú távon a vállalata számára. Nagy súllyal esik a latba a márka szerepe is. Ez azt jelenti, hogy mennyiben képes befolyásolni a fogyasztói választást. Az új autók piacán ezt leegyszerűsítve így képzeljük el: adott két autó, amelynek ára, mérete és felszereltsége is szinte azonos – a logika tehát azt diktálja, hogy száz vásárlóból ötven az egyiket, ötven pedig a másikat választja. Itt jön be a képbe a márka szerepe: ha ugyanis a példában szereplő egyik autó Toyota, akkor biztosra vehetjük, hogy ötvennél többen fogják ezt választani. Ehhez szorosan kapcsolódó tulajdonság a márka ereje, hiszen az erős márkák ezt a fölényüket képesek hosszú időn át megtartani a vetélytársakkal szemben – azaz élnek a beléjük fektetett bizalommal.

Ez a lista azért is nagy jelentőségű, mert nem pusztán presztízsrangsor. Hiszen a márkaérték valódi üzleti eszköz, amely hatással van befektetésekre (például részvényvásárláskor), piaci megítélésre és fogyasztói lojalitásra (márkahűség) is. A rangsor rámutat arra, hogy a stabil márkastratégia és a tudatos márkaépítés milyen sokat számít a versenyképességben.

A korszellemnek megfelelően az élen található márkák között technológiai cégek dominálnak: Apple, Microsoft, Amazon, Google, Samsung – azaz a legértékesebb márkák ma már szoftverhordozó, digitális platformorientált márkák. Ez azt mutatja, hogy a márkaérték ma sokkal inkább az ökoszisztémára, a szolgáltatásokra, és az adatalapokra épül. Ami a márkák értékét illeti: legalább 6,9 milliárd dolláros érték kellett ahhoz, hogy egy márka felférjen a 100-as listára, miközben a listát az Apple vezeti 470,9 milliárddal, azaz 68-szor többet ér, mint a századik.

Ha csak az autóiparra fókuszálunk, a Toyota tartja pozícióját, mint a legértékesebb autómárka. A Toyota évek óta tartja ezt a címet, előnye a többiekhez képest egyre nő. Az első százba bekerülő tizennégy autóipari cég közül mindössze öt volt képes növelni a márka értékét. A legnagyobbat a Ferrari lépett előre – nyolc helyezést javított és 17%-kal fokozta az értékét. A Toyota nagyon magas bázisról indulva (tavaly 71,8 milliárd dollárt ért a márka) 2%-ot nőtt és megőrizte az összetett hatodik helyet. A listán szereplő autóipari

cégek azonban lejtmenetben vannak: a Tesla például a tavalyi tizenkettedik helyről a huszonötödikre esett vissza (miközben a márkaérték is 35%-kal kisebb lett), de kongathatják a vészharangot a Nissannál is, amely 23 helyet veszített és harmadával csökkent az értéke. A német prémiumok visszaesése még nem drámai, de mielőbb megújulás szükséges a trend megállításához. A Mercedes 2, a BMW 4, az Audi 7, míg a Porsche 14 hellyel esett vissza, márkaértékeik 15, 10, 14 és 11 százalékkal csökkentek.

A legnagyobb mélyrepülést a Ford könyvelhette el: tavaly még az 56-ik helyen szerepelt, idén pedig be sem fért az első százba. Az egyetlen új autós cég, amely felkerült a listára, a BYD (90-ik hely, 8,1 mrd USD márkaérték).

Joggal merülhet fel a kérdés: mi az oka, hogy a Toyota ennyire magabiztosan veri a mezőnyt már évek óta? A választ több helyen találjuk meg. A japán cég egyik legnagyobb előnye, hogy szinte minden vásárlónak kínál modellt a városi miniktől kezdve a kompakt kombikon és népszerű SUV-kon át egészen a hétüléses családi egyterűig. Ezt a piaci előnyt fokozza a hajtásláncok széles kínálata, hiszen belső égésű (bizonyos modellekben akár még dízel is), öntöltő és plug-in hibrid, valamint tisztán elektromos hajtással is rendelhetők a Toyoták. A Toyoták iránti márkahűség pedig évtizedek során alakult ki, hiszen a japánok tartós, megbízható kocsikat szállítanak ügyfeleiknek, akik így nem szívesen kockáztatnak más márkákkal.

Márka	Helyezés (tavalyi helyezés)	Érték (mrd $) (változás a tavalyi értékhez képest)
Toyota	6 (6)	74,2 (+2%)
Mercedes-Benz	10 (8)	50,1 (-15%)
BMW	14 (10)	46,8 (-10%)
Tesla	25 (12)	29,5 (-35%)
Honda	29 (26)	24,8 (-7%)
Hyundai	30 (30)	24,6 (+7%)
Audi	52 (45)	15,4 (-11%)
Ferrari	54 (62)	15,4 (+17%)
VW	56 (49)	15,0 (-9%)
Porsche	57 (43)	15,0 (-14%)
Nissan	82 (59)	9,4 (-33%)
Kia	89 (86)	8,5 (+5%)
BYD	90 (tavaly nem volt top100-as)	8,1 (tavaly nem volt top100-as)
Ford	idén nem top100-as (56)	

Fotók: *Interbrand, Toyota*

Forrás:
https://news.smartermedia.hu/nemzetkozi-hirek/ismet-a-toyota-a-vilag-legjobb-automarkaja-a-global-brands-2025-os-listajan