



## PRESSEINFORMATION

(Wien, 29.6.2022)

### **EBI-Markenwert Studie: In Brands We Trust - Marke schafft Vertrauen**

**1.Red Bull, 2. Novomatic, 3. SPAR, Best Sustainable Brand ÖBB**

Zum **19. Mal** hat das **European Brand Institute (EBI)** seine **Österreichische Markenwert Studie** durchgeführt und die wertvollsten Markenunternehmen ermittelt. Die Ergebnisse wurden am 29. Juni 2022 vor Medienvertretern und Markenverantwortlichen präsentiert. Elektronische Pressemappe: <https://www.europeanbrandinstitute.com>

Laut Studienautor **Gerhard Hrebicek**, Präsident European Brand Institute „war 2021, geprägt durch die anhaltende weltweite Pandemie, ein weiteres herausforderndes Jahr. Nachhaltige Marken sind als Profiteure gestärkt aus dem Krisenjahr hervorgegangen, denn gerade in der aktuellen Dynamik schaffen sie Vertrauen und eine höhere Kundenbindung.“

**Die zehn wertvollsten Austro-Markenunternehmen sind zusammen mehr als EUR 34,6 Mrd. wert**, zeigen jedoch bei der Markenwertentwicklung ein sehr durchwachsenes Bild mit einer Bandbreite von -25% bis +14%. Das höchste Markenwertwachstum konnten 2022 die Energieversorger **OMV (+14,6%)** und **Verbund (+10,3%)**, gefolgt von **Erste Group Bank (+8,4%)** verzeichnen.

### **Red Bull überflügelt alle mit EUR 16,961 Mrd. Markenwert**

Das **Red Bull Imperium** konnte auch 2021 dank der hervorragenden Absatzentwicklung in nahezu allen Zielmärkten, einer erfolgreichen Expansionsstrategie gepaart mit konsequentem Kostenmanagement und der Fortführung der Markeninvestitionen sowie dem Roll out der ORGANICS by Red Bull Range das Ergebnis weiter steigern und nochmals um mehr als **EUR 972 Mio. (+6,1%)** beim **Markenwert** zulegen. Zudem sind die Wachstums- und Investitionspläne für 2022 vielversprechend. Mit einem **Markenwert von EUR 16,961 Mrd.** führt Österreichs einziges GLOBAL TOP 100 Markenunternehmen unangefochten das Ranking der wertvollsten heimischen Markenunternehmen an.

Europas größter Gaming-Technologiekonzern **NOVOMATIC** konnte trotz pandemiebedingtem schwierigen Geschäftsumfeldes 2021 mit Innovationskraft, konsequenter Verfolgung der Nachhaltigkeitsziele, sowie Effizienzsteigerungsmaßnahmen Platz 2 mit einem **Markenwert von EUR 3,033 Mrd. (+2,2%)** festigen und auch im Sustainable Brand Ranking auf AAA und damit Platz vier vorrücken. Zahlreiche internationale Auszeichnungen und TOP-Platzierungen bei namhaften ESG-Ratings und die international höchst anerkannte Spielerschutz Zertifizierung G4 bestätigen dies eindrucksvoll.



### **TOP 3 Platzierung für SPAR**

Der heimische Lebensmittelriese **SPAR Österreich Gruppe** konnte seine Marktführerschaft trotz pandemiebedingter Herausforderungen weiter ausbauen, den Expansionskurs erfolgreich in allen Geschäftsbereichen fortsetzen und mit **+3,9% Markenwertzuwachs und EUR 2,432 Mrd. Markenwert** erstmals aufs Podest springen.

Österreichs wertvollste und nachhaltigste Finanzdienstleistungsmarke **Erste Group Bank** konnte mit einem **Markenwertplus** von **+8,4%** und einem **Markenwert von EUR 2,121 Mrd.** auf Platz 4 vorrücken und punktet bei Nachhaltigkeit, Social Banking und Diversität was zahlreiche namhafte ESG Ratings belegen. Auch die **Raiffeisen Banken Gruppe** konnte wieder **+5,0%** zulegen und mit **EUR 2,011 Mrd. Markenwert** Platz 7 halten.

