

EBI-Studie: Milliardenpotenzial – So wertvoll sind Österreichs Markenunternehmen



<https://www.apa-fotoservice.at/galerie/19140> Im Bild v.l.n.r.: Gerald Ganzger (Lansky, Ganzger + Partner), Monica Rintersbacher (Leitbetriebe Austria), Gerhard Hrebicek (European Brand Institute), Herbert Kovar (Deloitte Österreich)

Credit: European Brand Institute
GmbH/APA-Fotoservice/Schedl
Fotograf: LUDWIG SCHEDL

Utl.: Red Bull, Swarovski, Novomatic führend, Signa Retail erstmals in TOP10 =

Wien (OTS) - Zum 16. Mal hat das [European Brand Institute (EBI)] (<https://www.europeanbrandinstitute.com>) seine Österreichische Markenwert Studie durchgeführt und die wertvollsten Markenunternehmen basierend auf dem „trend-TOP-500 Ranking der umsatzstärksten Unternehmen Österreichs“ vom Juni 2019 ermittelt. Diese wurden am 3. Juli 2019 im News Media Tower vor Journalisten und Markenverantwortlichen präsentiert. Elektronische Pressemappe: [<https://www.europeanbrandinstitute.com>] (<https://www.europeanbrandinstitute.com/>)

Laut Studienautor Gerhard Hrebicek, Präsident European Brand Institute, lässt sich „ein Milliardenpotenzial für österreichische Markenunternehmen ableiten, wenn die letztgültigen internationalen Standards bei den Lead-Brands eingeführt werden. Aus volkswirtschaftlicher Sicht ergeben sich daraus Investments in Marken, neue Jobs, ein Anstieg des Bruttoinlandsprodukts und damit mehr Wohlstand.“

Die zehn wertvollsten Austro-Markenunternehmen sind zusammen mehr als EUR 31,076 Mrd. wert und wachsen durchschnittlich um +6%. Als wachstumsstärkstes Markenunternehmen 2019 schaffte der führende europäische Omni-Channel Anbieter [Signa Retail] (<https://www.signa.at/de/retail/>) dank aufsehenerregender Akquisitionen mit +43% Markenwertwachstum und einem Markenwert von

EUR 904 Mio. erstmals den Sprung in die TOP10. Die weiteren Platzierungen bleiben dieses Jahr noch unverändert mit geringfügigen Markenwertzuwächsen. Solide Zuwächse verzeichnen der heimische Mineralölkonzern [OMV] (<https://www.omv.com/de>)(+8,2%) und [Erste Group Bank] (<https://www.erstegroup.com/de/home>) (+4,2%), die führende Retailbank im östlichen EU-Raum und Österreich.

Durch gezielte Fortführung der Markeninvestitionen verbunden mit einem konsequenten Kostenmanagement und hervorragender Absatzentwicklung in neuen Märkten wie Indien und Brasilien verteidigt [Red Bull,] (<https://www.redbull.com/at-de/>) Österreichs einziges Markenunternehmen von globaler Bedeutung, seine Spitzenposition mit einem Markenwert von EUR 13,185 Mrd. (+0,9%).

Negative Währungseffekte bescheren Österreichs wertvollstem Luxusgüterkonzern [Swarovski] (<https://www.swarovski.com/de-AT/>) trotz gutem Geschäftsgang einen minimalen Markenwertrückgang (-1,1%) und einen Markenwert von EUR 3,465 Mrd.

[Novomatic] (<https://novomatic.com>) ist einer der größten Gaming-Technologiekonzerne der Welt mit Sitz in Niederösterreich und besticht durch seine einzigartige Innovationskraft. Mit mehr als 30.000 Mitarbeitern und Aktivitäten in über 70 Ländern ist ein starker und einheitlicher Markenauftritt essentiell für den Unternehmenserfolg. Die Markenwertsteigerung um +0,7% auf EUR 3,433 Mrd. Markenwert bestätigt die gezielte 2-Markenstrategie mit ADMIRAL (b2c) und NOVOMATIC (b2b) des heimischen Technologieführers. Prestigeträchtige nationale und internationale Auszeichnungen wie etwa der WKO-Exportpreis oder die Anerkennung als „Casino Supplier of the Year“ durch die Global Gaming Awards runden das Bild ab.

