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

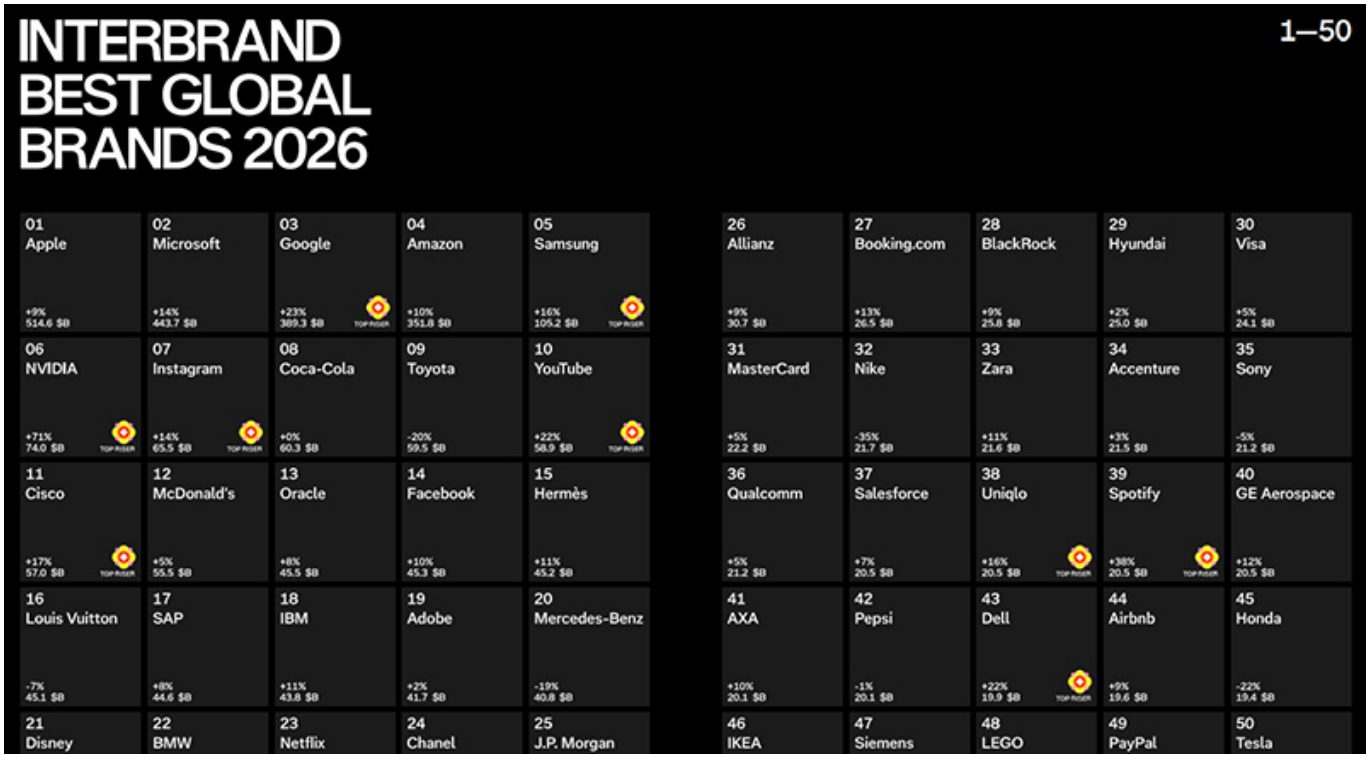
Továbbra is a Toyota a világ legértékesebb autógyártója

Közzétette a száz legértékesebb globális márkát rangsoroló listáját az Interbrand szervezet. Bár a gazdasági környezet radikális változásai nem kedveztek az autógyártóknak, a Toyota őrzi több mint húsz éve megszerzett elsőségét.

A mesterséges intelligencia térnyerése a globális gazdaságra is felmérhetetlen hatással volt. A márkáknak alapjaitól kezdve szükséges újragondolniuk létezésüket és stratégiájukat, hiszen a fogyasztók egyre nagyobb mértékben nem saját maguk választanak a rendelkezésre álló lehetőségek közül. Amikor a döntés egy részét már nem emberek hozzák, a márkáknak soha nem látott kihívásokkal kell szembenézniük. Még nincs szó arról, hogy kihalnának, de a kiválasztódás felgyorsult: ha a márkák mennyisége meg is marad a világpiacon, elkerülhetetlenül csökkenni fog azok száma, amelyek valóban sikeresnek és befolyásosnak mondhatják magukat. Ebben a küzdelemben pedig a márkáknak meg kell hozniuk a döntést, hogy beszállnak-e az algoritmusok kegyeiért folyó háborúba, vagy olyan ikonikus branddé fejlődnek, amely képes megragadni a döntéshozás emberi oldalát, és a klasszikus eszközökön (márkahűség, tudatos választás) keresztül gondoskodnak a piaci eredményességről.

