



# Österreichische Markenwert Studie 2018

## PRESSEINFORMATION

(Wien, 4.7.2018)

### Österreichs wertvollste Markenunternehmen mit „Digital Leadership“ auf Wachstumskurs

**Utl.: Wachstumskaiser NOVOMATIC Group, gefolgt von ERSTE Group Bank und OMV, Spitzenreiter Red Bull unter TOP 100 global**

Die wertvollsten österreichischen Markenunternehmen wurden am 4. Juli 2018 vom European Brand Institute im Rahmen der **15. Österreichischen Markenwert Studie** im News Media Tower präsentiert. Elektronische Pressemappe:

<https://www.europeanbrandinstitute.com>

Die **zehn wertvollsten Austro-Markenunternehmen** sind zusammen mehr als **EUR 33,255 Mrd.** wert und wachsen durchschnittlich um +3,4%. Während die Raiffeisen Bankengruppe die ÖBB überholt und auf Platz 5 vorrückt, bleiben die weiteren Platzierungen gleich; positiv hervorzuheben sei die Entwicklung im Bankensektor, da Erste Group Bank (+5,8%) und Raiffeisen Bankengruppe (+3,1%) erfreuliche Markenwertzuwächse verzeichnen können.

**Red Bull**, Österreichs einziges Markenunternehmen von globaler Bedeutung behauptet Spitzenplatzierung mit einem **Markenwert von EUR 15,391 Mrd. (+0,9%)**. Der Weltmarktführer für Energydrinks gilt international als Vorzeigeunternehmen für „Consumer Engagement“ und konsequente Markeninvestitionen und bestätigt internationalen Trend vom Markenunternehmen zum Medienunternehmen.

Österreichs wertvollstes Luxusmarkenunternehmen **Swarovski** brilliert mit **+2,7% Markenwertzuwachs** und **EUR 3,604 Mrd. Markenwert** und schafft mit dem neuen Swarovski Creative Center eine inspirierende Innovationsplattform für die internationale Design Community.

**Wachstumskaiser Novomatic Group fährt mit +7,5% Markenwertsteigerung auf EUR 3,408 Mrd. erneut Rekordergebnis ein**

Rekordumsätze, die konzernweite Verankerung der Corporate Responsibility Strategie sowie strategische Zukäufe, wie die Akquisition der australischen Ainsworth Gaming Technology, bescheren dem weltweit tätigen Gaming Technologiekonzern aus Niederösterreich seit 15 Jahren kontinuierliches Markenwert Wachstum. Mit erneut +7,5% bzw. EUR 239 Mio. Markenwertsteigerung stellt die Novomatic Group ihre Innovationskraft eindrucksvoll unter Beweis und setzt ihre Vormachtstellung als wachstumsstärkstes Markenunternehmen Österreichs weiter fort.



# Österreichische Markenwert Studie 2018

**Dr. Monika Poeckh-Racek**, Vorstandsvorsitzende Admiral Casinos & Entertainment AG:

„Der Wert eines Unternehmens wird zunehmend durch den immateriellen Wert seiner Marke(n) bestimmt. Ist eine Marke stark genug, halten Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter sowie Kundinnen und Kunden auch in herausfordernden Zeiten dem Unternehmen die Treue – davon sind wir bei NOVOMATIC überzeugt.“

## **Zukunftsweisende Expansions- und Modernisierungsoffensive beschert SPAR Konzern Markenwertzuwachs von +4,1% auf EUR 2,357 Mrd.**

Österreichs größter privater Arbeitgeber SPAR Konzern überzeugt mit ganzheitlicher CSR Strategie, zukunftsweisenden Initiativen zum Thema Gesundheit und Ernährung, kontinuierlicher Innovationskraft, laufender Modernisierung der Standorte und dem stetigen Ausbau des Eigenmarken Sortiments.

## **ÖBB mit EUR 1,891 Mrd. Markenwert (+0,1%) stabil unterwegs**

Österreichs größter Mobilitätsdienstleister **ÖBB** erfüllt mit **EUR 1,891 Mrd. Markenwert (+0,1%)** die Erwartungen. Die eingeleiteten Maßnahmen des digitalen Schwerpunkts der Unternehmensstrategie greifen und mit der Open Innovation Initiative inklusive Errichtung der Innovation Factory, Stärkung der kundenzentrierten social media Kommunikation und Consumer Experience bestätigen die **ÖBB** weiterhin Themenführerschaft als zukunftsweisende, innovative und klimafreundliche Mobilitätsmarke.

## **Erfreuliche „Markenwert“ Bilanz bei Österreichs Finanzdienstleistungsmarken**

Österreichs wertvollste Finanzdienstleistungsmarke **Raiffeisen Banken Gruppe** konnte erneut um **+3,1%** an Markenwert auf **EUR 1,927 Mrd.** zulegen. Die Umstrukturierungsmaßnahmen greifen und die vertrauenswürdige Bankenmarke konnte mit gekonnt medienwirksamen Marken Management auf Platz 5 vorrücken.

## **Erste Group Bank punktet erneut mit „Digital Leadership“ und +5,8% Markenwertzuwachs auf EUR 1,751 Mrd.**

Die führende Retailbank im östlichen EU-Raum und Österreich bestätigt mit der digitalen Plattform „George“ und der mobile App „George go“ die Innovationsführerschaft und verzeichnet hohe Kundenzufriedenheitswerte. Prestigeträchtige internationale Auszeichnungen sowie zielgerichtete Markenkommunikation, wie die „#glaub an dich“ Kampagne in führenden internationalen TV- und online Medien gepaart mit einem starken social media Auftritt unterstreichen den Wachstumskurs.



