

ABB als wertvollste Business-to-Business-Marke der Schweiz anerkannt

Interbrand-Studie 2014 berücksichtigt zum ersten Mal B2B-Marken

Zürich, Schweiz, 14. Mai 2014 – ABB belegt im Interbrand-Ranking „Best Swiss Brands 2014“ als Neueinsteiger Rang sieben und ist damit die wertvollste Business-to-Business-Marke der Schweiz. In diesem Jahr sind zum ersten Mal auch B2B-Marken im Ranking der wertvollsten Schweizer Marken vertreten.

Die weltweit tätige Markenberatung Interbrand beziffert den Markenwert von ABB auf etwa 5 Milliarden Schweizer Franken. Laut Interbrand repräsentieren die B2B-Unternehmen einen sehr wichtigen Wirtschaftssektor der Schweiz und wurden daher 2014 zum ersten Mal ins Ranking aufgenommen.

„Wir sind sehr stolz auf diese Anerkennung. Sie zeigt den enormen Wert, den wir mit unserer Marke geschaffen haben“, sagt Ulrich Spiesshofer, Vorsitzender der Konzernleitung von ABB. „Das Ranking spiegelt unseren Status als weltweit führender Anbieter im Bereich Energietechnik wider. Unsere Technologien ermöglichen beträchtliche Energieeinsparungen, Produktivitätsgewinne durch Automatisierung sowie stabile und intelligente Stromnetze. Die Marke ABB steht für: Power and Productivity for a better world.“

ABB erwirtschaftete 2013 einen Gesamtumsatz von fast 42 Milliarden US-Dollar und beschäftigt 150.000 Mitarbeitende in mehr als 100 Ländern. Das Portfolio von Energie- und Automatisierungslösungen umfasst Antriebe, die 2013 für Energieeinsparungen von über 400 Terawatt-Stunden (TWh) sorgten. Das entspricht einem Stromverbrauch von 100 Millionen Haushalten in der EU. Das Unternehmen gilt als Pionier auf dem Gebiet der Schnellladetechnik für Elektrofahrzeuge und hat wegweisende Grossaufträge in Estland, den Niederlanden und China erhalten.

ABB investiert jährlich rund 1,5 Milliarden US-Dollar in Forschung und Entwicklung und beschäftigt weltweit etwa 8.500 Mitarbeiter in diesem Bereich. 2013 registrierte ABB die meisten Patentanmeldungen aller Schweizer Unternehmen und erhielt zahlreiche Preise für Innovationen. Anfang 2014 wurde ABB im Bereich Nachhaltigkeit mit dem renommierten Zayed Award ausgezeichnet.

„Durch konsistente Markenführung vermittelt ABB hohe technische Kompetenz und Leistungsfähigkeit und macht deutlich, welchen Beitrag das Unternehmen zur Lösung globaler Herausforderungen leistet,“ sagt Michel Gabriel, Managing Director von Interbrand Zürich.

„Die Rolle der Marke hat im B2B-Bereich in den letzten Jahren stetig zugenommen. Das liegt daran, dass viele Unternehmen erkannt haben, dass das Thema Marke in global hart umkämpften Industrien langfristig einen der einzigen Stellhebel für Differenzierung darstellt“, so Gabriel weiter. „Damit ist eine starke Marke ein absolutes Wettbewerbsvorteil.“

Diese und weitere Ergebnisse der Studie finden Sie exklusiv im Interbrand Ranking Best Swiss Brands 2014 unter www.bestswissbrands2014.ch sowie in der Ausgabe des Wirtschaftsmagazins BILANZ vom 16. Mai 2014.

ABB (www.abb.com) ist führend in der Energie- und Automationstechnik. Das Unternehmen ermöglicht seinen Kunden in der Energieversorgung und der Industrie, ihre Leistung zu verbessern und gleichzeitig die Umweltbelastung zu reduzieren. Die Unternehmen der ABB-Gruppe sind in rund 100 Ländern tätig und beschäftigen weltweit etwa 150.000 Mitarbeitende.

Über Interbrand

Interbrand, 1974 gegründet, zählt mit 40 Büros in 29 Ländern zu den führenden Markenberatungen weltweit. Mit kreativen Strategien, analytischer Präzision und Design auf höchstem Niveau unterstützt Interbrand seine Kunden beim effektiven Management des Markenwerts über alle Touchpoints hinweg und in dynamischsten Marktumfeldern. Interbrand genießt weithin Anerkennung für seine jährliche Studie „Best Global Brands“, den definitiven Guide für die wertvollsten Marken der Welt, sowie für die Studie „Best Global Green Brands“, die die Lücke zwischen der Kundenwahrnehmung und der tatsächlichen Nachhaltigkeitsleistung einer Marke untersucht. Zudem hat das Unternehmen brandchannel.com entwickelt, eine mit dem Webby Award ausgezeichnete Ressource für Markenmarketing und Markenbildung. Weitere Informationen finden Sie unter Interbrand.com.

Ansprechpartner für weitere Informationen:

ABB Group Media Relations:

Thomas Schmidt; Antonio Ligi
(Zürich, Schweiz)

Tel: +41 43 317 7111

media.relations@ch.abb.com

 <http://twitter.com/ABBcomms>