Ezekkel a gondolatokkal vezette fel 2026. évi Best Global Brands tanulmányát az Interbrand: az 1974-ben alapított tanácsadó szervezet, amely a márkastratégia, az analitika, az arculattervezés és a márkaérték-megállapítás egyik legelismertebb globális szakértője. A 2000 óta minden évben kiadott tanulmány nem csak a pillanatnyi állapotokat ismerteti, de azokra a márkákra és iparágakra is felhívja a figyelmet, amelyektől jelentős növekedésre lehet számítani a közeljövőben. A szempontok a kezdetektől fogva azonosak: a tanulmány a pénzügyi teljesítmény, a vásárlói döntést befolyásoló képesség és a jövőbeli stabilitás megteremtésének a képessége alapján határozza meg az egyes márkák értékét.

A nehézség ellenére – vagy inkább pont a megváltozott környezet miatt – 2026-ban soha nem látott magasságokba emelkedett a Top 100-as listán szereplő márkák összértéke: elérte a 3,9 billió dollárt, ami 8,1 százalékkal haladja meg a 2025-ös értéket. Csakhogy, amint a fentiek is érzékeltetik, nem mindenki részesült egyforma mértékben a fejlődésből. A tíz legértékesebb márka felét technológiai szereplők teszik ki, ez az iparág önmagában a teljes listaérték 48%-át teszi ki. Az NVIDIA például 71%-os növekedéssel úgy került be a Top 10-be, hogy 2023-ban még nem is szerepelt a listán.



A piaci változások egyik legnagyobb vesztese az autóipar, az ügyfélelvárások és a piaci környezet gyors változása miatt az iparág tizenhárom szereplője együttesen 56,95 milliárd dollárt veszített márkaértékéből. Ami nem változott: az elszenvedett értékvesztés ellenére a Toyota továbbra is magabiztosan őrzi 2004-ben megszerzett, és azóta nem eresztett elsőségét az autóipari szereplők között. Ugyanakkor az összesített listán, ahol az elmúlt négy évben stabilan tartotta hatodik helyét, idén hátrébb csúszott.

2026-ban ugyanaz a tizenhárom autógyártó szerepel a Best Global Brands listán, mint tavaly. Az év egyértelmű vesztese a Tesla, amely 38 százalékot megközelítő mértékben veszített értékéből, míg a legjobb teljesítményt a Ferrari mutatta +14,7 százalékkal. Az olasz luxusmárka sikere összecseng az Interbrand azon meglátásával, hogy ebben az új korban azok a márkák érhetnek el tartós eredményeket, amelyek új iparágakra is kiterjesztik tevékenységeiket, új piacokon mérettetik magukat, erősítik kulturális relevanciájukat, és figyelmet fordítanak a hosszú távú márkastratégia kialakítására. A Ferrari egyike annak a négy autómárkának, amely a globális listán képes volt javítani pozícióját.

A legértékesebb autómárkák, 2026

	Iparágon belüli helyezés (2025)	Összesített helyezés (2025)	Márkaérték (2025), mrd USD	Márkaérték változása
Toyota	1 (1)	9 (6)	59,5 (74,2)	-19,9%
Mercedes-Benz	2 (2)	20 (10)	40,8 (50,1)	-18,6%
BMW	3 (3)	22 (14)	38,4 (46,8)	-17,9%
Hyundai	4 (6)	29 (30)	25,0 (24,6)	+1,6%
Honda	5 (5)	45 (29)	19,4 (24,8)	-21,8%
Tesla	6 (4)	50 (25)	18,3 (29,5)	-37,8%
Ferrari	7 (8)	51 (54)	17,7 (15,4)	+14,7%
Audi	8 (7)	65 (52)	12,4 (15,4)	-19,5%
Porsche	9 (10)	66 (57)	12,4 (15,0)	-17,5%
Volkswagen	10 (9)	71 (56)	11,6 (15,0)	-23,0%
Kia	11 (12)	87 (89)	8,8 (8,5)	+2,7%
BYD	12 (13)	89 (90)	8,5 (8,1)	+4,5%
Nissan	13 (11)	100 (82)	7,2 (9,4)	-23,2%

A Toyota márkaértéke 2017 – 2026

2017 2018 2019 2020 2021 2022 2023 2024 2025 2026

Márkaérték (milliárd USD)	50,3	53,4	56,2	51,6	54,1	59,8	64,5	72,8	74,2	59,5

Fotók: *Toyota*

Grafika: *Interbrand.com*

Forrás:
https://news.smartermedia.hu/nemzetkozi-hirek/tovabbra-is-a-toyota-a-vilag-legertekesebb-autogyartoja