



16. ÖSTERREICHISCHE MARKENWERT STUDIE TOP 10 BRAND CORPORATIONS AUSTRIA 2019

**PRÄSENTATION & PRESSEKONFERENZ
3. JULI 2019**



DAS PODIUM



KR DI Dr. Gerhard Hrebicek, MBA

Herausgeber Österreichische Markenwertstudie 2019
Präsident European Brand Institute



Dr. Gerald Ganzger

Rechtsanwalt, Lansky, Ganzger & Partner



Mag. Herbert Kovar

Managing Partner Tax, Deloitte Österreich



Mag. Monica Rintersbacher

Geschäftsführerin Leitbetriebe Austria

AGENDA



- Begrüßung
- Internationale Trends zum MARKENWERT
 - Internationale Trends
 - Neue Ära der Marken Evaluierung - ISO 20671 bringt Transparenz & Qualität
- Präsentation TOP 10 BRAND CORPORATIONS AUSTRIA
 - Top 10 Markenunternehmen und Entwicklungen
 - Milliardenpotenzial
 - Österreichische Markeninitiative
- Statements
 - Europa der Regionen – Marken der Regionen
 - Rahmenbedingungen für Markenunternehmen schaffen
 - Wirtschaft - Region – Marke – Mitarbeiter (Employer Branding)
- Q & A



MISSION

EUROPEAN BRAND INSTITUTE GROUP

The European Brand Institute is Europe's leading institute for the evaluation of intangible assets. Our key activities emphasize around brand value.

We



promote brand value awareness



support european / global brand management



engage actively in brand value research and standards development



Implement global standards

SERVICES

EUROPEAN BRAND INSTITUTE



IP VALUATION & EVALUATION SERVICES

- Brand and Patent Evaluation & Valuation
- Brand Measurement & Reporting
- Intangible Asset Impairment Reviews (IAS 36 / FAS 142)
- IP - Asset Transfer Valuations
- Royalty Rate - Expert Opinions
- Function and Risk Analysis

WITH SPECIALIZED PARTNERS

- Setup of Brand & IP companies
- Balance sheet - brand & IP activation
- Brand Status / Portfolio analysis
- Trademark Registration & Observation Services
- Market Research Design and Management
- Competitor Benchmarking

VALUE BASED BRAND MANAGEMENT CONSULTING SERVICES

- ISO 20671 compliant Brand Consulting
- Brand & IP (Co) Strategy
- ISO 20671 Brand Tracking
- Implementation of Brand Measurement, Reporting & Governance Systems
- Preparation for ISO 20671 Certification
- Brand Rating Improvement

FOR COURTS

- Expert Witness Opinions on various IP related questions
- Brand and Patent Infringement and Damages Assessment
- Loss of Profits / Value Calculations for IP
- Opinions on Licence Fees
- Opinions on IP Rights and their monetary Value



