

Apple & Google stoten Coca Cola van de troon

30-09-2013 08:35

"Zo nu en dan verandert een bedrijf ons leven, niet alleen met zijn producten maar met zijn hele gedachtengoed. Dit is de reden waarom we na 13 jaar Coca-Cola aan de top van Best Global Brands, nu Apple op nummer één terugzien", aldus Patrick Stal, managing director van Interbrand Amsterdam. "Tim Cook heeft een solide team van leiders om zich heen verzameld en de visie van Steve Jobs intact gelaten - een visie die Apple in staat heeft gesteld de belofte van innovatie keer op keer waar te kunnen maken."

Het merk Apple komt sinds het debuutjaar van de ranglijst (2000), voor in Interbrand's Best Global Brands lijst. Toen bezette Apple plaats 49 (merkwaarde; USD \$ 5.5 miljard). Momenteel is Apple goed voor een merkwaarde van USD \$ 98.3 miljard - bijna 18 keer zoveel als in het jaar 2000. De significante stijging in merkwaarde van Apple kan worden toegeschreven aan de manier waarop het merk over alle kanalen heen een consistente gebruikerservaring heeft weten te creëren. Met 72 miljoen actieve Macs in gebruik en verkopen van de iPhone en de iPad die record na record breken, heeft Apple geschiedenis geschreven door Coca-Cola van de troon te stoten en 's werelds meest waardevolle merk van 2013 te worden. Hiermee heeft Apple veerkracht getoond, ondanks dat de reputatie onder druk heeft gestaan door rechtszaken rondom patenten en het Foxconn schandaal. Om de toppositie te behouden zal Apple het 'momentum' van Samsung in de mobiele markt moeten remmen en nooit vergeten waarin het uitblinkt: "Think different".

Interbrand ziet een ontwikkeling in de rol die merkleiderschap speelt in relatie tot merken. Interbrand betoogt dat merkleiderschap vandaag de dag meer dan ooit gedeeld moet worden. Wereldleiders, CEO's, CMO's en consumenten zijn allemaal in staat invloed uit te oefenen op de waarde van merken die ze managen of bewonderen. "In de huidige wereld waarin social media niet meer zijn weg te denken, erkennen merkleiders de noodzaak van een gezamenlijke aanpak", aldus Stal. "De 100 meest waardevolle merken ter wereld ontsluiten hun waarde door mee te doen, te luisteren, door te leren en te delen. Ze doen dit niet alleen met leiders binnen hun eigen organisaties, maar juist ook met consumenten."

Naast Apple behoren Facebook, Google, Prada en Amazon tot de grootste stijgers. Facebook (#52, +43%) heeft als enige social media merk een plaats in de 2013 versie van Best Global Brands bemachtigd. Facebook is erin geslaagd de verwachtingen van Wall Street ruimschoots te overtreffen. Het aantal gebruikers is met 26% toegenomen. Meer dan de helft van de reclame-inkomsten komt uit mobiele advertenties.

De stijging in merkwaarde van Google (#2, +34%) wordt veroorzaakt door een aantal subtiele veranderingen in het kernaanbod (search, Android, en Gmail), maar vooral door het permanente ethos van innovatie dat tot uiting komt in initiatieven als Google Glass en een zichzelf besturende auto.

Prada, het iconische Italiaanse luxe merk is boven komen drijven als derde snelste stijger dit jaar met een stijging in merkwaarde van 30%, net achter Facebook en Google. In de stijging van Prada zien we het vermogen van het merk terug door het effectief samenbrengen van digitale en fysieke raakvlakken, is het betekenisvollere relaties aangegaan met zijn klanten.

Met een toename in merkwaarde van 27% is Amazon (#19) een topstijger in deze editie van Best Global Brands. De e-commerce innovator blijft zichzelf opnieuw uitvinden en zich onderscheiden van zijn rivalen met initiatieven als de Amazon Appstore, de TV set-top box, programmering, 3-D smartphones en een boodschappenbezorgdienst. Het merk is in staat een nog grotere en allesomvattende rol te gaan spelen in toekomstige retailervaringen voor consumenten wanneer deze initiatieven succesvol blijken, maar dient wel voortdurend waakzaam te blijven voor het behoud van zijn authenticiteit en focus.

Zeven van de top-10 merken dit jaar komen uit de technologiesector. Sterker nog, vier technologiemerken zijn onderdeel van de vijf snelste stijgers van dit jaar: Facebook (#52, +43%), Google (#2, +34%), Apple (# 1, +28%) en Amazon, (#19, +27%). Technologiemerken blijven wereldwijd dominant in Interbrand's Best Global Brands rapport en onderstrepen hiermee de fundamentele en waardevolle rol die ze spelen in het leven van de consument. Deze merken hebben marktaandeel en waarde verkregen door continue aanscherping van productaanbod, maar ook door steeds opnieuw te anticiperen op de toekomstige wensen van de consument. Ondanks de goede prestaties van veel merken uit de sector, zien we ook een aantal technologie- en elektronicamerken dat niet gestegen is of zelfs helemaal niet meer in de lijst voorkomt (meest opvallend Yahoo en Blackberry). Nokia (plaats 57, -65%) is goed voor de grootste daling in merkwaarde ooit in de geschiedenis van Best Global Brands. Nintendo (plaats 67, -14%) en Dell (#61, -10%) laten ook een sterk verval in merkwaarde zien. In de snel veranderende wereld van mobiel, digital en social media, hebben deze merken veel moeite hun sterke punten helder te formuleren en een betekenisvolle ervaring te bieden over alle platformen heen.