

# Die Österreichische Markenwert Studie 2009

## eurobrand 2009 – Austria

Präsentation & Pressekonferenz

9. Juli 2009



© eurobrand

## Das Podium

- **Paul Schauer**  
Vorsitzender des Kuratoriums Marke Österreich  
Sprecher der Gruppe Media Austria
- **DI Dr. Gerhard Hrebicek, MBA**  
Herausgeber eurobrand 2009  
Österreichischer Delegierter zum ISO-Projekt Komitee „Brand Valuation“
- **Dr. Wilfried Hanreich**  
Mitglied des Kuratoriums Marke Österreich  
Leiter Marketing Raiffeisenlandesbank NÖ-Wien

© eurobrand

# Agenda

- Einleitung – Kuratorium Marke Österreich
- Österreichische Markenwert Studie 2009
  - Zielsetzung & Hintergrund
  - Präsentation der Ergebnisse
  - Erkenntnisse
- Die Marke als Wirtschafts- und Standort-Faktor
- Ausblick

© eurobrand

# Kuratorium Marke Österreich

## Vision

Das Kuratorium Marke Österreich trägt maßgeblich zur Erforschung und Evaluierung der materiellen und immateriellen Markenwerte von Unternehmen in österreichischem Besitz bei.

In seiner Arbeit fördert das Kuratorium die ganzheitliche Erforschung von Marken und deren Bedeutung für Wirtschaft, Politik und Gesellschaft.

## Leitbild

Das Kuratorium unterstützt Forschungsarbeiten, Veranstaltungen und Veröffentlichungen, die den Einfluss, die Chancen und Gefahren von Marken auf Unternehmen, Stakeholder, Länder und Regionen verdeutlichen.

Anhand der ganzheitlichen Betrachtung der Marke Österreich fördert das Kuratorium einen umfassenden Bewußtseinsbildungs-Prozess für die Marke Österreich.

© eurobrand

## Österreichische Markenwert Studie 2009



### Zielsetzung

- Bewußtsein für den Wert von Marken schaffen
- Beitrag zur Stärkung des Standortes und der Identität
  - die Verteilung der Markenwerte in den Bundesländern darzustellen,
  - die volkswirtschaftliche Relevanz von Marken zu verdeutlichen, sowie
  - die Wechselwirkung von Unternehmensmarken und der Marke Österreich aufzuzeigen.
- Mut zur Marke fördern

© eurobrand

## Markenbewertung



### Warum Marken bewerten?



#### Verhandlungssituationen

- Markenverkauf
- Unternehmensverkauf
- Liquidation
- Licensing
- Markenrechtsverletzungen

#### Wertorientiertes Markenmanagement

- Managementinformation
- Strategische Planung
- Value reporting
- Portfoliosteuerung
- Markencontrolling