INTERNATIONALE TRENDS



MEGATREND MARKE – GLOBALE AKTIVITÄTEN, MARKENWERT



CHINA & USA – BRAND LEADER vs. Europas Markenausverkauf



SUSTAINABLE BRANDS – SDGs – UNIDO PROGRAMM

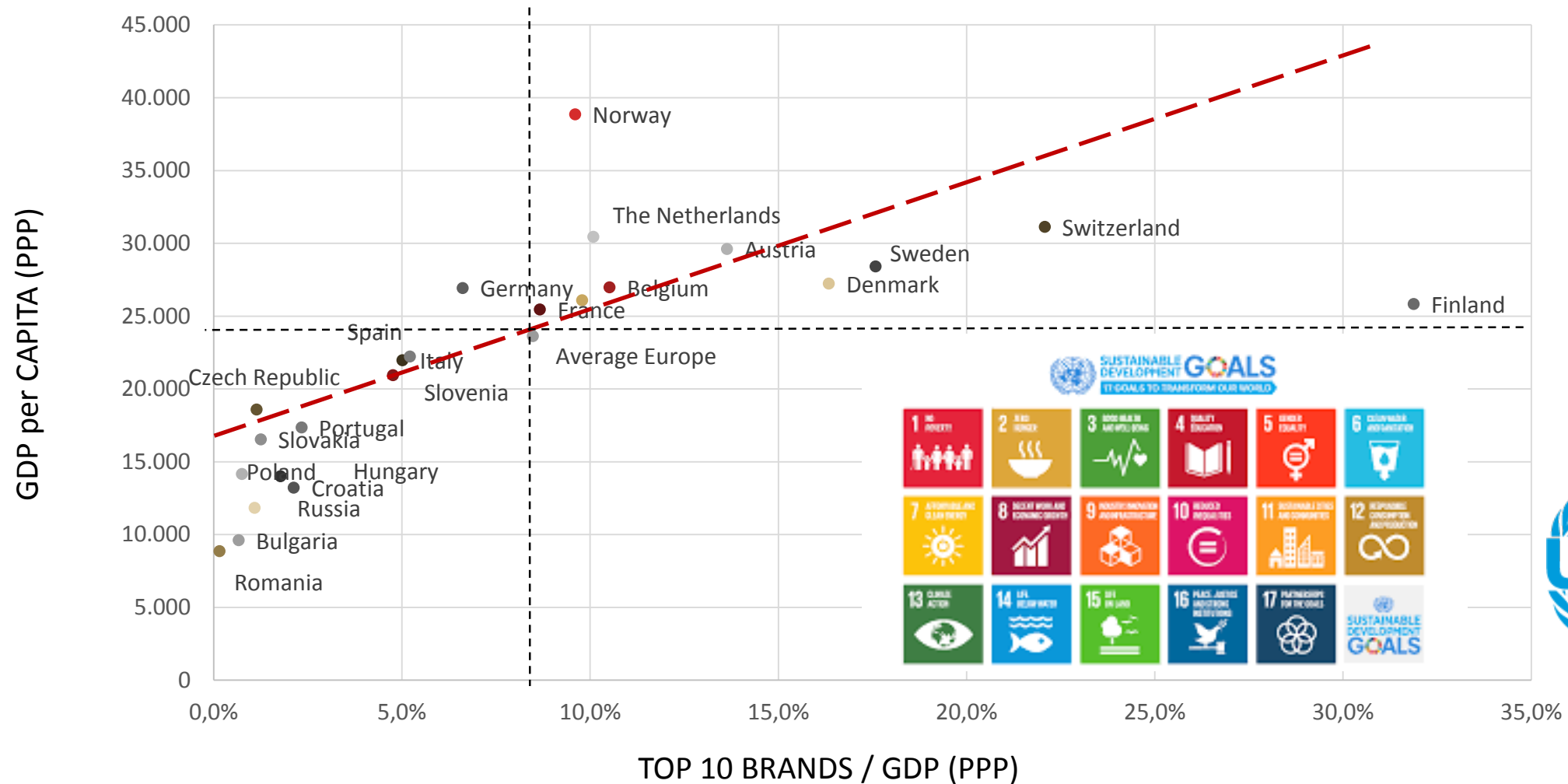


INTERNATIONALER STANDARD – TRANSPARENZ
BRAND ANNUAL REPORT - GI BRANDS



MILLIARDENWERTE – MILLIARDENPOTENZIAL

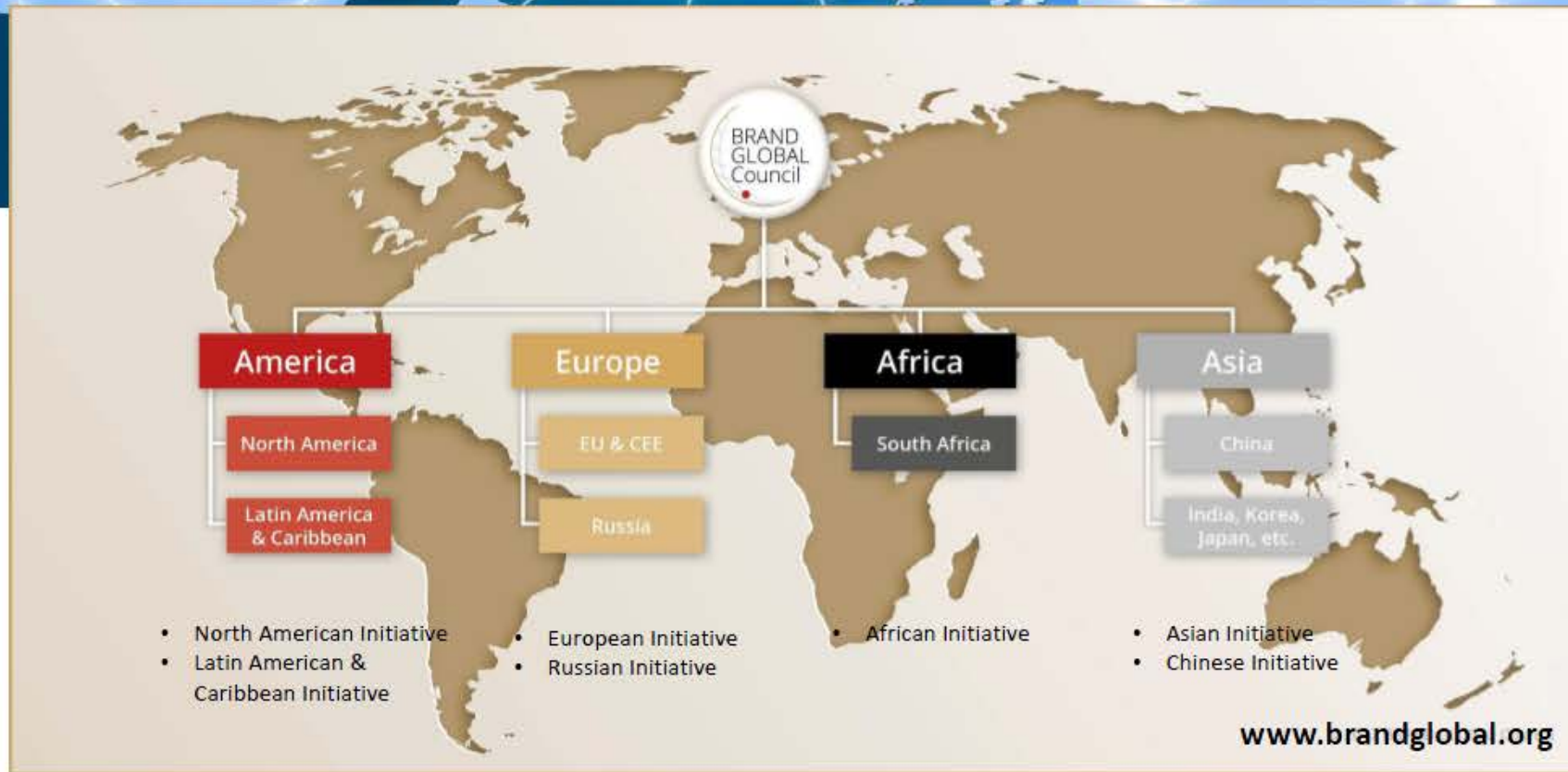
BRANDS CREATE PROSPERITY



in cooperation
with



Global and Local Brand Initiatives



Develop regional initiatives to create awareness and assist organizations to communicate and improve the business and societal value of brands.

in cooperation with



**BRAND
GLOBAL
SUMMIT**



Certification

Postgraduate

MBA

Live a Brand Life – Join the Brand Academy

www.brand-academy.org

in accordance with



ISO 20671



CERTIFIED BRAND

ISO 20671

THE INTERNATIONAL SEAL OF
QUALITY FOR VALUABLE BRANDS

TRIGGERS IMPROVEMENTS IN BRAND MANAGEMENT
LEADING TO VALUE CREATION

www.certified-brand.com



Know-how Transfer through the implementation process
Optimization of brand management processes
Turn your brand into an asset that can also be activated

GLOBAL BRAND EVALUATION STANDARD

ISO 20671 – from VIENNA to the WORLD



- Start der Initiative in Wien 2004, Leitung Dr. Gerhard Hrebicek
- Publikation ISO 20671 im März 2019
- ISO 20671 ermöglicht, die Messung, das Management, das Reporting und damit Investitionen in die Markenentwicklung zu tätigen und zu verfolgen.
- Organisationen nutzen den ISO Prozess, um intern, an ihre Boards und extern an Stakeholder-Communities / Öffentlichkeit zu berichten. Dies führt zu höheren Markenwerten und besseren Finanzergebnissen.



DAS ZERTIFIZIERUNGSPROGRAMM FÜR WERTVOLLE(RE) MARKEN



- Erstes internationales Gütesiegel für Marken basierend auf einem objektiven Standard.
- Zertifizierte Organisationen arbeiten an ihrer Zukunftsfitness und dokumentieren die Umsetzung höchster Standards in der Markenführung um den Wert der Marke zu steigern.

