



PRESSEINFORMATION

(Wien, 30.6.2021)

EBI-Studie: Marke sticht Krise

**1.Red Bull, 2.Novomatic, 3.Swarovski, Best Sustainable Brand ÖBB,
Wachstumssieger Verbund**

Zum **18. Mal** hat das **European Brand Institute (EBI)** seine **Österreichische Markenwert Studie** durchgeführt und die wertvollsten Markenunternehmen ermittelt. Die Ergebnisse wurden am 30. Juni 2021 vor Medienvertretern und Markenverantwortlichen präsentiert. Elektronische Pressemappe: <https://www.europeanbrandinstitute.com>

Laut Studienautor **Gerhard Hrebicek**, Präsident European Brand Institute „war 2020, geprägt durch die weltweite Pandemie, ein schwieriges aber auch positives Jahr. Die Markenwertentwicklung der TOP10 wertvollsten Markenunternehmen Österreichs mit **-1,4% Verlust** im Vergleich zu **-6,6% BIP Rückgang** stellt eine durchaus starke Position der Markenunternehmen dar. Nachhaltige Marken sind als Profiteure gestärkt aus der Krise hervorgegangen. Antizyklische Investments in Marken unterstützen die „Post Covid-19 Recovery“.

Die zehn wertvollsten Austro-Markenunternehmen sind zusammen mehr als EUR 33,5 Mrd. wert, zeigen jedoch bei der Markenwertentwicklung ein sehr durchwachsenes Bild mit einer Bandbreite von -20% bis +15%. Als **wachstumsstärkstes Markenunternehmen 2021** rückte Österreichs führendes Energieunternehmen **Verbund** dank nachhaltiger Innovationskraft mit **+14,9% Markenwertwachstum** und einem **Markenwert von EUR 1,342 Mrd.** auf Platz 8 vor, während der heimische Mineralölkonzern **OMV** mit **EUR 1,241 Mrd. Markenwert** einen Rückgang von **-16%** verzeichnete und Platz 9 einnimmt.

Red Bull weiter auf Expansionskurs

Der Energy-Drink-Riese **Red Bull** konnte auch im Corona-Jahr 2020 dank neuer Zielmärkte das Ergebnis weiter steigern und nochmals **+5,8%** beim **Markenwert** zulegen. Zudem sind die Wachstums- und Investitionspläne für 2021 vielversprechend. Mit einem **Markenwert von EUR 15,988 Mrd.** führt Österreichs einziges GLOBAL TOP100 Markenunternehmen unangefochten das Ranking der wertvollsten heimischen Markenunternehmen an.

Der global agierende Gaming-Technologiekonzern **NOVOMATIC** musste im Jubiläumsjahr 2020 zwar Corona-bedingt signifikante Umsatzeinbußen hinnehmen, konnte allerdings mit konzernweiten nachhaltigen Effizienzsteigerungsmaßnahmen und Innovationskraft Platz 2 mit einem **Markenwert von EUR 2,968 Mrd. (-16,3%)** verteidigen. Mit dem Erhalt einer Sportwettenlizenz in Deutschland von ADMIRAL, Zuwachsen im Online-Segment sowie internationalen Auszeichnungen - wie das dritte Mal in Folge „Casino Supplier of the Year“ und



TOP-Platzierungen bei internationalen ESG-Ratings - scheint der weltweit führende Full-Service-Anbieter der Gaming Industrie bestens gerüstet für die Zukunft.

Weiter unter Druck, musste Österreichs wertvollster Luxusgüterkonzern **Swarovski** einen Markenwertrückgang von **-20,8%** hinnehmen, hält aber weiterhin Platz 3 mit einem **Markenwert von EUR 2,741 Mrd.**

Der heimische Lebensmittelriese **SPAR Österreich Gruppe** trotz der Krise, setzt seinen Expansionskurs mit dem zweithöchsten Markenwertwachstum (**+8,8%**) fort und reüssiert mit **EUR 2,341 Mrd. Markenwert** weiterhin auf Platz 4.

ÖBB: nachhaltig und zukunftsorientiert TOP5

ÖBB, der wertvollste heimische Mobilitäts- und Logistikdienstleister, konnte seinen **Markenwert** um **+2,9%** auf **EUR 1,967 Mrd.** weiter steigern und auf **Platz 5** vorrücken. Österreichs größtes Klimaschutzunternehmen bestätigte einmal mehr seine Vorreiterrolle mit innovativer Markeninszenierung, zahlreichen Produktinnovationen, wie Ausbau des Nightjet-Streckennetzes, Bahnstrom-Solarkraftwerksoffensive, sowie stringenter Umsetzung der konzernweiten Kommunikationsstrategie unter dem Motto „Wir verbinden Zukunft“, welche neben hohen Zuwachsraten auf allen Social Media Kanälen gelebte Kundenorientierung und die starke Employer Brand in den Mittelpunkt rückte.

