

Pressespiegel 2023

Berichterstattung
NOVOMATIC

Erstellt von **Group Marketing & Communications**

Datum **03.07.2023 / KW 26**



Leadersnet.at, 30. Juni 2023

NOVOMATIC punktet 2023 mit höchster Markenwertsteigerung

NEWS, MEDIEN, AGENTUREN, ADVERTORIAL, FINANZEN | 29.06.2023

NOVOMATIC belegt in der aktuellen Österreichischen Markenwert Studie des European Brand Institute (EBI) Platz 2 der landesweit wertvollsten Markenunternehmen und erreicht zudem im Sustainable Brand Ranking mit einer AAA-Bewertung den ausgezeichneten Platz 4.



Bewertet anhand der Kriterien Markenstärke, Trendentwicklung, Markenpotenzial und Umsatz, wurde NOVOMATIC im diesjährigen Ranking des European Brand Institute zum bereits vierten Mal in Folge auf Platz 2 der zehn wertvollsten Markenunternehmen Österreichs gewählt. Besonders erfreulich ist, dass NOVOMATIC mit einer Markenwertsteigerung von +13,6 % unter den Top 10 der wertvollsten Marken Österreichs den größten Anstieg innerhalb eines Jahres verzeichnen konnte.

Mit weltweit rund 23.900 Mitarbeiterinnen und Mitarbeitern sowie Aktivitäten in mehr als 100 Ländern konnte Europa's führender Gaming-Technologiekonzern den Markenwert auf EUR 3,446 Mrd. steigern. Einzig Red Bull reiht sich im Ranking der Top-Marken des Landes vor den Gaming-Technologiekonzern aus Niederösterreich. Die Gründe für diese herausragende Bewertung liegen insbesondere am kontinuierlichen Wachstum, der signifikanten Umsatzsteigerung und dem großen Nachhaltigkeits-Engagement mit der Umsetzung eines umfassenden Corporate Responsibility- und ESG-Programms. Zudem hat das European Brand Institute im Rahmen des Sustainable Brand Ratings den Beitrag der Markenunternehmen zur nachhaltigen Entwicklung in Österreich untersucht. NOVOMATIC nimmt darin mit einer AAA-Bewertung den ausgezeichneten Platz 4 ein.

SUSTAINABLE BRAND RATING AUSTRIA 2023

SUSTAINABLE BRAND STUDIE

DIE 10 WERTVOLLSTEN MARKENUNTERNEHMEN IM SUSTAINABLE BRAND RATING IM VERGLEICH ZUM MARKENWERT 2023

SBI RANK	UNTERNEHMEN	SEKTOR	SBI SCORE	BMV RANK
1	OBB	VERKEHR	AAA	5
2	ERSTE	FINANZEN	AAA	6
3	SPAR	RETAIL	AAA	3
4	NOVOMATIC	GAMING	AAA	2
5	Roiffeisen	FINANZEN	AA+	7
6	Verbund	ENERGIE VERSORGER	AA+	8
7	PIERER MOBILITY AG	INDUSTRY	AA+	n.a.
8	OMV	UTILITIES	AA+	9
9	SWAROVSKI	LUXURY	AA+	4
10	Red Bull	CONSUMER	AA	1

Das European Brand Institute hat den Beitrag der Marken gemeinwirtschaftlicher Unternehmen und Organisationen* zur nachhaltigen Entwicklung in Österreich in 6 Branchen: Verkehr, Versorgungsinfrastruktur, Energieversorger, Gesundheits- und Sozialinfrastruktur, Finanzen und Medien in 4 Kategorien untersucht.

Im Rahmen dieser Studie wurden auch Österreichs wertvollste Markenunternehmen auf Nachhaltigkeit bzw. extern wahrgenommenes nachhaltiges Handeln untersucht und dabei ein „Sustainable Brand Ranking“ erstellt.

Der Markenwert mit 32 Indikatoren in 4 Kategorien, abgeleitet aus dem Agenda 2030 SDG sowie GO 2027, wurde ergänzt um die Nachhaltigkeits-4-Kategorie mit AAA (Hohes Average AA (High) Above Average) bis AA (High) Below Average) BIA (Below Average) im Vergleich zum Markenwert und in ein „Sustainable Brand Ranking“ überführt.

DIE 4 KATEGORIEN
 BRAND LEADERSHIP
 SOCIAL RESPONSIBILITY
 PRODUCT/SERVICES
 INVESTMENT

TOP 3 INDUSTRY LEADERS

BRANCHEN	1	2	3
VERKEHR	OBB AAA	VIG AAA	ÖBB AA+
MEDIEN	ORF AAA	STYRIA MEDIA GROUP AA+	MedioPrint AA+
VERSORGENS-INFRA	ADG AAA	Infra AA+	WIENER NETZE AA+
ENERGIEVERSORGER	Verbund AA+	ENERGIEAG AA+	ÖBB AA+
FINANZEN	ERSTE AAA	UNION AAA	VIG AAA

© 2023 European Brand Institute | * Unternehmen/auswahl basierend auf WÜWG | SBI - Sustainable Brand | BMV - Brand Value | www.europeanbrandinstitute.com

„Die hervorragenden Platzierungen sowohl im Markenwert- als auch im Sustainable Brand Ranking bestätigen unsere nachhaltige Unternehmensstrategie, wonach Erfolg nur durch die Übernahme von Verantwortung gelingt. Nachhaltige Marken schaffen Vertrauen und sind vor dem Hintergrund der zunehmenden Bedeutung des Faktors Sustainability eine wichtige Basis unseres Geschäftserfolges“, betont NOVOMATIC-Vorstand Mag. Johannes Gratzl.



