

VERTRAULICH VORAB:

SPERRFRISTVERMERK: 8.7.2015, 11.00 UHR

Die Österreichische Markenwert Studie 2015

eurobrand 2015 – Austria

Präsentation & Pressekonferenz

8. Juli 2015



Das Podium

- **KR Dr. Gerhard HREBICEK, MBA**
Herausgeber eurobrand 2015
Vorstand European Brand Institute
- **Roswitha HASSLINGER**
Geschäftsführerin Hasslinger Consulting
Co-Herausgeberin „best2trust“-Studie
- **Dr. Kristin HANUSCH-LINSER**
Vizepräsidentin IAA Austrian Chapter
Head of Marketing, Communications and Public Affairs, ÖBB Holding

KR Dr. Gerhard Hrebicek



Herausgeber eurobrand 2015 - Austria

Vorstand European Brand Institute

Vorsitzender des Ausschusses für Marken- und Patentbewertung,
Vorsitzender ISO Development Committee „Brand Evaluation“

Allgemein beeideter und gerichtlich zertifizierter Sachverständiger

Wir sind die unabhängigen Experten für Marken- und Patentbewertung in Europa - weltweit erstmals und als Einzige nach ISO 10668 und ÖNORM A 6800 zertifiziert.



Basierend auf einer fast 20-jährigen Erfahrung sind wir als Sachverständige tätig für:

- ✓ Marken- und Patentbewertung
- ✓ Lizenzberechnung
- ✓ Marken- und Patent Wertanalysen
- ✓ Marken & IP -Reporting
- ✓ Monitoringsysteme
- ✓ Beratung für IP wertorientierte Unternehmensstrukturen

Anwendungen von Marken- & IP Bewertungen:

- ✓ An- und Verkauf von Marken und Patenten
- ✓ Sacheinlagen
- ✓ Unternehmensübernahmen
- ✓ Bilanzierung von Marken und Patenten
- ✓ Grundlagen für Kreditsicherungen
- ✓ Ermittlung von Lizenzen
- ✓ Bestimmung des Streitwertes
- ✓ Ermittlung von Schadenersatzforderungen
- ✓ Verwertung von gepfändeten Marken & Patenten

ISO – Brand Evaluation



Brand evaluation ...

... is a comprehensive and systematic diagnosis to the brand value.

... can bring monetary or non-monetary conclusions.

... delivers advices for the brand management.



- The implementation approach is used differently which influences the international **comparability and impartiality** of evaluation results.
- There is a need of standardization for the establishment of unified international brand evaluation **rules, framework and guidance.**



ISO – Brand Evaluation



Timing - Development Process



- National Mirror Committees with representatives of the brand industry
- Pilot projects in the industry
- Strong input for the industry with the goal of a standard
- Easy to adapt and applicable for future clients
- Certification of pilot partners in 2018
- Marketing for standard with certified companies (~ 50-100 worldwide)