Entwickelt vom
European Brand Institute
in Zusammenarbeit mit
ISO/Austrian Standards International
und dem **Brand Global Council**.



KMUs &
Großunternehmen



Städte &
Regionen



Vereine &
Verbände



TOP 10 BRAND CORPORATIONS

ÖSTERREICHISCHE MARKENWERT STUDIE 2019



2019	2018	Marke	Markenunternehmen	Sektor	MW in Mio EUR	Veränderung
1	1		Red Bull	Konsumgüter	13.185	↑ +0,9%
2	2	SWAROVSKI	Swarovski	Luxusgüter	3.465	↓ -1,1%
3	3		Novomatic Group	Gaming	3.433	↑ +0,7%
4	4		Spar Österreich Gruppe	Handel	2.072	↑ +1,5%
5	5		Raiffeisen Gruppe	Finanzdienstleistungen	2.059	↑ +0,9%
6	6		ÖBB	Reisen & Tourismus	1.894	↑ +0,1%
7	7		Erste Group	Finanzdienstleistungen	1.825	↑ +4,2%
8	8		OMV	Versorgung	1.330	↑ +8,2%
9	9		XXXLutz	Handel	909	↑ +1,1%
10	18		Signa Retail	Handel	904	↑ +43,5%

TOP 10 BRAND CORPORATIONS

ÖSTERREICHISCHE MARKENWERT STUDIE 2019



TOP 10 Brand Corporations 2019

Markenwert in Mio. EUR im Vergleich zum Vorjahr*

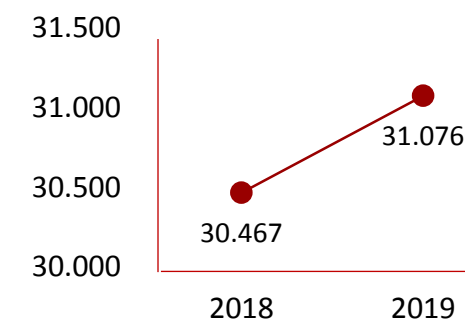
1.		€ 13.185	↑	+0,9%
2.	SWAROVSKI	€ 3.465	↓	-1,1%
3.		€ 3.433	↑	+0,7%
4.		€ 2.072	↑	+1,5%
5.		€ 2.059	↑	+0,9%
6.		€ 1.894	↑	+0,1%
7.		€ 1.825	↑	+4,2%
8.		€ 1.330	↑	+8,2%
9.		€ 909	↑	+1,1%
10.		€ 904	↑	+43,5%



Wachstumssieger TOP 10 Brand Corporations 2019

1		+ 43,5%
2		+ 8,2%
3		+ 4,2%

Entwicklung Markenwert TOP 10 Vergleich Vorjahr



* basierend auf TREND TOP 500 vom Juni 2019



Europa der Regionen- Marken der Regionen

Eine Kurzdarstellung anlässlich der Präsentation der Österreichischen Markenwert Studie
European Brand Institute

03. Juli 2019

RA Dr. Gerald Ganzger

1. Europa der Regionen



Darunter wird ein politisches Konzept der EU verstanden, das die Regionen in den EU und Mitgliedsländern fördern soll. Die EU hat das Ziel, damit die Entwicklung und Eigenständigkeit der Regionen zu unterstützen.

Bedeutsam insbesondere für:

- Vermarktung der Produkte aus der Region
- Tourismus
- Infrastruktur

Mit diesem Konzept soll somit die Wettbewerbsfähigkeit der Region gestärkt werden.

2. Marken der Regionen

Die Besonderheiten, die Charakteristika und die Leistungen einer Region sollen natürlich auch nach außen hin kommuniziert und versinnbildlicht werden. Die Region soll von anderen Regionen unterscheidungsfähig gemacht werden.