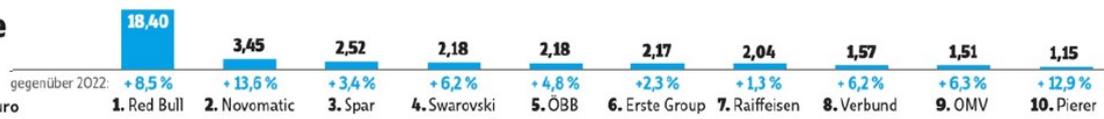
NOVOMATIC-Vorstand Johannes Gratzl © K. Schiff

Jährlich aus den „trend-TOP500 der umsatzstärksten Unternehmen Österreichs“ des Wirtschaftsmagazins Trend ermittelt, bewertete die Österreichische Markenwert Studie zum bereits 20. Mal die landesweiten Top 10. Im Ranking für das Jahr 2023 wurden insgesamt 180 österreichische Markenunternehmen aus 16 Branchensegmenten beurteilt, die sich zu mehr als 45 Prozent in österreichischem Eigentum befinden und deren Markenwert nach den aktuellen internationalen Standards ISO 10668 und ÖNORM A 6800 bewertet wird.

Vorarlberger Nachrichten, 30. Juni 2023

Österreichische Topmarken

Markenwert 2023 in Mrd. Euro



QUELLE:
APA/
EUROPEAN
BRAND
INSTITUTE

Novomatic mit höchster Markenwertsteigerung in Österreich

Novomatic belegt in der aktuellen Österreichischen Markenwert Studie des European Brand Institute (EBI) Platz 2 der landesweit wertvollsten Markenunternehmen und erreicht zudem im Sustainable Brand Ranking mit einer AAA-Bewertung den ausgezeichneten Platz 4.

Größter Anstieg bei der Markenwertsteigerung unter den Top 10

Bewertet anhand der Kriterien Markenstärke, Trendentwicklung, Markenpotenzial und Umsatz, wurde Novomatic im diesjährigen Ranking des European Brand Institute zum bereits vierten Mal in Folge auf Platz 2 der zehn wertvollsten Markenunternehmen Österreichs gewählt. Als besonders erfreulich schätzt der Konzern ein, dass er mit einer Markenwertsteigerung von +13,6 Prozent unter den Top 10 der wertvollsten Marken Österreichs den größten Anstieg innerhalb eines Jahres verzeichnen konnte.

Markenwert auf 3,446 Milliarden Euro gesteigert

Mit weltweit rund 23 900 Mitarbeiterinnen und Mitarbeitern sowie Aktivitäten in mehr als 100 Ländern konnte Europas führender Gaming-Technologiekonzern den Markenwert auf 3,446 Milliarden Euro steigern. Einzig Red Bull reiht sich im Ranking der Top-Marken des Landes vor den Gaming-Technologiekonzern aus Niederösterreich. Novomatic geht in einer Pressemitteilung auf die Gründe für diese „herausragende Bewertung“ ein. Diese liegen laut Unternehmen insbesondere am kontinuierlichen Wachstum, der signifikanten Umsatzsteigerung und dem großen Nachhaltigkeits-Engagement mit der Umsetzung eines umfassenden Corporate Responsibility- und ESG-Programms.

Zudem hat das European Brand Institute im Rahmen des Sustainable Brand Ratings den Beitrag der Markenunternehmen zur nachhaltigen Entwicklung in Österreich untersucht. Novomatic nimmt darin mit einer AAA-Bewertung den vierten Platz ein.

Nachhaltige Unternehmensstrategie

„Die hervorragenden Platzierungen sowohl im Markenwert- als auch im Sustainable Brand Ranking bestätigen unsere nachhaltige Unternehmensstrategie, wonach Erfolg nur durch die Übernahme von Verantwortung gelingt. Nachhaltige Marken schaffen Vertrauen und sind vor dem Hintergrund der zunehmenden Bedeutung des Faktors Sustainability eine wichtige Basis unseres Geschäftserfolges“, betont Novomatic-Vorstand Johannes Gratzl.

Jährlich aus den „trend-TOP500 der umsatzstärksten Unternehmen Österreichs“ des Wirtschaftsmagazins Trend ermittelt, bewertete die Österreichische Markenwert Studie zum bereits 20. Mal die landesweiten Top 10. Im Ranking für das Jahr 2023 wurden insgesamt 180 österreichische Markenunternehmen aus 16 Branchensegmenten beurteilt, die sich zu mehr als 45 Prozent in österreichischem Eigentum befinden und deren Markenwert nach den aktuellen internationalen Standards ISO 10668 und ÖNORM A 6800 bewertet wird.



Der Glücksspielkonzern kann in der österreichischen Markenwertstudie den höchsten Anstieg unter den Top 10-Unternehmen verzeichnen.



Das European Brand Institute (EBI) hat im Rahmen des Sustainable Brand Ratings den Beitrag der Markenunternehmen zur nachhaltigen Entwicklung in Österreich untersucht. Novomatic nimmt darin mit einer AAA-Bewertung den vierten Platz ein.

Neuer Sponsor für Frauen-Bundesliga

SCHWARZACH Die Frauen-Fußball-Bundesliga wird mit Admiral als Bewerbungssponsor in die neue Saison starten. Der Sportwettenanbieter tritt die Nachfolge von Planet Pure an und das für zumindest drei Jahre. Admiral ist auch schon Titelsponsor der ersten und zweiten Männer-Bundesliga sowie seit 2017 Partner des Frauen-Nationalteams und seit 2019 auch jener des Männer-Teams.