#### Unternehmens- Finanzierung

- Franchising
- Lizenzen
- Bonität
- Taxation planning
- Compliance

© European Brand Institute

# Österreichische Markenwert Studie 2009



## 2 Perspektiven - 2 Rankings

▪ **Unternehmenssicht**  
Brand Corporations

**CASINOS AUSTRIA**  
Gruppe

▪ **Konsumentensicht**  
Consumer Brands



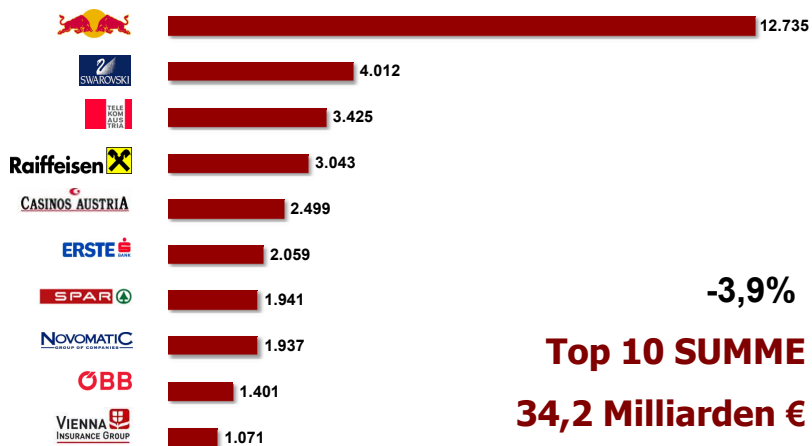
© eurobrand

# Österreichische Markenwert Studie 2009



## Die TOP 10 – Brand Corporations

Markenwert in Mio. €



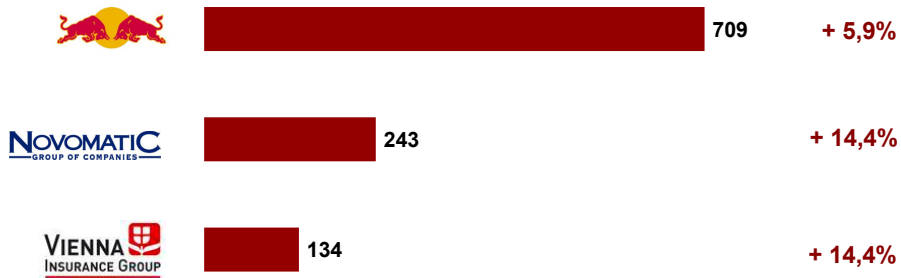
© eurobrand

# Österreichische Markenwert Studie 2009



## Die TOP 10 – Brand Corporations

Zuwachs in Mio. € - TOP 3



© eurobrand

# Österreichische Markenwert Studie 2009



## Branchenleader – Brand Corporations

• Business Services		• Logistics	
• Consumer Goods		• Luxury	
• Durables		• Media	
• Financial Services		• Pharma	
• Gaming		• Retail	
• Industry		• Telco	
• IT & Technology		• Travel & Tourism	
		• Utilities	