Der unangefochtene Wachstumsführer der heimischen Lebensmittelbranche [SPAR Österreich Gruppe] (<https://www.spar.at/unternehmen/unternehmensstruktur>) reüssiert mit +1,5% Markenwertzuwachs und EUR 2,072 Mrd. Markenwert.

Österreichs größter und wertvollster Mobilitätsdienstleister [ÖBB] (<https://www.oebb.at/>) konnte mit Klimaschutzstrategie und gelebter Kundenorientierung seinen Markenwert um +0,1% auf EUR 1,894 Mrd steigern. Beim Thema „Nachhaltigkeit“ nehmen die ÖBB eine Vorreiterrolle ein, mit dem Ziel mit 100% grünen Bahnstrom Co2-neutral zu werden. Mit zahlreichen Produktinnovationen für den

Klimaschutz, wie Cityjet Eco, der Umstellung der Betriebsanlagen auf Grünstrom sowie der Forcierung der Postbus E-Mobilität und vermehrten Services zur Attraktivitätssteigerung der Bahn beweisen die ÖBB weiterhin innovative Markenkraft. Darüber hinaus konnten die ÖBB mit dem nightjet in der internationalen Berichterstattung wie der New York Times punkten.

Österreichs wertvollste Finanzdienstleistungsmarke [Raiffeisen Banken Gruppe] (<https://www.raiffeisen.at/de>) konnte um +0,9% an Markenwert auf EUR 2,059 Mrd. zulegen. Die Umstrukturierungsmaßnahmen greifen und die vertrauenswürdige Bankenmarke setzt auf Innovationskraft mit zukunftssträchtigen Kooperationen im Bereich künstliche Intelligenz und Venture Capital Fonds.

[Gerhard Hrebicek, Studienautor, Präsident European Brand Institute] (<https://www.europeanbrandinstitute.com>), Sachverständiger für Marken- und Patentbewertung und ISO Vorsitzender ortet Aufholbedarf und Potenzial in Österreich:

~

1. Neue Ära in der Markenevaluierung - mit der [ISO 20671] (<https://www.iso.org/news/ref2398.html>) steht eine weltweit gültige und akzeptierte Richtlinie zur Absicherung und Wertsteigerung des Assets Marke zur Verfügung. Potenziale werden aufgezeigt, Marken werden zukunftsfit und die Entwicklung einer „Sustainable Brand“ wird ermöglicht. Die Implementierung, unterstützt durch Audits und Zertifizierungen, schafft höhere Markenwerte für Unternehmen, Städte und Regionen.

2. Begleitet von mehr Transparenz und Qualität in der Evaluierung. haben auch Gutachten nun einem höheren Qualitätsstandard zu folgen und sind von unabhängigen Experten durchzuführen - wodurch Markeneigentümer vor unseriösen Bewertungen bewahrt werden sollen.

3. Österreichische Markeninitiative - sowohl steuerliche als auch kapitalmarktrelevante Rahmenbedingungen sowie Förderungen und Programme für heimische Marken sind notwendig, damit Österreich den Anschluss im globalen Wettbewerbsumfeld nicht verliert.

~

[Herbert Kovar, Managing Partner Tax, Deloitte Österreich] (https://www2.deloitte.com/at/de/services/tax.html?icid=bottom_tax): „Immaterielle Wirtschaftsgüter wie Marken und Patente sind Werttreiber der Wirtschaft des 21. Jahrhunderts. Die erfolgreiche

Bewirtschaftung dieser immateriellen Wirtschaftsgüter wird darüber entscheiden, ob Unternehmen erfolgreich sein oder untergehen werden.