FUSSBALL

ÖSTERREICH

Neuer Frauen-Sponsor

Der österreichische Sportwettenanbieter ADMIRAL wird ab Sommer 2023, zumindest für die Dauer von drei Saisonen, auch neuer Bewerbungssponsor der Frauen-Bundesliga. Admiral ist auch schon Titelsponsor 1. und 2. Liga, sowie seit 2017 Partner des Frauen-Nationalteams und seit 2019 auch jener des Männer-Teams.

Testspiele, 17.00 in Windischgarsten: Ried – 1860 München. **18.00** in St. Johann/Pongau: Salzburg – Ferencvaros. **18.30:** Velden – WAC, Kilb – Rapid, Meckenbeuren – Altbach. **19.00:** Gallneukirchen – BW Linz. **18.30:** Gedenkturnier in Gleisdorf ua. mit Hartberg, GAK.

Österreich, 29. Juni 2023

Bewerbsponsor für die nächsten drei Jahre

Admiral steigt jetzt in der Frauen-Bundesliga ein

FRAUEN-BUNDESLIGA

Wettanbieter Admiral erweitert seine Investitionen im heimischen Fußball.

Wien. Admiral tritt mit dem Deal, der vorerst für drei Jahre läuft, die Nachfolge von Planet Pure an. Das teilte der ÖFB in einer

Aussendung mit.

Damit wird der Wettanbieter nach der Bundesliga und der 2.



Liga auch in der drittgrößten Liga in Fußball-Österreich zum Namensgeber. Geschäftsführer Jürgen Irsigler bezeichnete das Sponsoring als „Herzensangelegenheit“.



derstandard.at, 29. Juni 2023

Admiral sponsert nun auch die Frauen-Bundesliga

Wien – Die Frauen-Fußball-Bundesliga geht mit Admiral als Bewerbsponsor in die neue Saison. Der Sportwettenanbieter tritt für zumindest drei Jahre die Nachfolge von Planet Pure an. Admiral ist auch Titelsponsor der ersten und zweiten Männer-Bundesliga sowie seit 2017 Partner des ÖFB-Frauenteam und seit 2019 des Männerteams. (APA)

yogonet.com, 29. Juni 2023

FOURTH TIME IN A ROW

Novomatic ranked second among Austria's ten most valuable brand companies in 2023



Gaming technology group **Novomatic** was ranked second among Austria's ten most valuable brand companies in the current Austrian Brand Value Study of the **European Brand Institute** (EBI). The company also achieved 4th place in the Sustainable Brand Ranking with an AAA rating.

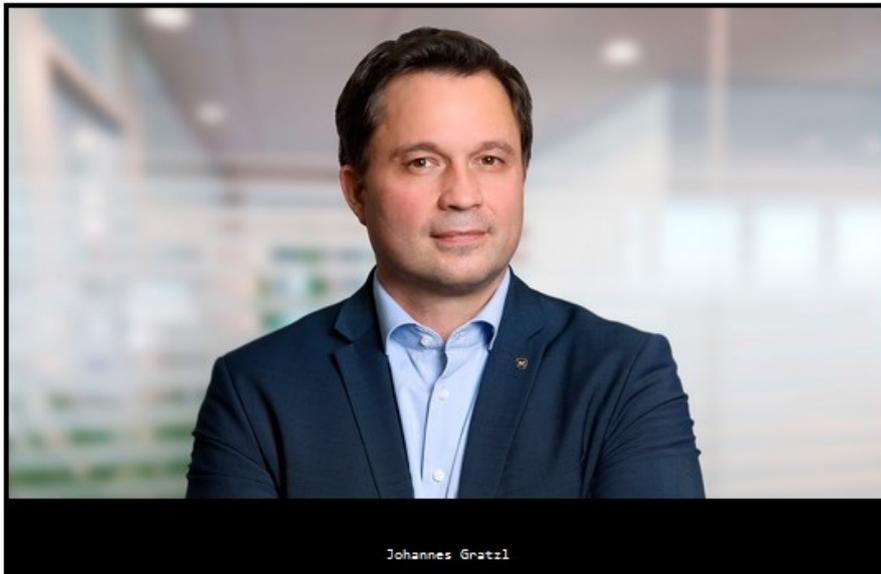
The firm was ranked second among the ten most valuable brand companies in its home market for the fourth time in a row. The evaluation was based on wide-ranging criteria including brand strength, trend development, brand potential, and revenue.

Novomatic notes that with a **brand value increase of 13.6%**, it was able to record the largest jump within one year among the top 10 most valuable brands in Austria. With around 23,900 employees worldwide and activities in over 100 countries, **Novomatic** was able to increase its brand value to EUR 3.44 billion (**\$3.74 billion**).



Only Red Bull ranks ahead of the gaming technology group in Lower Austria in the country's top brands. "The reasons for this outstanding rating are in particular the continuous growth, the significant increase in revenue and the great commitment to sustainability with the implementation of a comprehensive corporate responsibility and ESG program," said the company.

In addition, the European Brand Institute surveyed the contribution of brand companies to sustainable development in Austria as part of its Sustainable Brand Rating. **Novomatic secured 4th place in this ranking with an AAA rating.**



"The excellent rankings in both the brand value and the sustainable brand ranking once again prove the success of our sustainable corporate strategy, according to which success can only be achieved by embracing our responsibility," said Novomatic Executive Board Member Johannes Gratzl.

"Sustainable brands create trust and are an important basis for our business success against the background of the increasing importance of the sustainability dimension," Gratzl added.