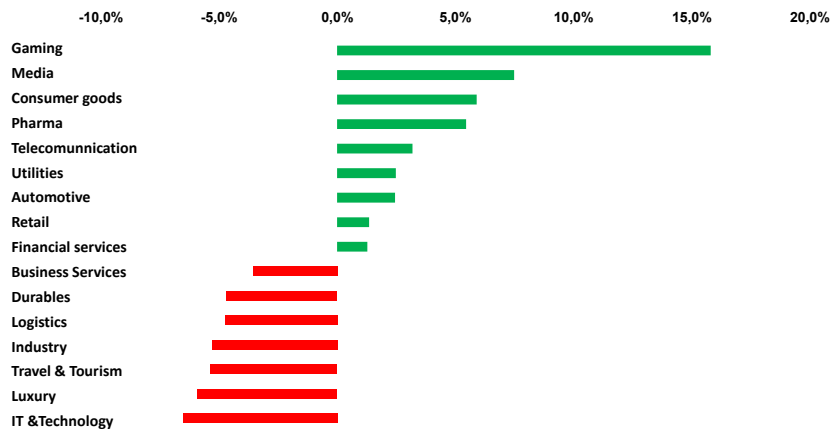
© eurobrand

# Österreichische Markenwert Studie 2009



## Branchenanalyse

Ø der Veränderungen der Markenwerte pro Branche



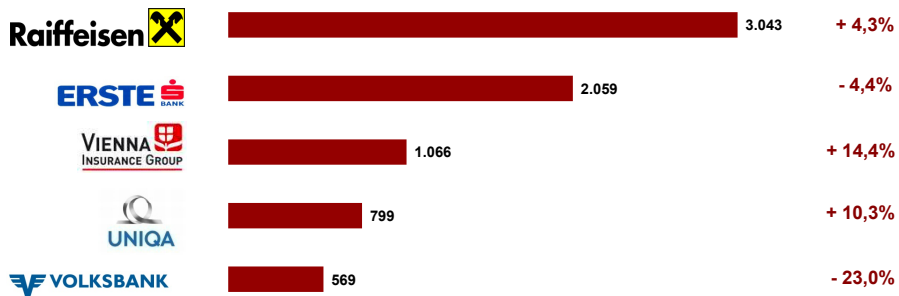
© eurobrand

# Österreichische Markenwert Studie 2009



## Die TOP 5 Finanzdienstleistungsgruppen

Markenwert in Mio. €



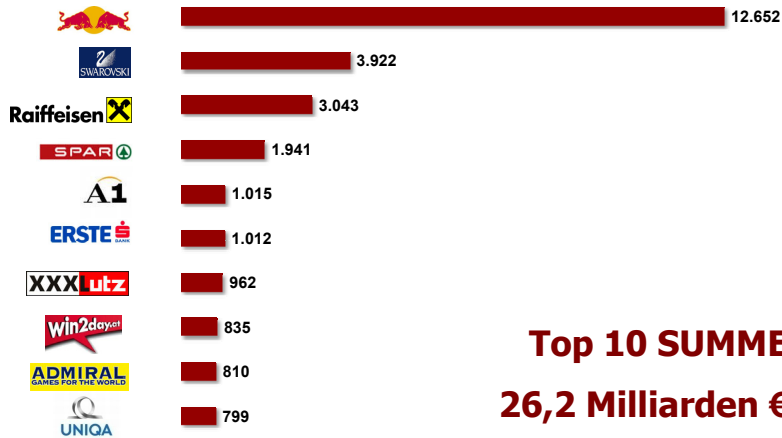
© eurobrand

## Österreichische Markenwert Studie 2009



### Die TOP 10 – Consumer Brands

Markenwert in Mio. €



**Top 10 SUMME**  
**26,2 Milliarden €**

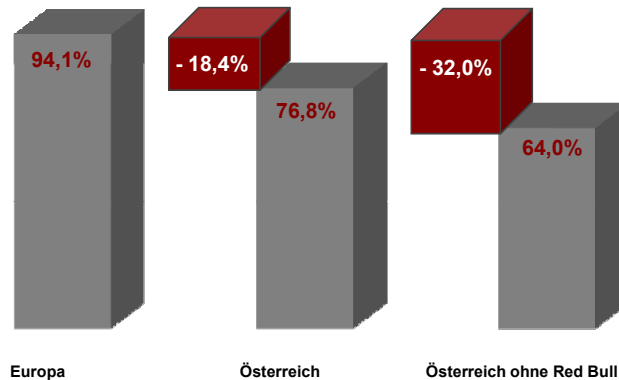
© eurobrand

## Österreichische Markenwert Studie 2009



### Europavergleich

Verhältnis TOP 10 Consumer Brands/TOP 10 Brand Corporations



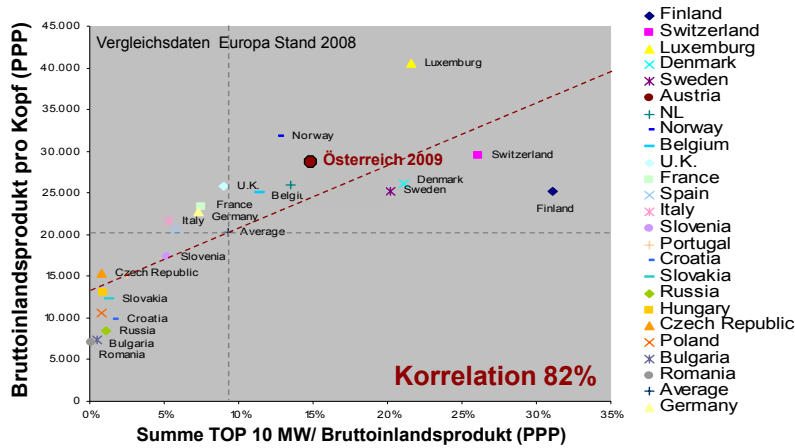
© European Brand Institute

# Markenwert & BIP



## Europavergleich

Marken als Wohlstandsindikator



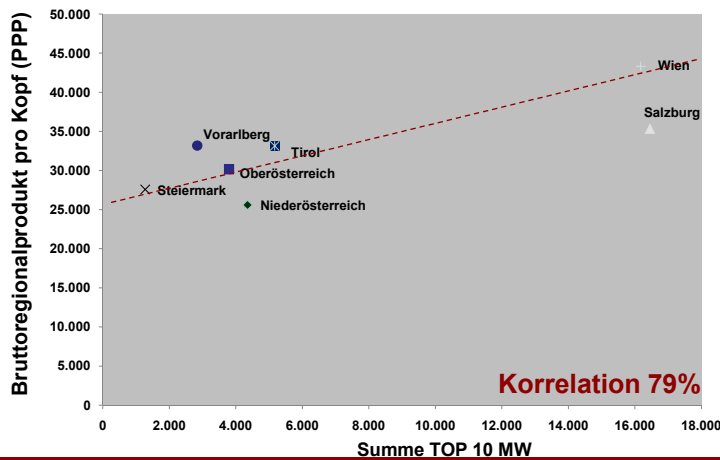
© eurobrand

# Markenwert & BRP



## Bundesländervergleich

Marken als Wohlstandsindikator



© eurobrand

## Erkenntnisse



### - Kraft der Marke in der Krise

Österreichs Markenunternehmen halten dagegen

Markenaufbau macht sich bezahlt - starke Marken wachsen weiter!

### - Österreichs Wirtschaft setzt auf Marken-Portfolios

Internationalität – Regionalmarken

### - Starker volkswirtschaftlicher Zusammenhang

Marken schaffen Wohlstand – International wie regional!

© European Brand Institute

## Ausblick

### **eurobrand** 2009 - Europäische Markenwert Studie

Pressekonferenz, 4. November 2009



4. November 2009

- MENSCH** – Leadership, Mut, Kreativität
- MACHT** – Nation Branding – Politik, Medien
- MARKE** – Wert, Brand Companies, Lizenzen

[forum.eurobrand.cc](http://forum.eurobrand.cc)

© eurobrand

# KEEP ON BRANDING!



## DANKE FÜR DIE UNTERSTÜTZUNG!

KURATORIUM

MARKE

ÖSTERREICH

MediaAustria



Raiffeisen 

wienhold!ng



## European Brand Institute

# SETTING NEW STANDARDS

[www.eurobrand.cc](http://www.eurobrand.cc)

CONTACT:

DI Dr. Gerhard Hrebicek, MBA

[g.hrebicek@eurobrand.cc](mailto:g.hrebicek@eurobrand.cc)

T: +43 1 532 1000 52

© eurobrand