Traditionelle Retail-Banken waren im Krisenjahr 2020 bedingt durch pandemiebedingte Zukunftsängste unter Druck geraten, könnten sich jedoch erholen. **Erste Group Bank** bleibt **Österreichs wertvollste Finanzdienstleistungsmarke** mit einem **Markenwert von EUR 1,956 Mrd.** und punktet bei Nachhaltigkeit, Social Banking und Diversität, musste aber ein Markenwert-Minus von **-7,4%** verbuchen, was Platz 6 ergab. Auch die **Raiffeisen Banken Gruppe** musste aufgrund des herausfordernden Umfeldes einen Einbruch von **-7,1%** auf **EUR 1,915 Mrd. Markenwert** hinnehmen und nimmt Platz 7 ein.

Der drittgrößte Möbelkonzern weltweit **XXXLutz Gruppe** ist weiter auf Wachstumskurs und konnte im Corona-Jahr satte **+4,9%** zulegen und macht mit **EUR 1,062 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 5 Sektoren: Verkehr, Versorgungsinfrastruktur, Energie, Gesundheits- und Sozialinfrastruktur, Finanzen, sowie Handel und 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. In Kooperation mit der FH St. Pölten, Lehrgang Werbung und Markenführung, wurden erstmals 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/AA+), **ORF** (Medien/AAA), **Spar** (Handel/AA+).

Die **ÖBB** punkten mit Bestplatzierungen in den Kategorien Product/Services, Social Responsibility und Investment für Österreich und sind **Österreichs führende Sustainable Brand**, gefolgt von **Verbund** und **Erste Group Bank**. Darüber hinaus hat die Corona Krise eindrucksvoll aufgezeigt, dass vor allem gemeinwirtschaftliche und Sustainable Brands, wie **APG** (Austrian Power Grid), sowie Markenunternehmen systemrelevanter Branchen wie **ORF** und **Spar** Resilienz bewiesen haben und 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** bewähren sich als Bollwerk in der Krise.
2. Das erstmals auch für die TOP10 wertvollsten Markenunternehmen durchgeführte **Sustainable Brand Rating** zeigt, dass sich die Investitionen in Nachhaltigkeit rechnen.
3. Marken können als **substanzielle Vermögenswerte** gesehen und als Sicherheit für Bankfinanzierungen eingesetzt werden. Sowohl steuerliche als auch finanzierungsrelevante Rahmenbedingungen, sowie Förderungen und Programme dieser Art existieren bereits in Asien. Österreich und Europa wären gefordert, ebenfalls ein **Sustainable Brand Programm** zur Absicherung und Ankurbelung der Wirtschaft zu entwickeln.
4. Mit der **ISO 20671** und **ISO 10668** stehen weltweit gültige und akzeptierte Richtlinien zur Bewertung des Assets Marke und damit auch als Grundlage für Finanzierungen zur Verfügung.

Gerald Ganzger, Partner Lansky, Ganzger & Partner: „Das für uns alle so wichtige Thema der „Nachhaltigkeit“ muss auch durch entsprechende Entwicklung und Führung von Marken unterstützt werden. Damit eine Marke diese Aufgabe erfüllen kann, muss sie aber selbst auch „nachhaltig“ sein, dies ist nur dann gewährleistet, wenn die Marke eingetragen ist.“

Herbert Kovar, Managing Partner Tax, Deloitte Österreich: „Die Corona-Pandemie hat gezeigt: Unternehmen mit starken und gut etablierten Marken sind in der Krise widerstandsfähiger. Grund

EBI Jahrespressekonferenz 2021

ÖSTERREICHISCHE MARKENWERT STUDIE



dafür ist die Fähigkeit von starken Marken, langfristige und nachhaltige Cash-Flows zu erwirtschaften. Daher können diese Unternehmen kurzfristige, krisenbedingte Cash-Flow-Ausfälle besser ausgleichen. “

ÖBB Vorstandsvorsitzender **Andreas Matthä**: „Die gute Gesamtplatzierung und die Spitzenposition im Sustainable Brand Ranking sind für uns Erfolg und Auftrag zugleich. Es zeigt sich, dass wir mit Glaubwürdigkeit in der Klimaschutz-Kommunikation die Marke ÖBB weiterhin stärken können. Eine Linie, die wir mit Sicherheit auch in Zukunft fahren werden. Im Bereich Mobilität sind die ÖBB schließlich einer der entscheidenden Hebel auf dem Weg zu einem leistbaren CO2-freien Verkehrsangebot.“

Die **Österreichische Markenwert Studie 2021** ermittelte zum achtzehnten Mal aus den „trend-TOP500 der umsatzstärksten Unternehmen Österreichs“ vom Juni 2021 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" für Unternehmen, Regionen und Manager anbieten. www.europeanbrandinstitute.com

Rückfragehinweis

European Brand Institute
KommR DI Dr. Gerhard Hrebicek, MBA
Tel. +43 676 846 00 77 00
e: office@europeanbrandinstitute.com
www.europeanbrandinstitute.com

Rückfragehinweis Presse

European Brand Institute
Mag. Renate Altenhofer
T: +43 676 846 00 7777
r.altenhofer@europeanbrandinstitute.com
www.europeanbrandinstitute.com