

UNTERNEHMENSWERT

Markenwert-Studie: Red Bull top, Swarovski wächst am stärksten

Mit Abstand die Nummer eins ist immer noch Red Bull. Besonders stark wuchsen alle Top 5 Unternehmen, die 2016 ihren Marktwert im Schnitt um 2,5 Prozent steigerten.

Wien – Red Bulls Markenwert stieg 2016 um zwei Prozent auf 15,11 Mrd. Euro. Wachstumsmeister war aber das zweitplatzierte Swarovski mit einem Plus von 5,3 Prozent auf 3,44 Mrd. Euro. Auf Red Bull entfiel fast die Hälfte des Markenwertes der Top 10 Österreichischen Unternehmen (32 Mrd. Euro). Unter den Top 5 Unternehmen waren auch Novomatic, Spar, ÖBB.

Der Markenwert eines Unternehmens macht über 40 Prozent des Unternehmenswertes aus - Tendenz steigend. Als österreichisch wird jede Marke angesehen, die sich zu mehr als 45 Prozent in österreichischem Eigentum befindet.



Red Bulls Markenwert stieg 2016 um zwei Prozent auf 15,11 Mrd. Euro. ©zenhäusern

WERBUNG

Mehr erfahren

Kontaktlos zahlen mit Karte oder Handy.

[» Mehr Informationen](#)

Raiffeisen Meine Bank

inRead invented by Teads

Dass es den heimischen Marken gut geht, sei sehr wichtig für den Wirtschaftsstandort Österreich, da sie stärker als die Wirtschaft wachsen und andere Brands anziehen. Das Land könne sich glücklich schätzen, dass „Zugbulle Red Bull“, zu 49 Prozent in österreichischem Eigentum, sich als österreichisches Unternehmen vermarktet, so Gerhard Hrebicek, Vorstand des European Brand Institute, in einer Pressekonferenz am Mittwoch in Wien.

Der Markenwert hat viele Rahmenbedingungen

Welche Strategie zur Steigerung des Markenwertes wirklich aufgeht, sei schwer zu sagen, da der Markenwert von vielen Rahmenbedingungen abhängig sei.

Sportsponsoring, das acht der zehn wichtigsten österreichischen Marken nutzen, scheint sich dennoch auszuzahlen. Der Grund dafür sei, dass man beim Sport den Kunden sehr emotional erwische, sind sich Monika Poeckh-Racek, CSR-Chefin von Novomatic, Werner Kuhn, Marketingchef bei Rapid und der Anwalt Gerald Ganzger einig.

Die wechselnden Rahmenbedingungen ließen jedes Unternehmen im Laufe der Zeit kurzfristige Verluste des Markenwertes wegstecken. Ausnahme sei die Novomatic-Gruppe, die seit Beginn der Studie vor 13 Jahren jedes Jahr ihren Wert steigerte. Bei einem aktuellen Markenwert von 2,92 Mrd. Euro ist der Glücksspielkonzern seit 2013 unter den Top 3 österreichischen Unternehmen.

Der Markenwert der Top 100 österreichischen Unternehmen stieg 2016 im Vergleich zum Vorjahr um 1,3 Prozent. Besonders stark wuchsen die Top 5 Firmen - Red Bull um 2 Prozent, Swarovski um 5,3 Prozent, Novomatic um 3,2 Prozent, Spar um 2,3 Prozent und die ÖBB um 0,9 Prozent. Dieses Jahr verloren unter den Top 10 Firmen aber auch drei an Wert: Raiffeisen 5,7 Prozent, OMV 8,3 Prozent und VIG 12,2 Prozent. (APA)