SUSTAINABLE BRAND RATING AUSTRIA 2023

SUSTAINABLE BRAND STUDIE

DIE 10 WERTVOLLSTEN MARKENUNTERNEHMEN IM SUSTAINABLE BRAND RATING IM VERGLEICH ZUM MARKENWERT 2023

RANK	UNTERNEHMEN	SEKTOR	SBP SCORE	SBP RANK
1	OBB	VERKEHR	AAA	5
2	ERSTE	FINANZEN	AAA	8
3	REWE	RETAIL	AAA	3
4	Novomatic	GAMING	AAA	2
5	Roiffeisen	FINANZEN	AA+	7
6	Verbund	ENERGIE VERSORGER	AA+	8
7	WIENER MOBILITY AG	INDUSTRIE	AA+	n.a.
8	ORF	UTILITIES	AA+	9
9	SWAROVSKI	LUXURY	AA+	4
10	Red Bull	CONSUMER	AA	1

DIE 4 KATEGORIEN

- BRAND LEADERSHIP
- SOCIAL RESPONSIBILITY
- PRODUCT/SERVICES
- INVESTMENT

TOP 3 INDUSTRY LEADERS

SEKTOR	RANK	UNTERNEHMEN	SBP SCORE	SBP RANK
VERKEHR	1	OBB	AAA	5
	2	REWE	AAA	3
	3	ERSTE	AAA	8
MEDIE	1	ORF	AAA	9
	2	STYRIA	AA+	n.a.
	3	MediaPrint	AA+	n.a.
VERSORGUNG-INFRA	1	ADG	AAA	1
	2	ENERGIEAG	AA+	2
	3	WIENER NETZE	AA+	3
GESUNDHEIT & SOZIALES	1	ALFA ROMEO	AAA	n.a.
	2	Caritas	AAA	n.a.
	3	volksmilch	AA+	n.a.
ENERGIEVERSORGER	1	Verbund	AA+	8
	2	ENERGIEAG	AA+	2
	3	ERSTE	AA+	7
FINANZEN	1	ERSTE	AAA	8
	2	ALFONSO	AAA	n.a.
	3	VIG	AAA	n.a.

www.europeanbrandinstitute.com

Based on the annually published ranking of the "trend-TOP500 most profitable Austrian companies" by the business magazine Trend, the **Austrian Brand Value Study** evaluated the nationwide top 10 companies for the 20th time.

The ranking for the year 2023 included a total of 180 Austrian brand companies from 16 industry segments, which are over 45% Austrian-owned and whose brand value is evaluated according to the current international standards ISO 10668 and ÖNORM A 6800.

sportbusiness.at, 29. Juni 2023

ADMIRAL neuer Bewerbungssponsor der Frauen Bundesliga



Sportwettenanbieter sichert sich die Namensrechte für mindestens drei Spielzeiten

Der österreichische Sportwettenanbieter **ADMIRAL** wird ab Sommer 2023, zumindest für die Dauer von drei Saisonen, neuer Bewerbungssponsor der **Österreichischen Frauen Bundesliga** und geht damit gemeinsam mit dem **ÖFB** einen weiteren Schritt im heimischen Frauenfußball.

ADMIRAL, seit 2017 Partner des Frauen-Nationalteams bzw. seit 2019 außerdem Partner des Herren-Nationalteams und zudem bereits Bewerbungssponsor der ersten und zweiten Fußball-Bundesliga der Herren, wird die höchste, heimische Spielklasse der Frauen damit ab der Saison 2023/24 als **ADMIRAL Frauen Bundesliga** begleiten.

Isabel Hochstätger, Leiterin ÖFB Frauen- und Mädchenfußball: „Mit ADMIRAL gewinnt der heimische Frauenfußball einen starken Partner, der bereits seit vielen Jahren den österreichischen Fußball unterstützt und fördert. Es freut mich sehr, dass ADMIRAL ab der kommenden Saison in der Frauen Bundesliga einsteigt und damit wesentlich zur Weiterentwicklung sowie Sichtbarkeit beiträgt. Mein besonderer Dank gilt dem Geschäftsführer von Admiral-Sportwetten, Jürgen Irsigler.“

ADMIRAL Geschäftsführer Jürgen Irsigler: „Wir haben uns bei ADMIRAL seit mehreren Jahren dazu bekannt, den Frauensport in Österreich aktiv zu fördern und mit unseren Kooperationen nachhaltig weiterzuentwickeln. Spätestens mit unserem Sponsoring-Einstieg beim ÖFB Frauen-Nationalteam im Jahr 2017, werden wir auch als Vorreiter für dieses Ziel im österreichischen Sport anerkannt. Nachdem wir bereits erfolgreich der Namenssponsor der ADMIRAL Bundesliga und ADMIRAL 2. Liga sind, war es für uns eine Herzensangelegenheit der neue Bewerbungssponsor der Frauen Bundesliga zu werden. Wir freuen uns auf diesen weiteren Meilenstein und den intensiven Doppelpass mit dem ÖFB.“

Die heimische Frauen-Bundesliga, seit 1982 unter der Obhut des ÖFB, bekommt damit zum zweiten Mal in der Geschichte einen Titelsponsor.

Ende August wird ADMIRAL gemeinsam mit dem ÖFB bei der Auftakt-Pressekonferenz zur neuen Saison der ADMIRAL Frauen Bundesliga nähere Informationen und Maßnahmen der neuen Partnerschaft verkünden.

Am Wochenende vom 26./27. August startet die Frauen Bundesliga in ihre 42. Saison.

laola1.at, 29. Juni 2023

Frauen Bundesliga bekommt neuen Werbungsponsor

Der ÖFB verkündet einen neuen Sponsoren-Deal. Zukünftig wird ein heimischer Sportwettenanbieter als Werbungsponsor fungieren.



Sponsor-Ablöse in der Frauen Bundesliga!