### **ÖBB: nachhaltig und zukunftsorientiert TOP 5**

Unter dem Motto „HEUTE. FÜR MORGEN. FÜR UNS.“ konnten die **ÖBB**, Österreichs größtes Klimaschutzunternehmen und wertvollster heimische Mobilitäts- und Logistikanbieter einmal mehr seine Vorreiterrolle als Investitions- und Innovationstreiber und damit wichtiger Impulsgeber für die Wirtschaft mit innovativer Markeninszenierung und zahlreichen Produktinnovationen, den **Markenwert** um **+5,5%** auf **EUR 2,075 Mrd.** steigern und Platz 5 erfolgreich behaupten.

Weiter unter Druck, musste Österreichs wertvollster Luxusgüterkonzern **Swarovski** erneut einen kräftigen Markenwertrückgang von **-25,2%** hinnehmen und fällt mit einem **Markenwert** von **EUR 2,051 Mrd.** auf Platz sechs zurück. Der gestartete Transformationsprozess fruchte noch nicht, pandemiebedingte Umsatzeinbrüche und die anhaltende starke Konkurrenz im Kristallkomponentenbereich verstärken den Abwärtstrend.

Der drittgrößte Möbelkonzern weltweit **XXXLutz Gruppe** konnte trotz Pandemie **+1,1%** zulegen und macht mit **EUR 1,073 Mrd. Markenwert** die TOP10 komplett.

### **Sustainable Brand Rating Austria**

Das European Brand Institute hat wiederholt den Beitrag der Marken zur nachhaltigen Entwicklung in Österreich in den Sektoren: Verkehr, Versorgungsinfrastruktur, Energie, Gesundheits- und Sozialinfrastruktur, Finanzen, sowie Medien in 4 Kategorien: **Brand Leadership, Product/Services, Social Responsibility** und **Investment in Österreich** untersucht. Der Kriterienkatalog mit 52 Indikatoren, abgeleitet aus den UN-Nachhaltigkeitszielen (SDGs) der Agenda 2030 sowie ISO 20671, wurde mit dem „EBI Scoring Model“ bewertet und in ein „Sustainable Brand Rating“ übergeführt. Darüber hinaus wurden auch Österreichs wertvollste



Markenunternehmen auf Nachhaltigkeit bzw. extern wahrgenommenes nachhaltiges Handeln untersucht.

**Die Sektoren Leader sind: ÖBB** (Verkehr/AAA), **APG** (Versorgungsinfrastruktur/AAA), **Verbund** (Energie/AAA), **Erste Group Bank** (Finanzen/AAA), **Rotes Kreuz** (Gesundheits- und Sozialinfrastruktur/AAA), **ORF** (Medien/AAA).

Die **ÖBB** sind erneut **Österreichs führende Sustainable Brand**, gefolgt von **Erste Group Bank** und **Verbund**. Darüber hinaus hat sich in der Krise gezeigt, dass vor allem gemeinwirtschaftliche Markenunternehmen systemrelevanter Branchen, wie auch **APG** (Austrian Power Grid), **Rotes Kreuz** oder **ORF** Resilienz bewiesen haben und eine unverzichtbare Basis für Wirtschaft & Gesellschaft darstellen.

**Gerhard Hrebicek**, Studienautor, Präsident European Brand Institute, Sachverständiger für Marken- und Patentbewertung und ISO Vorsitzender zeigt folgende Erkenntnisse und Potenziale für Österreichs Markenunternehmen auf:

