



marken, 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.

Anhand von über 160 österreichischen Unternehmen in 16 Branchensegmenten wurden Analysen durchgeführt.

### Umstrukturierungen

„Das Image Österreichs wird durch unsere Marken gebildet“, so Hrebicek. Globale Bedeutung kommt in jedem Fall dem Unternehmen Red Bull zu; dieses konnte seinen Markenwert erneut um +0,9% auf 15,247 Mrd. € ausbauen. Der Weltmarktführer für Energydrinks gilt international als Vorzeigeunternehmen in Sachen „Consumer Engagement“ und konsequenten Markeninvestitionen. Auf Red Bull folgt das Kristallimperium Swarovski; dieses glänzt mit einem Markenzuwachs von +2% und 3,507 Mrd. € Markenwert. Die strategischen Umstrukturierungsmaßnahmen haben wohl gegriffen – so erweisen sich die Kristallwelten als Publikumsmagnet.

Investitionen in kundennahe Dienstleistungen, Innovation und Neugeschäft zahlten in die Marke ein, außerdem punktet man mit dem internationalen Testimonial Miranda Kerr.

Als wachstumsstärkstes Markenunternehmen Österreich darf sich weiterhin Novomatic bezeichnen – mit erneut +8,4% beziehungsweise 246 Mio. € Markenzuwachs.

Das Unternehmen befindet sich in seinem erfolgreichsten



© AFP/Don Emmert

### Präsentation

Sie präsentierten die Markenwertstudie: Gerald Ganzger (Lansky, Ganzger & Partner), Helmut Hanusch (Verlagsgruppe News), Monika Poeckh-Racek (Admiral Casinos & Entertainment), Gerhard Hrebicek (European Brand Institute) und Gernot Mittendorfer (Member of the Management Board, Erste Group Bank).

Geschäftsjahr in der 36-jährigen Unternehmensgeschichte. Der weltweit tätige Full-Service-Anbieter der Gaming-Branche verfügt über mehr als 4.000 Marken, Patente und andere Schutzrechte. Das Unternehmen setzt auf die Verschmelzung von Gaming mit bekannten Themen der Popkultur, wie TV-Sendungen und Blockbuster. In diesem Bereich setzt man auf „Branded Games“ und verfügt über Lizenzen sowohl für die Batman-Trilogie von Christopher Nolan als auch die Sherlock Holmes-Verfilmung von Guy Ritchie.

Dem Konzern Spar beschert die Expansions- und Modernisierungsoffensive einen Markenzuwachs von +3% auf 2,263 Mrd. €. Alle drei Geschäftsfelder des Konzerns, der Lebensmittelhandel, der Sportfachhandel Hervis und die Shoppingcenter, verzeichneten Umsatzzuwächse.

Auch die ÖBB konnten ihren Markenwert um 0,1% auf 1,889 Mrd. steigern.

### Einbußen

Ebenfalls eine Steigerung konnten die Raiffeisen Banken Gruppe (+1,5%) und die Erste Bank Group (+6,2) verzeichnen.

Die Vienna Insurance Group (-16,5%) und die OMV (-8,5) büßten dagegen an Markenwert ein.

Die XXXLutz Gruppe konnte sich auf Platz 9 vorkämpfen.

Details der global über 3.500 analysierten Markenunternehmen in 16 Branchen durchgeführten Markenwert Studie „Global Top 100 2017“ und die daraus resultierenden Erkenntnisse zur volkswirtschaftlichen Bedeutung von Marken werden in diesem Herbst präsentiert.

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

### Top 10 Brand Corporations

Marke	2016	2015	Veränderung in %
Red Bull	15.247	15.111	+0,9
Swarovski	3.507	3.437	+2,0
Novomatic	3.169	2.923	+8,4
Spar	2.263	2.197	+3,0
ÖBB	1.889	1.888	+0,1
Raiffeisen	1.869	1.841	+1,5
Erste Group	1.654	1.558	+6,2
OMV	1.175	1.284	-8,5
XXXLutz	867	856	+1,2
Vienna Insurance Group	791	947	-16,5

Quelle: European Brand Institute; Markenwert in Mio. Euro

Uns geht es schon immer darum, ein Bewusstsein für Marken zu schaffen“, beschreibt Gerhard Hrebicek, Herausgeber der Österreichischen Markenwert Studie, die Intention der Erhebung.

Vergangenen Mittwoch konnte abermals bewiesen werden, dass in Sachen Markenwert Red Bull der Überflieger Österreichs ist.

In einer Pressekonferenz im News Tower wurde die Österreichische Markenwert Studie präsentiert. Aus den „Trend Top 500“ vom Juni 2017 ermittelte man jene heimische Unterneh-