Wie der ÖFB per Pressemitteilung bekanntgibt, wird die höchste Spielklasse der Frauen künftig unter dem Schirm von Sportwettenanbieter ADMIRAL stehen. Mit Start der Saison 2023/24 soll die Partnerschaft beginnen und zumindest für die Dauer von drei Saisonen gelten.

ADMIRAL ist bereits seit 2017 Partner des Frauen-Nationalteams bzw. seit 2019 außerdem Partner des Herren-Nationalteams sowie bereits Werbungsponsor der ersten und zweiten Fußball-Bundesliga der Herren.

Eine "Herzensangelegenheit"

"Mit ADMIRAL gewinnt der heimische Frauenfußball einen starken Partner, der bereits seit vielen Jahren den österreichischen Fußball unterstützt und fördert. Es freut mich sehr, dass ADMIRAL ab der kommenden Saison in der Frauen Bundesliga einsteigt und damit wesentlich zur Weiterentwicklung sowie Sichtbarkeit beiträgt", wird Isabel Hochstöger, Leiterin ÖFB Frauen- und Mädchenfußball, in der Mitteilung zitiert.

"Ein besonderer Dank" gilt zudem ADMIRAL Geschäftsführer Jürgen Irsigler, der sich wie folgt über die neue Partnerschaft äußert: "Wir haben uns bei ADMIRAL seit mehreren Jahren dazu bekannt, den Frauensport in Österreich aktiv zu fördern und mit unseren Kooperationen nachhaltig weiterzuentwickeln. Spätestens mit unserem Sponsoring-Einstieg beim ÖFB Frauen-Nationalteam im Jahr 2017, werden wir auch als Vorreiter für dieses Ziel im österreichischen Sport anerkannt."

"Nachdem wir bereits erfolgreich der Namenssponsor der ADMIRAL Bundesliga und ADMIRAL 2. Liga sind, war es für uns eine Herzensangelegenheit der neue Werbungsponsor der Frauen Bundesliga zu werden. Wir freuen uns auf diesen weiteren Meilenstein und den intensiven Doppelpass mit dem ÖFB."

In der Vergangenheit trat "Planet Pure", ein österreichischer Wasch- und Reinigungsmittelhersteller, als Werbungsponsor der Frauen Bundesliga auf.

noen.at, 29. Juni 2023

Neuer Bewerbungssponsor für höchste Frauen-Liga

Nach der Lösung des Vertrags mit Planet Pure übernimmt ein neuer Sponsor, der auch die Top-Ligen bei den Männern unter seinen Fittichen hat.

Jetzt ist der Wechsel offiziell. Die Frauen-Fußball-Bundesliga wird mit Admiral als Bewerbungssponsor in die neue Saison starten. Der Sportwettenanbieter tritt die Nachfolge von Planet Pure an und das für zumindest drei Jahre, wie der ÖFB am Donnerstag in einer Aussendung verlautete. Admiral ist auch schon Titelsponsor der ersten und zweiten Männer-Bundesliga sowie seit 2017 Partner des Frauen-Nationalteams und seit 2019 auch jener des Männer-Teams.

Admiral-Geschäftsführer Jürgen Irsigler bezeichnete das Sponsoring als "Herzensangelegenheit". Die Liga startet am Wochenende 26./27. August in die 42. Saison, während die heimischen Teamspielerinnen weiterhin auch international begehrt sind.

Neuer Klub für Feiersinger

Laura Feiersinger wagt im Karriere-Herbst noch den Sprung nach Italien. Die 30-jährige Salzburgerin unterzeichnete am Mittwoch bei der AS Roma einen Vertrag bis Ende Juni 2025 und tritt damit in die Fußstapfen von Ex-ÖFB-Teamkapitänin Carina Wenninger, die ihre Karriere kürzlich beendet hat. Die ÖFB-Team-Mittelfeldstütze war seit Sommer 2018 in Frankfurt aktiv, zuvor hatte sie in Deutschland auch für den Herforder SV, Bayern München und SC Sand gespielt.

"Die AS Roma ist ein sehr spezieller Club mit viel Tradition, so etwas mag ich sehr. Und ich habe mit Carina viel gesprochen und viel Gutes gehört", sagte Feiersinger bei ihrer Präsentation. Italienisch spricht die 105-fache ÖFB-Teamspielerin (19 Tore) noch nicht. Auch deshalb warte nach mehr als zwölf Jahren in Deutschland eine völlig "neue Challenge".

Wenninger war es vor Beginn der vergangenen Saison nach ihrem Wechsel von den Bayern auf Anhieb gelungen sich einen Platz in der Innenverteidigung der Römerinnen zu sichern. Auch Feiersinger ist das absolut zuzutrauen. "Ich mag es lieber, offensiver zu spielen. Als ich jünger war, war ich mehr am Flügel, zuletzt mehr im Zentrum", gab die Mittelfeld-Allrounderin preis.

sn.at, 29. Juni 2023

Admiral ab sofort auch Bewerbungssponsor der Frauen-Bundesliga

Die Frauen-Fußball-Bundesliga wird mit Admiral als Bewerbungssponsor in die neue Saison starten. Der Sportwettenanbieter tritt die Nachfolge von Planet Pure an und das für zumindest drei Jahre, wie der ÖFB am Donnerstag in einer Aussendung verlautete. Admiral ist auch schon Titelsponsor der ersten und zweiten Männer-Bundesliga sowie seit 2017 Partner des Frauen-Nationalteams und seit 2019 auch jener des Männer-Teams.

