



MAN ist eine der wertvollsten Marken Deutschlands

München, 12.06.2014

Interbrand listet Münchner Nutzfahrzeug- und Maschinenbaukonzern unter den Top-20

MAN gehört laut einer aktuellen Studie des renommierten Beratungsunternehmens Interbrand zu den zwanzig wertvollsten Marken Deutschlands. Die Erhebung führt die 50 deutschen Top-Marken auf, MAN belegt dabei mit einem Markenwert von rund 1,7 Mrd € einen beachtlichen 20. Rang. Damit liegt das Münchner Fahrzeug- und Maschinenbauunternehmen noch vor anderen starken Marken wie beispielsweise Metro, TUI, Henkel und Deutsche Post.

Für die Berechnung des Markenwertes griff Interbrand dabei auf je drei Einzelanalysen zurück. Es wurden die finanzielle Ertragsstärke des Unternehmens, die Bedeutung der Marke bei Kaufentscheidungen der Kunden sowie die Markenstärke, die etwa durch Größen wie Markenbekanntheit oder Markenführung beeinflusst wird, bewertet.

„Die Studie zeigt, dass wir mit unserer Markenkampagne „MAN kann“ und unserem wirkungsstarken Sport-Sponsoring die Marke MAN zielgerichtet positioniert haben und damit einen wichtigen Beitrag zum Unternehmenswert leisten. Eine starke Marke fördert das Vertrauen unserer Kunden und Mitarbeiter in die Produkte und Dienstleistungen von MAN“, sagt Andreas Lampersbach, Leiter Unternehmenskommunikation der MAN Gruppe.

Weitere Informationen zur Studie und zur Erhebungsmethodik stehen unter <http://www.bestgermanbrands2014.de> zum Abruf bereit.

MAN SE
Ungererstr. 69
80805 München

Leiter
Corporate Communications
Andreas Lampersbach

Pressesprecher
Sacha Klingner

Tel.: +49 89 36098-111
presse@man.eu
www.man.eu/presse