# Österreichische Markenwert Studie 2018

**OMV** setzen auf Innovationskraft und Digitalisierung entlang der gesamten Wertschöpfungskette, hervorzuheben ist hierzu das neue 3D Visualisation Center im Wiener Headquarter. Trotz volatilen Marktumfeldes konnte ein Markenwertzuwachs von **+4,7%** auf **EUR 1,229 Mrd. Markenwert** generiert werden.

Die führende Versicherungsgruppe in Österreich und CEE **Vienna Insurance Group (VIG)** setzt auf Vielfalt als Erfolgsfaktor und konnte geringfügig zulegen (**+0,7%**) auf **EUR 796 Mio** Markenwert und TOP 10 Platzierung halten. Die erfolgreiche Mehrmarkenpolitik in 25 Märkten sowie der Ausbau des Wachstumsmarktes Bankenversicherungsgeschäft gemeinsam mit Kooperationspartner Erste Group bestätigen die Zukunftsstrategie.

Die **XXXLutz Gruppe**, eine der größten Möbelhandelsgruppen der Welt mit Sitz in Oberösterreich konnte mit kontinuierlicher Kult-Markenkommunikation und geschickter Filialexpansion den **Markenwert um +3,8%** auf **EUR 900 Mio** weiter ausbauen.

Studienautor **Dr. Gerhard Hrebicek**, Präsident European Brand Institute und Sachverständiger für Marken- und Patentbewertung sowie Vorsitzender des ISO 20671 Komitee konstatiert:

## 1. „Digital Leadership als Markenwerttreiber

Die heimischen TOP-Markenunternehmen beweisen mit ausgeklügelten Digitalisierungsstrategien entlang der Wertschöpfungskette ihre Marken- und Innovationskraft, beleben ihre Branchen und sichern somit den Wirtschaftsstandort Österreich nachhaltig.

## 2. Abwanderungstendenz österreichischer Markenunternehmen ins internationale Eigentum

Chinas Markenoffensive und die Einkaufslust internationaler Investoren bedarf der Entwicklung einer österreichischen Marken DNA gestärkt durch nationale Marken sowie PGI und PDOs (Ursprungsbezeichnung bzw. geografische Angabe). Eine kohärente nationale Markenstrategie mit führenden Leitunternehmen, die Marken als wesentliche Vermögenswerte behandeln, sichert die Wettbewerbsfähigkeit, fördert die Attraktivität des Wirtschaftsstandortes und schafft somit nachhaltigen Wohlstand in Österreich und Europa.

## 3. Certified Brand: Markenzertifizierung nach ISO 20671

Der von Österreich initiierte ISO Standard für Brand Evaluation ermöglicht Markenmanagern erstmals einen integrierten Markenwert Prozess zu implementieren.



# Österreichische Markenwert Studie 2018

Das weltweit erste internationale Gütesiegel für wertorientiertes Markenmanagement „Certified Brand“ basierend auf ISO 20671 dokumentiert die Implementierung höchster Standards in der Markenführung zur Markenwertsteigerung.“

**Mag. Herbert Kovar**, Managing Partner Tax, Deloitte Österreich: „In unserer Beratungspraxis nehmen wir eine disruptive Entwicklung in der Wirtschaft wahr. Die aus immateriellen Gütern wie Marken generierte Wertschöpfung steigt in Österreich wie auch global sehr stark an. Gleichzeitig nimmt die Wertschöpfung aus Sachgütern kontinuierlich ab“, erklärt Herbert Kovar, Partner bei Deloitte Österreich.

„Die Entstehung immaterieller Wirtschaftsgüter sollte gefördert werden. Die österreichische Forschungsprämie ist dafür ein hervorragendes Mittel. Viele innovative Unternehmen nutzen dieses Instrument aber noch nicht – da besteht Handlungsbedarf“, so Kovar weiter.

**Dr. Gerald Ganzger**, Partner Lansky, Ganzger & Partner: „Die Bedeutung von Marken und Kennzeichen für Städte, Gemeinden und Regionen wächst ständig. Es wird immer wichtiger, durch Marken und Kennzeichen ein bestimmtes Image zu bilden und zu bewahren, um Zielgruppen anzusprechen. Dies gilt nicht nur für den Tourismus, sondern auch immer stärker für den Bereich Betriebsansiedlungen, Technologiecluster, Bildungseinrichtungen.“

Die **Österreichische Markenwert Studie 2018** ermittelte aus den „trend-TOP500-Ranking der umsatzstärksten Unternehmen Österreichs“ vom Juni 2018 jene heimischen Unternehmensmarken, die sich zu mehr als 45% in österreichischem Eigentum befinden und deren Markenwerte nach dem aktuellen internationalen Standard 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 tätig .

### **Rückfragehinweis**

KommR DI Dr. Gerhard Hrebicek, MBA  
European Brand Institute  
Tel. +43 1 532 1000 52  
e: [office@europeanbrandinstitute.com](mailto:office@europeanbrandinstitute.com)  
[www.europeanbrandinstitute.com](http://www.europeanbrandinstitute.com)

### **Rückfragehinweis Presse**

Mag. Renate Altenhofer  
maX iconvienna GmbH  
T: +43 1 532 1000 11  
e: [r.altenhofer@maxcc.at](mailto:r.altenhofer@maxcc.at)