Admiral-Geschäftsführer Jürgen Irsigler bezeichnete das Sponsoring als "Herzensangelegenheit". Die Liga startet am Wochenende 26./27. August in die 42. Saison.

krone.at, 29. Juni 2023

VORERST FÜR DREI JAHRE

Admiral wird auch Sponsor der Frauen-Bundesliga



(Bild: GEPA pictures)

Die Frauen-Fußball-Bundesliga wird mit Admiral als Bewerbungssponsor in die neue Saison starten. Der Sportwettenanbieter tritt die Nachfolge von Planet Pure an und das für zumindest drei Jahre, wie der ÖFB am Donnerstag in einer Aussendung verlautete.

Admiral ist auch schon Titelsponsor der ersten und zweiten Männer-Bundesliga sowie seit 2017 Partner des Frauen-Nationalteams und seit 2019 auch jener des Männer-Teams.



ADMIRAL Frauen Bundesliga
@oefbFrauenBL · [Follow](#)



Willkommen @AdmiralSport 🙌

Der österreichische Sportwettenanbieter wird ab der kommenden Saison 2023/24 neuer **Bewerbssponsor der Frauen Bundesliga**  🍷

Alle Infos  bit.ly/AFBL2023

#AFBL



„Herzensangelegenheit“

Admiral-Geschäftsführer Jürgen Irsigler bezeichnete das Sponsoring als „Herzensangelegenheit“. Die Liga startet am Wochenende 26./27. August in die 42. Saison.

weekend.at, 29. Juni 2023



Gerald Ganzger (LGP), Kristin Hanusch-Linser (IAA Austria), Gerhard Hrebicek (European Brand Institute), Monika Racek (Admiral), Herbert Kovar (Tax Deloitte).

European Brand Institute/APA-Fotoservice Reither

■ wien

Top 10: Die wertvollsten Marken Österreichs

29.06.2023 UM 10:12, RUDOLF GRÜNER

🕒 2 MIN READ

Das European Brand Institute (EBI) hat zum zwanzigsten Mal die heimischen Markenunternehmen unter die Lupe genommen. Die Top 10 sind 37 Milliarden Euro wert.

Die wertvollsten Markenunternehmen stehen fest: Laut Studienautor Gerhard Hrebicek, Präsident European Brand Institute "konnten die heimischen Top Markenunternehmen im Jahr 2022, trotz anhaltender multipler Krisen, wieder an das Vor-Pandemie Niveau anschließen und Markenwertsteigerungen erzielen." Durch die Vertrauenswirkung der Marke seien Umsatz, Margen und Gewinn stabiler, das Risiko werde reduziert und die Fremdkapitalkosten gesenkt und damit zahlreiche Leistungsindikatoren positiv beeinflusst, so Hrebicek.

Bei der Präsentation der Ergebnisse ebenfalls mit dabei waren Gerald Ganzger, Partner LGP, Kristin Hanusch-Linser, Vizepräsidentin IAA Austria, Monika Racek, CEO Admiral und Herbert Kovar, Managing Partner Tax Deloitte Österreich.

Die zehn wertvollsten Austro-Markenunternehmen sind der Analyse zufolge zusammen mehr als 37,157 Milliarden Euro wert, was einem Plus von 7,4 Prozent gegenüber dem Vorjahr entspricht. In den letzten 20 Jahren sind die Top 10 um circa 65 Prozent gewachsen. Das höchste relative Markenwertwachstum konnten der Gaming-Technologiekonzern Novomatic (+13,6 Prozent), der Top-10-Newcomer Pierer Mobility (+12,9 Prozent) und Red Bull (+8,5 Prozent) verzeichnen.

Beflügelt: Red Bull an der Spitze

Das Imperium rund um den Energydrink konnte auch 2022 dank einer positiven Absatzentwicklung in nahezu allen Zielmärkten und einer erfolgreichen Expansionsstrategie weiterwachsen und um mehr als 1,439 Milliarden Euro beim Markenwert zulegen. Mit einem Markenwert von 18,4 Milliarden Euro führt Österreichs einziger "Global Top 100"-Konzern das Ranking der wertvollsten heimischen Markenunternehmen klar an.

Die weiteren Top-Platzierungen

Europas führender Gaming-Technologiekonzern Novomatic konnte aufgrund eines signifikanten Umsatzwachstums im Geschäftsjahr 2022 und weiteren Maßnahmen auf einen Markenwert von 3,446 Milliarden Euro zulegen und die Position als zweitwertvollstes Markenunternehmen Österreichs stärken. Der Lebensmittelriese Spar Österreich konnte seine Marktführerschaft weiter ausbauen, den Expansionskurs erfolgreich fortsetzen und mit +3,4 Prozent Markenwertzuwachs auf 2,515 Milliarden Euro den Podestplatz aus dem Vorjahr behaupten.

Österreichs wertvollster Luxusgüterkonzern Swarovski rückt mit einem Markenwert von 2,178 Milliarden Euro auf Platz vier vor. Auch im 100. Jahr ihres Bestehens setzen die ÖBB ihr Wachstum fort. Österreichs größtes und wertvollstes Mobilitäts- und Logistikunternehmen konnte seinen Markenwert um 4,8 Prozent auf 2,175 Milliarden Euro steigern und landet damit auf Platz fünf. Dahinter reiht sich Österreichs wertvollste Finanzdienstleistungsmarke ein. Die Erste Group Bank konnte einen Zuwachs von 2,3 Prozent verbuchen und rangiert mit einem Markenwert von 2,170 Milliarden Euro auf Platz 6. Auch die Raiffeisen Banken Gruppe konnte 1,3 Prozent zulegen und mit 2,036 Milliarden Euro Markenwert Platz 7 halten.

Der Verbund (1,573 Milliarden Euro) landet heuer auf Platz 8, dicht gefolgt von der OMV (1,512 Milliarden Euro). Pierer Mobility überholt mit einem Markenwert von 1,152 Milliarden Euro (+12,9 Prozent) XXXLutz und steigt erstmals in die Top 10 auf.