1. „Starke Marken, insbesondere **Sustainable Brands** geben Sicherheit in Krisenzeiten. Das zum dritten Mal durchgeführte **Sustainable Brand Rating** zeigte, dass die untersuchten Markenunternehmen ihre Scores verbessern konnten und Investitionen in Nachhaltigkeit wirken.“
2. „Durch die **Vertrauenswirkung der Marke** sind Umsatz, Margen und Gewinn stabiler, das Risiko wird reduziert und die Fremdkapitalkosten gesenkt und damit zahlreiche Leistungsindikatoren positiv beeinflusst.“
3. „**Marken und IP-Rechte** können **als Kollateral für Finanzierungen** dienen. In einer unserer letzten Studien sehen wir, dass starke Marken auch weniger Zinsen bezahlen. Eine bessere Verfügbarkeit von alternativen Finanzierungsformen basierend auf der monetären Bewertung von Marken und IP-Rechten würde mehr Wachstum freisetzen und Unternehmen in die Lage versetzen noch mehr zu investieren und zu innovieren.“

**Gerald Ganzger**, Partner Lansky, Ganzger, Göth, Frankl & Partner: „Das Motto unserer diesjährigen Pressekonferenz „In Brands We Trust“ unterstreicht die Bedeutung der „Garantie oder Vertrauensfunktion“ von Marken. Wir alle verbinden mit eingeführten Marken Vorstellungen hinsichtlich Qualität und Eigenschaften. Unser Lieblingskeks soll so schmecken und aussehen, wie immer.“

**Herbert Kovar**, Managing Partner Tax, Deloitte Österreich: „Gut etablierte und gut gemanagte Marken helfen den Wogen der globalen Zeiten- und Zinswende zu widerstehen, da sie Schutz gegen Inflation und Rezession bieten.“

# EBI Jahrespressekonferenz 2022

## ÖSTERREICHISCHE MARKENWERT STUDIE



**Kristin Hanusch-Linser**, Vizepräsidentin IAA Austria „Jetzt müssen Marken Haltung zeigen und ihren gesellschaftlichen Beitrag im Wandel beweisen“.

Die **Österreichische Markenwert Studie 2022** ermittelte zum neunzehnten Mal aus den „trend-TOP500 der umsatzstärksten Unternehmen Österreichs“ vom Juni 2022 jene heimischen Unternehmensmarken, die sich zu mehr als 45% in österreichischem Eigentum befinden und deren Markenwertermittlung nach den aktuellen internationalen Standards ISO 10668 und ISO 20671 erfolgte. Veröffentlicht werden die TOP 10 Österreichischen Markenunternehmen; die Analysen wurden anhand von über 180 Österreichischen Markenunternehmen in 16 Branchensegmenten durchgeführt.

### ÜBER EUROPEAN BRAND INSTITUTE

Das European Brand Institute (EBI), Partner von UNIDO, ist Europas führendes Institut für die Bewertung von immateriellen Vermögenswerten. Die Hauptaktivitäten konzentrieren sich auf Marken- und Patentbewertungen. Durch laufende Forschung sowie Beteiligung an der internationalen Standardisierung der Marken- und Patentbewertung - insbesondere der Erarbeitung von ISO-Standards zur Markenbewertung - sowie durch Advisory- und Beratungsleistungen in den Bereichen Unternehmensfinanzierung, Bilanzaktivierung, Implementierung von Markenmessungen und Reporting als auch für Investitionen in Marken trägt EBI zu einer nachhaltigen Entwicklung in Europa und weltweit bei. EBI und sein Markenbewertungsunternehmen sind weltweit die einzigen, die nach ISO 20671, 10668: 2010 und ÖNORM A 6800 zertifiziert sind und das Programm "ISO Certified Brand" anbieten.

[www.europeanbrandinstitute.com](http://www.europeanbrandinstitute.com)

#### Rückfragehinweis

European Brand Institute  
KommR DI Dr. Gerhard Hrebicek, MBA  
Tel. +43 676 846 00 77 00  
e: [office@europeanbrandinstitute.com](mailto:office@europeanbrandinstitute.com)  
[www.europeanbrandinstitute.com](http://www.europeanbrandinstitute.com)

#### Rückfragehinweis Presse

European Brand Institute  
Mag. Renate Altenhofer  
T: +43 676 846 00 7777  
[r.altenhofer@europeanbrandinstitute.com](mailto:r.altenhofer@europeanbrandinstitute.com)  
[www.europeanbrandinstitute.com](http://www.europeanbrandinstitute.com)