Dazu bedarf es, so wie bei allen Produkten und Dienstleistungen, einer Marke.

gemeinsam
sind wir
marke



Unternehmen/Arbeitgeber/Region

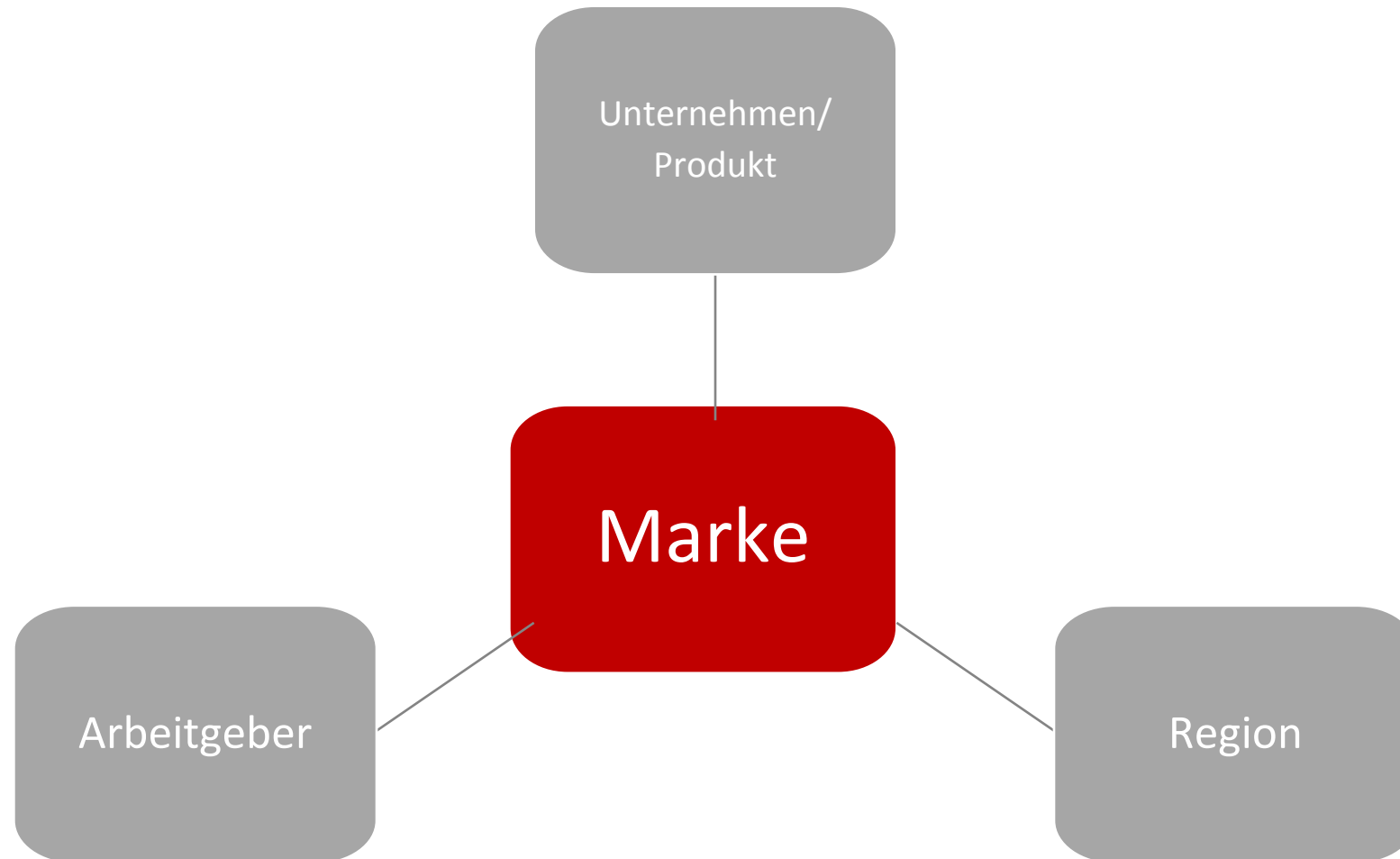


Mag. Monica Rintersbacher
Geschäftsführerin Leitbetriebe Austria

rintersbacher@leitbetriebe.at
www.leitbetriebe.at



Marke = Wertschäftungsmotor





Pressekonferenz

Österreichische Markenwert Studie 2019

Herbert Kovar

ÖSTERREICHISCHE MARKENWERT STUDIE 2019



“ BRAND IS THE ART OF BEING NUMBER ONE
IN CUSTOMERS' MINDS. BRAND MANAGEMENT
IS THE ABILITY TO TURN IT INTO VALUE. ”

KR DR. GERHARD HREBICEK, MBA
PRESIDENT
EUROPEAN BRAND INSTITUTE



CONTACT

-  Börsegasse 9/8, A-1010 Vienna
-  +43 1 532 1000 23
-  office@europeanbrandinstitute.com
-  www.europeanbrandinstitute.com

