

Die Österreichische Markenwert Studie 2014

eurobrand 2014 – Austria

Präsentation & Pressekonferenz

2. Juli 2014



Das Podium

- **KR Dr. Gerhard HREBICEK, MBA**
Herausgeber eurobrand 2014 - Austria
Vorstand European Brand Institute
- **Dr. Friedrich RÖDLER**
Präsident Österreichisches Patentamt
- **Dr. Gerald GANZGER**
Partner Lansky, Ganzger & Partner
- **Anett HANCK**
Geschäftsführerin CSO Verlagsgruppe News



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

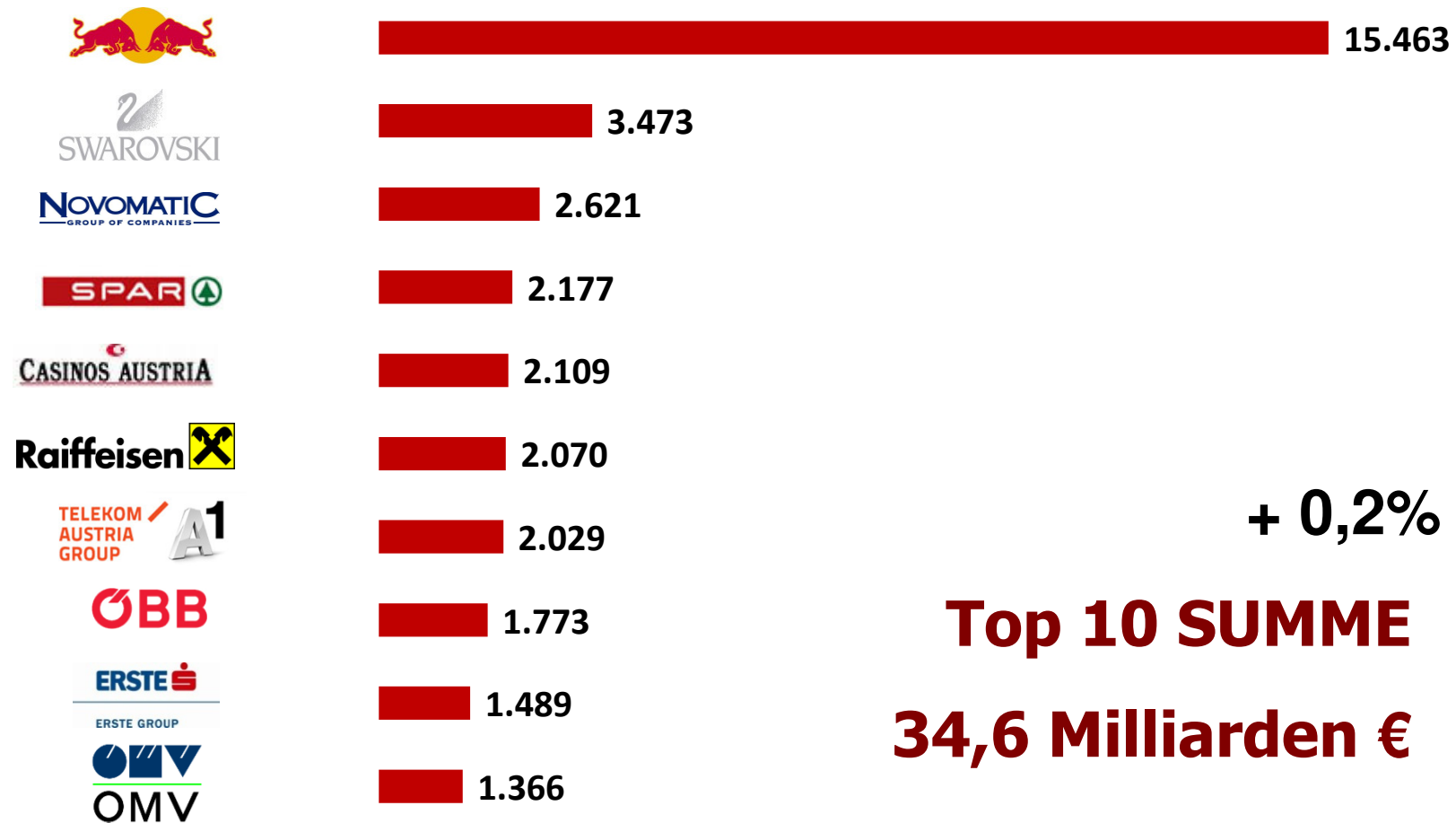
- Bewusstsein für den Wert von Marken schaffen
- Beitrag zur Stärkung des Standortes und der Identität
- Mut zur Marke fördern

ÖSTERREICHISCHE MARKENWERTSTUDIE 2014

TOP 10 BRAND CORPORATIONS

eurobrand

Markenwert in Mio. €



ÖSTERREICHISCHE MARKENWERTSTUDIE 2014

TOP 10 BRAND CORPORATIONS

eurobrand

Zuwachs in % - TOP 3

NOVOMATIC
GROUP OF COMPANIES



ERSTE
ERSTE GROUP



OBB



ÖSTERREICHISCHE MARKENWERTSTUDIE 2014

TOP 10 BRAND CORPORATIONS

eurobrand

Zuwachs in Mio. € - TOP 3

NOVOMATIC
GROUP OF COMPANIES



ERSTE
ERSTE GROUP



ÖSTERREICHISCHE MARKENWERTSTUDIE 2014

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





Erkenntnisse

- **Novomatic Gruppe** - relativer und absoluter **Wachstumssieger** seit 2013 erstmals Top 3 im Gesamtranking zeigt seit Beginn der Studie als einziges Markenunternehmen **jährliche Zugewinne** im Markenwert
- **Red Bull** legt auf **Höchstwert** 15,5 Mrd. Euro zu
- **SPAR** springt von **Platz 7 auf Platz 4** – Innovation zahlt sich aus
- **ERSTE** und **ÖBB** wachsen stark

