

Die Österreichische Markenwert Studie 2013

eurobrand 2013 – Austria

Präsentation & Pressekonferenz

3. Juli 2013



Das Podium

- **KommR DI Dr. Gerhard HREBICEK, MBA**
Herausgeber eurobrand 2013 - Austria
Vorstand European Brand Institute
- **Dr. Friedrich RÖDLER**
Präsident Österreichisches Patentamt
- **Dr. Gerald GANZGER**
Rechtsanwalt, Lansky, Ganzger & Partner
- **Dr. Hannes REICHMANN**
Head of Corporate Communications, Novomatic Group of Companies



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



Zielsetzung

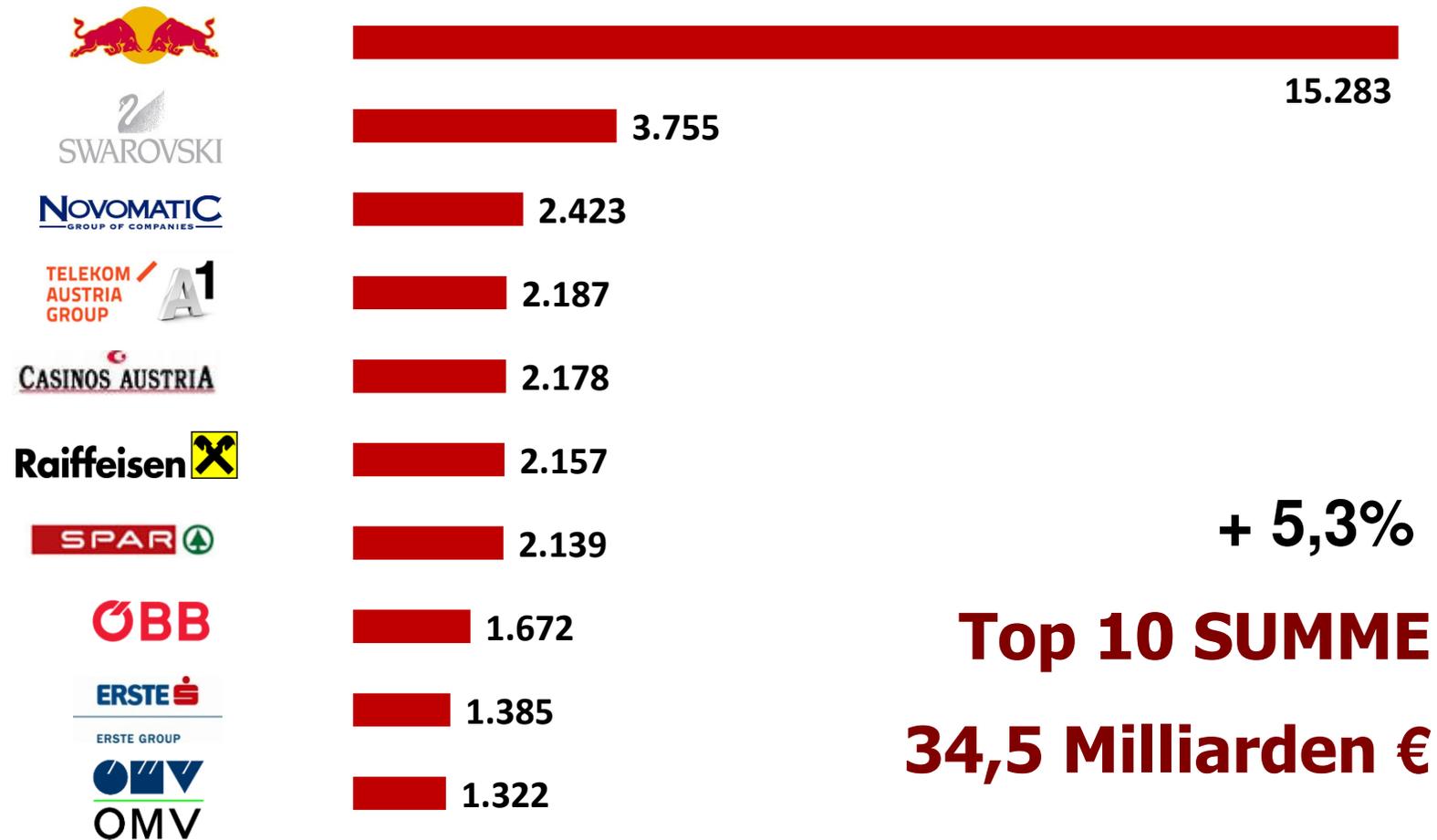
- Bewusstsein für den Wert von Marken schaffen
- Beitrag zur Stärkung des Standortes und der Identität
- Mut zur Marke fördern

ÖSTERREICHISCHE MARKENWERTSTUDIE 2013

TOP 10 BRAND CORPORATIONS

eurobrand

Markenwert in Mio. €



+ 5,3%

Top 10 SUMME
34,5 Milliarden €

ÖSTERREICHISCHE MARKENWERTSTUDIE 2013

TOP 10 BRAND CORPORATIONS

eurobrand

Zuwachs in % - TOP 3



10,0%



9,7%



9,3%

ÖSTERREICHISCHE MARKENWERTSTUDIE 2013

TOP 10 BRAND CORPORATIONS

eurobrand

Zuwachs in Mio. € - TOP 3



ÖSTERREICHISCHE MARKENWERTSTUDIE 2013

BRANCHENLEADER BRAND CORPORATIONS

eurobrand

• Automotive



• Logistics



• Business Services



• Luxury



• Consumer Goods



• Media



• Durables



• Pharma



• Financial Services



• Retail



• Gaming



• Telco



• Industry



• Travel & Tourism



• IT & Technology



• Utilities



ÖSTERREICHISCHE MARKENWERTSTUDIE 2013

VERGLEICH 2008 - 2013

eurobrand

Analyse Vergleichszeitraum

2013

TOP 10: EUR 34,5 Mrd.

TOP 3



EUR 15,3 Mrd. **(+28%)**



EUR 3,8 Mrd. **(-22%)**



EUR 2,4 Mrd. **(+41%)**

2008

TOP 10: EUR 34,6 Mrd.

TOP 3



EUR 12 Mrd.



EUR 4,9 Mrd.



EUR 2,9 Mrd.



EUR 1,7 Mrd.



Erkenntnisse

Innovationen schaffen Markenwerte

- Innovationen sind wesentliche Treiber des Markenwertes.
- Beispiel: Red Bull, ÖBB, Novomatic und OMV
- Innovationen - die Kerndifferenzierungsmerkmale.
- Innovationen stärken Wettbewerbsfähigkeit, erhöhen Export und BIP.

„Social Net Value“ erhöht Markenwert

- „Social Net Value“, korreliert stark mit dem Markenwert.
- Dialog mit Zielgruppen und Stakeholdern ist zur Notwendigkeit geworden.

Branding und IP wertvoll für Unternehmen

- Intellectual Property und Branding - zentrale Erfolgsfaktoren.
- Auslagerung von IP-Schutzrechten in „Brand- und IP Companies“
- mögliche bilanzielle Abbildung

Ausblick



eurobrand 2013 - Europäische Markenwert Studie

Veröffentlichung Herbst 2013



October 9, 2013
Novomatic Forum, Vienna

In cooperation with:



U.S. Embassy Vienna



BRAND [LIFE] AWARD



European Brand Institute

SETTING
NEW
STANDARDS

www.eurobrand.cc

CONTACT:

DI Dr. Gerhard Hrebicek, MBA

g.hrebicek@eurobrand.cc

T:+ 43 1 532 1000 52