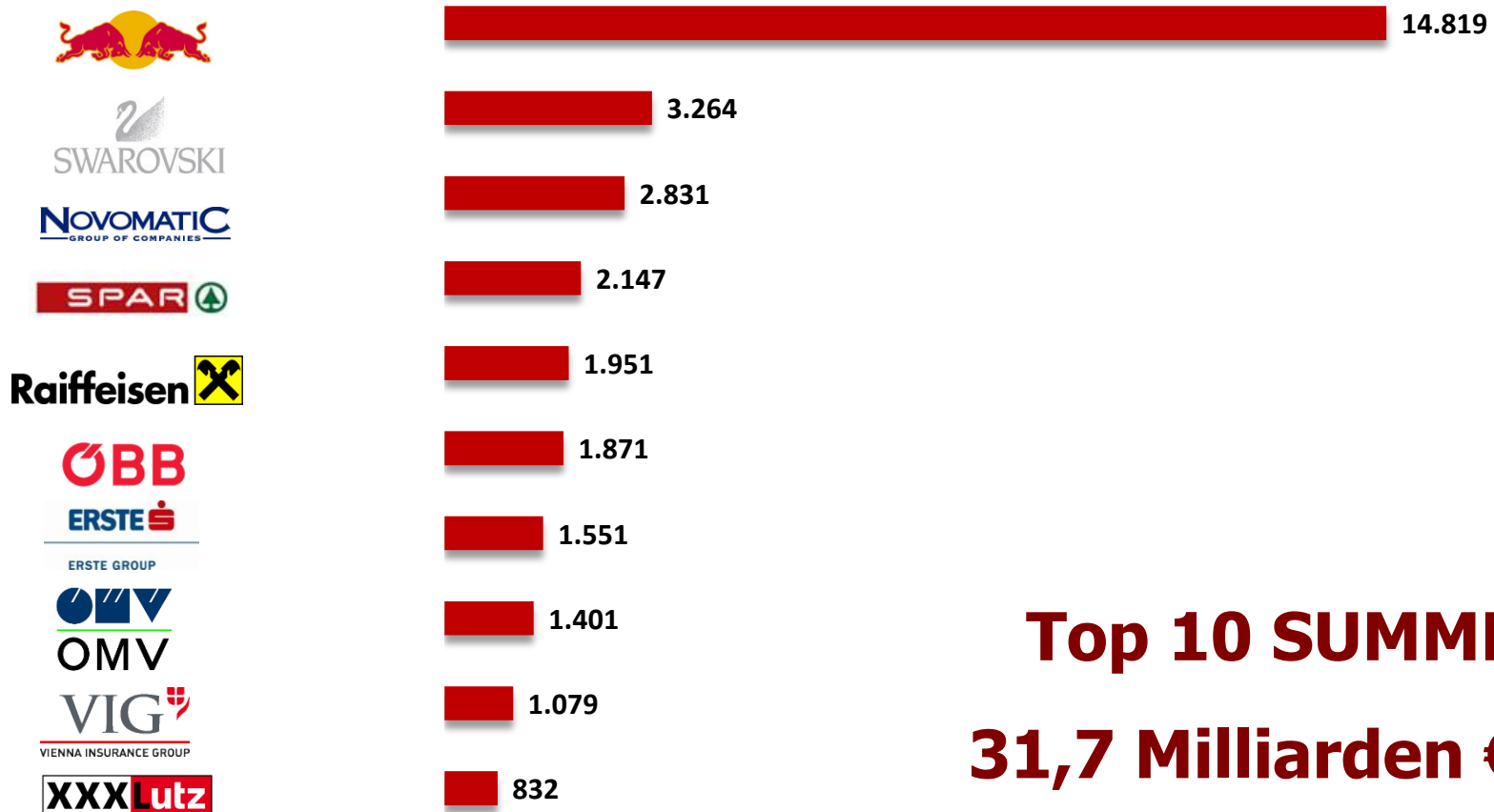


ÖSTERREICHISCHE MARKENWERTSTUDIE 2015

TOP 10 BRAND CORPORATIONS

eurobrand

Markenwert in Mio. €



Top 10 SUMME
31,7 Milliarden €

Markenwert Zuwachs in %

NOVOMATIC
GROUP OF COMPANIES



8,0%

OBB



5,5%

ERSTE

ERSTE GROUP



4,1%

Markenwert Zuwachs in Mio. €

NOVOMATIC
GROUP OF COMPANIES



OBB



ERSTE

ERSTE GROUP



ÖSTERREICHISCHE MARKENWERTSTUDIE 2015

BRANCHENLEADER BRAND CORPORATIONS

eurobrand

• Automotive



• Business Services



• Consumer Goods



• Durables



• Financial Services



• Gaming



• Industry



• IT & Technology



• Logistics



• Luxury



• Media



• Pharma



• Retail



• Travel & Tourism



• Utilities



Erkenntnisse

- **Novomatic Gruppe** - relativer und absoluter **Wachstumssieger** seit 2013 in den Top 3 im Gesamtranking, zeigt seit Beginn der Studie als einziges Markenunternehmen **jährliche Zugewinne** im Markenwert
- **Erste Bank** und **ÖBB** wachsen kontinuierlich
- **Erstmals in den TOP 10: Vienna Insurance Group** und **XXL-Lutz Gruppe**

Wiederbelebung „altbewährter“ Marken

- Neu Aufladen von „altbewährten“ Marken in Kombination mit Innovationen sind wesentliche Treiber des Markenwertes
- Beispiele: Post, OMV, KTM, ÖBB, VIG, Erste Bank, Raiffeisen, Novomatic

Vertrauen und Loyalität schaffen Markenwerte

- „Heritage Brands“ bringen das Vertrauen und die Loyalität der Konsumenten und Stakeholder mit und können so durch innovatives Markenmanagement auf diese Fundament aufbauen und Markenwerte schaffen.



Erkenntnisse

Ganzheitliches und wertorientiertes Markenmanagement als Werttreiber

- Der Mix aus effektiven und effizienten Markeninvestitionen in Markenschutz, Produkte, Dienstleistungen, Innovationen, sowie einem breitangelegten Stakeholder-Dialog, verbunden mit nachhaltigen Kommunikationsmaßnahmen (PR, Werbung, social media, Sponsoring, Events, etc.) führen zu Vertrauen, Kundenzufriedenheit und Loyalität, höheren Umsätzen und Erträgen sowie steigenden Marktanteilen.

Weltweiter neuer ISO Standard „Brand Evaluation“

- Aufgrund der steigenden globalen Bedeutung von Markenwerten und Markenmanagement entsteht ein neuer ISO Standard „Brand Evaluation“, mit Gerhard Hrebicek als Vorsitzenden des ISO Development Committee „Brand Evaluation“. Damit werden künftig Dimensionen, Indikatoren und Prozesse für das Markenmanagement und die Markenbewertung weltweit standardisiert.

Ausblick



*W*OMEN
LEADERSHIP FORUM
FRAU MACHT ZUKUNFT
16. September 2015



Veröffentlichung Herbst 2015

eurobrandforum
BRANDS RELOADED
14. Oktober 2015



BRAND [LIFE] AWARD



European Brand Institute

SETTING NEW STANDARDS

www.europeanbrandinstitute.com

CONTACT:

KR Dr. Gerhard Hrebicek, MBA

g.hrebicek@eurobrand.cc

T:+ 43 1 532 1000 52