Innovative Marken haben bis zu doppelt so hohes Wachstum

- Innovationen sind wesentliche Treiber des Markenwertes.
- Beispiel: Novomatic, Red Bull und SPAR
- Innovationen - die Kerndifferenzierungsmerkmale bei Produkt /Dienstleistung aber auch im Handel



Erkenntnisse

Kreativität ermöglicht Einzigartigkeit und schafft Markenerlebnisse

- Botschaften „anders als die Anderen“ zu formulieren als wesentliche Differenzierungsmerkmale von Markenunternehmen
- Kreative Kommunikation, gepaart mit emotionalem „story telling“ und Werthaltungen schaffen unvergessliche Marken und Markenerlebnisse

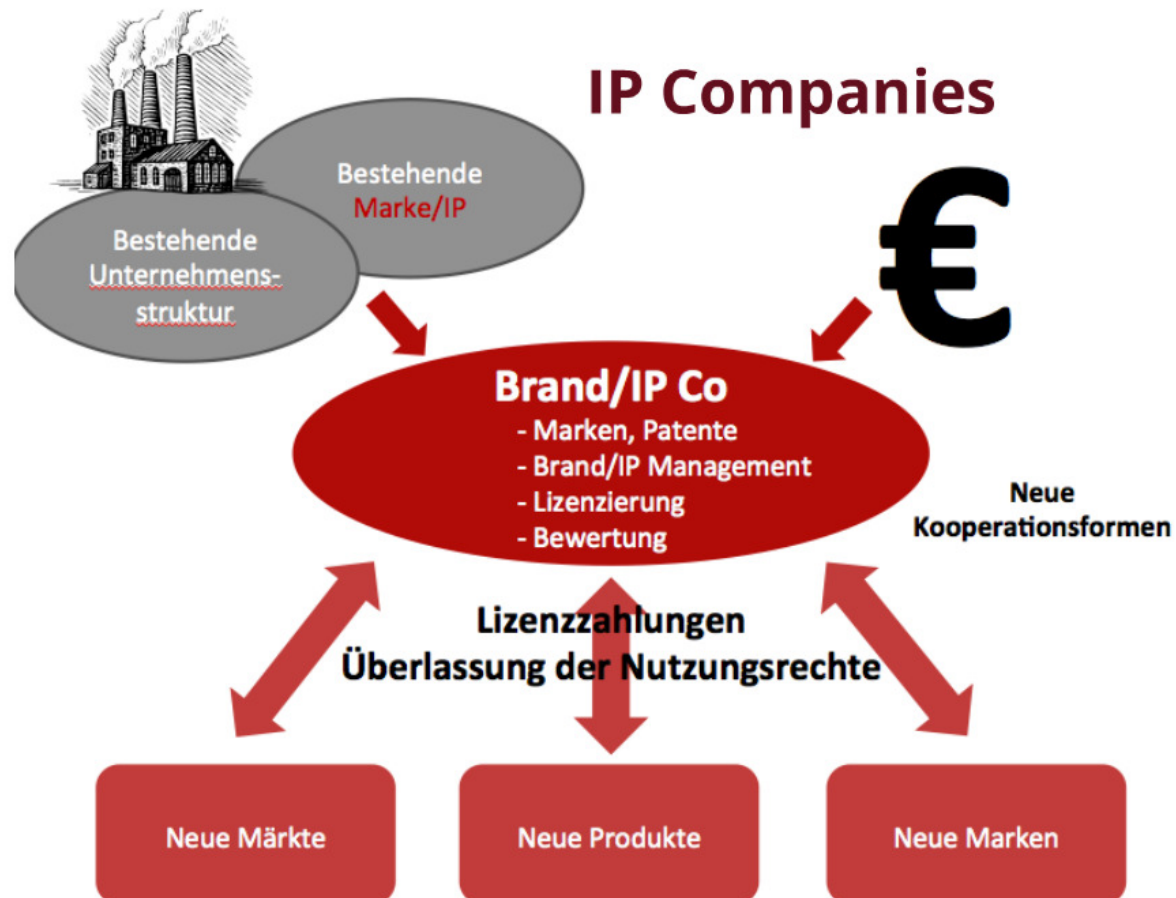
Differenzierung und Intellectual Property – Basis für monetäre Markenwerte

- Intellectual Property- Schutzrechte und Branding - zentrale Erfolgsfaktoren
- Auslagerung von IP-Schutzrechten in „Brand- und IP Companies“
- mögliche bilanzielle Abbildung – persönlich/Unternehmen

Markenwerte sind weit stabiler als Unternehmenswerte - Marken halten Wert

- Marken halten Beziehungen – auch in schwierigen Zeiten – machen Schwankungen der Kapitalmärkte nicht mit
- Markenwerte sind äußerst stabil - wichtig in Umstrukturierungen, M&A Transaktionen, Umgründungen und besonders auch in Insolvenzverfahren

Österreichische Markenwert Studie 2014



Ausblick



11. September 2014

eurobrand



Veröffentlichung Herbst 2014



8. Oktober 2014



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