Nachhaltigkeitsranking

Neben dem reinen Markenwert hat das EBI auch in diesem Jahr den Beitrag der Marken zur nachhaltigen Entwicklung in Österreich in mehreren Branchen (Verkehr, Versorgungsinfrastruktur, Energie, Gesundheits- und Sozialinfrastruktur, Finanzen sowie Medien) und in vier Kategorien (Brand Leadership, Product/Services, Social Responsibility und Investment) untersucht.

Hier sieht das Ranking etwas anders aus. Denn die Branchen Leader beim Sustainable Brand Rating Austria sind:

- ÖBB (Verkehr/AAA)
- APG (Versorgungsinfrastruktur/AAA)
- Verbund (Energieversorger/AA+)
- Erste Group Bank (Finanzen/AAA)
- Rotes Kreuz (Gesundheits- und Sozialinfrastruktur/AAA)
- ORF (Medien/AAA)



29.06.2023

Glücksspielkonzern Novomatic mit höchster Markenwertsteigerung

Der Glücksspielkonzern Novomatic belegt in der aktuellen Markenwert-Studie des European Brand Institute (EBI) Platz 2. Damit bleibt Novomatic neben Red Bull und Spar eines der wertvollsten Markenunternehmen in Österreich. Darüber hinaus ist Novomatic bei der Markenwertsteigerung 2023 Spitzenreiter, wie das Unternehmen bekannt gibt.

Novomatic erreicht im Ranking der zehn wertvollsten Markenunternehmen Österreichs zum vierten Mal in Folge Platz 2. Platz 1 belegt Red Bull. Novomatic steigerte zudem seinen Markenwert unter den Top 10 der wertvollsten Marken Österreichs um fast 14 Prozent auf 3,446 Milliarden Euro. Damit verzeichnet der Gaming-Technologie-Konzern aus Niederösterreich, der nach eigenen Angaben weltweit in mehr als 100 Ländern agiert und rund 23.900 Mitarbeiterinnen und Mitarbeitern hat, den größten Anstieg innerhalb eines Jahres.

Wachstum, Umsatzzuwachs, Nachhaltigkeit

Die Gründe für diese „herausragende Bewertung“ sieht Novomatic insbesondere im „kontinuierlichen Wachstum, der signifikanten Umsatzsteigerung und dem großen Nachhaltigkeits-Engagement mit der Umsetzung eines umfassenden Corporate Responsibility- und ESG-Programms“. Zudem habe das EBI im Rahmen des Sustainable Brand Ratings den Beitrag der Markenunternehmen zur nachhaltigen Entwicklung in Österreich untersucht. Novomatic nehme hier mit einer AAA-Bewertung den „ausgezeichneten Platz 4“ ein.

Novomatic-Vorstand Mag. Johannes Gratzl betont: „Erfolg gelingt nur durch die Übernahme von Verantwortung.“ Die Platzierungen sowohl im Markenwert- als auch im Sustainable Brand Ranking bestätigten die nachhaltige Unternehmensstrategie des Konzerns. „Nachhaltige Marken schaffen Vertrauen und sind vor dem Hintergrund der zunehmenden Bedeutung des Faktors Sustainability eine wichtige Basis unseres Geschäftserfolges“, so Gratzl.

Die Österreichische Markenwert-Studie bewertete Novomatic zufolge zum 20. Mal die landesweiten Top 10. Basis seien die „trend-TOP500 der umsatzstärksten Unternehmen Österreichs“ des Wirtschaftsmagazins Trend. Im Ranking für das Jahr 2023 wurden demnach 180 österreichische Markenunternehmen aus 16 Branchensegmenten beurteilt. Diese befinden sich zu mehr als 45 Prozent in österreichischem Eigentum. Ihr Markenwert wird nach den aktuellen internationalen Standards ISO 10668 und ÖNORM A 6800 bewertet.

Red Bull wertvollste Marke

WIEN Auf den Stockerlplätzen der wertvollsten Marken in Österreich hat sich nichts geändert: Der Energydrink-Hersteller Red Bull, der Glücksspielkonzern Novomatic und das Handelsunternehmen Spar führen das Ranking an, das geht aus der aktuellen Markenwert-Studie des European Brand Institute hervor. Neu in den Top 10 ist Pierer Mobility.

Oberösterreichische Nachrichten, 29. Juni 2023

Markenwert: Red Bull top, Pierer überholt XXXLutz

WIEN. Red Bull bleibt mit 18,4 Milliarden Euro Markenwert wertvollste Marke in Österreich, vor Novomatic, Spar. Auf Platz zehn löste Pierer Mobility XXXLutz ab. Oberösterreich-Liste: Pierer, XXXLutz, Miba, voestalpine, Berglandmilch, Intersport, Vivatis, Energie AG, Rosenbauer, Oberbank. Das European Brand Institute listet Firmen, die zu mehr als 45 Prozent in heimischem Eigentum sind.

Wertvollste österreichische Marken

	Markenwert 2023 in Milliarden Euro	gegenüber 2022
1.	 18,40	+ 8,5%
2.	 3,45	+ 13,6%
3.	 2,52	+ 3,4%
4.	 2,18	+ 6,2%
5.	 2,18	+ 4,8%
6.	 2,17	+ 2,3%
7.	 2,04	+ 1,3%
8.	 1,57	+ 6,2%
9.	 1,51	+ 6,3%
10.	 1,15	+ 12,9%

Österreichs Top-Marken konnten Wert steigern

Auf den Stockerplätzen der wertvollsten Marken in Österreich hat sich nichts geändert. Die Marke des Swarovski-Konzerns hat sich gegenüber 2022 verbessert, die der Erste Group verschlechtert. Zusammen sind die Top-10-Firmen 37,2 Mrd. Euro wert.