Dementsprechend sollte die nächste Bundesregierung Anreize schaffen, damit Unternehmen eine professionelle Bewirtschaftung ermöglicht wird - wichtige Stichworte sind Aktivierungsmöglichkeiten für selbstentwickelte Marken im Jahresabschluss und zielgerichtete steuerliche Investitionsanreize."

[Gerald Ganzger, Partner Lansky, Ganzger & Partner:]

(<https://www.lansky.at/de/team/rechtsanwaelte/geraldganzger/>) „Europa der Regionen ist nicht nur ein politisches Schlagwort, sondern wächst die wirtschaftliche Bedeutung von Regionen in Europa ständig. Dementsprechend ist es für die europäischen Regionen immer wichtiger, die Charakteristika der jeweiligen Region durch Marken zu versinnbildlichen. Dies hat nicht nur eine immense Bedeutung für den Tourismus, sondern auch immer mehr für Investoren bei der Entscheidung der Standortwahl.“

[Monica Rintersbacher, Geschäftsführerin Leitbetriebe Austria]

(<https://leitbetriebe.at/>): „Wirklich attraktive Arbeitsplätze gibt es nur in attraktiven Regionen. Vor allem die gut qualifizierten und talentierten Mitarbeiter entscheiden sich nicht mehr unter reinen Finanz- und Karriereaspekten für oder gegen einen Arbeitgeber. Sie suchen eine optimale Work/Life-Balance und wenn die Standortregion eines Unternehmens keine starke Marke ist, wird es im Kampf um die besten Mitarbeiter immer schlechte Karten haben. Hingegen kann eine Region, die sich zu einer starken, positiv besetzten Marke entwickelt hat, ein wichtiges Argument bei einer Arbeitsplatzentscheidung sein und so das Employer Branding jedes Unternehmens entscheidend unterstützen.“

Die [Österreichische]

(<https://www.europeanbrandinstitute.com/brand-rankings-1/>)[Markenwert Studie 2019]

(<https://www.europeanbrandinstitute.com/brand-rankings-1/>) ermittelte aus den " „[trend-TOP500-Ranking der umsatzstärksten Unternehmen Österreichs"] (<https://www.trend.at/wirtschaft/>) vom Juni 2019 jene heimischen Unternehmensmarken, die sich zu mehr als 45% in österreichischem Eigentum befinden und deren Markenwerte nach dem aktuellen internationalen Standards ISO 10668 und ÖNORM A 6800 bewertet wurden. Veröffentlicht werden die TOP 10 Österreichischen Markenunternehmen; die Analysen wurden anhand von über 180

Österreichischen Markenunternehmen in 16 Branchensegmenten durchgeführt.

European Brand Institute - Europas unabhängige Experten für Marken- und Patentbewertung

Die unabhängigen Markenbewertungsexperten in Europa sind mit ihren Partnern basierend auf einer mehr als 20-jährigen Erfahrung als Sachverständige für Marken- und Patentbewertung, markenwertorientierte Unternehmensstrukturen, Marken Reporting und [Markenzertifizierungen] (<https://www.certified-brand.com/>) tätig.

Weitere Bilder finden Sie in der APA-Fotogalerie:
<https://www.apa-fotoservice.at/galerie/19140>

~

Rückfragehinweis:

European Brand Institute
Mag. Renate Altenhofer
T: +43 1 532 1000 11
office@europeanbrandinstitute.com
www.europeanbrandinstitute.com

~

Digitale Pressemappe: <http://www.ots.at/pressemappe/11702/aom>

*** OTS-ORIGINALTEXT PRESSEAUSSENDUNG UNTER AUSSCHLISSLICHER
INHALTLICHER VERANTWORTUNG DES AUSSENDERS - WWW.OTS.AT ***

OTS0088 2019-07-03/11:17

031117 Jul 19

Link zur Aussendung:

https://www.ots.at/presseaussendung/OTS_20190703_OTS0088