Neu im Top-10-Ranking ist Pierer Mobility

Red Bull, Novomatic & Spar sind wertvollste Marken

Die Hälfte des Gesamtwerts der Top-10-Firmen entfällt auf Red Bull.

Wien. Der Energydrink-Hersteller Red Bull, der Glücksspielkonzern Novomatic und das Handelsunternehmen Spar führen auch heuer das Ranking der wertvollsten Marken in Österreich an, geht aus der aktuellen Studie des European Brand Institute hervor.

Zusammen sind die Top-10-Firmen 37,2 Mrd. Euro wert, fast die Hälfte davon entfällt auf Red Bull (18,4 Mrd. Euro). Das stärkste Wachstum verzeichnet Novomatic: Der Glücksspielkonzern steigerte seinen Markenwert um fast 14 % auf rund 3,4

Top 10 in Summe 37,2 Mrd. € wert



1. Red Bull	18,40 Mrd.	/+8,5 %
2. Novomatic	3,45 Mrd.	/+13,6 %
3. Spar	2,52 Mrd.	/+3,4 %
4. Swarovski	2,18 Mrd.	/+6,2 %
5. ÖBB	2,18 Mrd.	/+4,8 %
6. Erste Group	2,17 Mr.	/+2,3 %
7. Raiffeisen	2,04 Mrd.	/+1,3 %
8. Verbund	1,57 Mrd.	/+6,2 %
9. OMV	1,51 Mrd.	/+6,3 %
10. Pierer Mob.	1,15 Mrd.	/+12,9 %

Mrd. Euro. Swarovski hat sich gegenüber dem Vorjahr vom 6. auf den 4. Platz verbessert.

Neu in den Top 10 ist Pierer Mobility (ehemals KTM): Der Konzern konnte seinen Markenwert um knapp 13 % auf 1,15 Mrd. Euro erhöhen und überholte damit den Möbelriesen XXXLutz.

Heute, 29. Juni 2023

Alljährliche Hitparade

Marke Red Bull ist 18 Milliarden wert

Red Bull bleibt Österreichs wertvollste Marke. Am meisten legte laut European Brand Institute Novomatic zu. Neu in den Top 10 ist Pierer Mobility, früher KTM Industries 

Die wertvollsten Marken

Marke	Wert	Trend*
Red Bull	18,4 Mrd.	+8,5%
Novomatic	3,4 Mrd.	+13,6%
Spar	2,5 Mrd.	+3,4%
Swarovski	2,2 Mrd.	+6,2%
ÖBB	2,2 Mrd.	+4,8%
Erste	2,2 Mrd.	+2,3%
Raiffeisen	2,0 Mrd.	+1,3%
Verbund	1,6 Mrd.	+6,2%
OMV	1,5 Mrd.	+6,3%
Pierer	1,2 Mrd.	+12,9%

Red Bull, Novomatic, Spar: Viel Salzburg bei Topmarken des Landes

SALZBURG, WIEN. Von den drei wertvollsten Marken in Österreich kommen zwei aus Salzburg: Der Energydrink-Hersteller Red Bull ist in Front vor dem Glücksspielkonzern Novomatic und der ebenfalls in Salzburg ansässigen Handelskette Spar. Das European Brand Institute erhebt die Markenwerte jährlich.

Laut Studienautor Gerhard Hrebicek konnten die zehn wertvollsten Firmen 2022 trotz vieler Krisen wieder an das Vor-Pandemie-Niveau anschließen und Marken-

wertsteigerungen erzielen. Zusammen sind die Top-10-Firmen 37,2 Mrd. Euro wert, fast die Hälfte davon fällt auf Red Bull (18,4 Mrd. Euro). Red Bull ist der einzige österreichische Konzern, der im weltweiten Top-100-Ranking vertreten ist.

Novomatic steigerte den Markenwert um fast 14 Prozent auf rund 3,4 Mrd. Euro. Stark gewachsen ist auch der Mobilitätskonzern Pierer Mobility (plus 13 Prozent auf 1,2 Mrd. Euro), der damit erstmals den Sprung in die Top 10 schaffte.

Der Standard, 29. Juni 2023

Red Bull bleibt wertvollste Marke

Wien – Red Bull, Novomatic und Spar bleiben die wertvollsten Marken in Österreich, wie aus der aktuellen Markenwert-Studie des European Brand Institute hervorgeht. Neu in den Top Ten ist Pierer Mobility. Die Marke des Swarovski-Konzerns hat sich gegenüber 2022 verbessert, die der Erste Group verschlechtert. Laut der Studie konnten die zehn wertvollsten Firmen in Österreich im Jahr 2022, trotz anhaltender multipler Krisen, wieder an das Vor-Pandemie-Niveau anschließen und Markenwertsteigerungen erzielen. (APA)

Novomatic gewinnt an Wert, Red Bull überflügelt alle

Markenwert-Studie. KTM hebt Pierer Mobility unter die Top 10

VON SIMONE HOEPKE

Red Bull spielt in einer eigenen Liga. In der Top-Liga nämlich – zumindest wenn es um den Markenwert des Energy-Drink-Machers geht. Keine andere österreichische Marke hat es in die Liste der 100 wertvollsten Marken der Welt geschafft, sagt Gerhard Hrebicek, Präsident des European Brand Institutes.

Zur Größenordnung – die 20. Österreichische Markenwert Studie bewertet Red Bull mit 18,4 Milliarden Euro. „Binnen 20 Jahren hat sich der Markenwert verachtfacht. Auf Unis wird Red Bull längst als Best-Practice-Fall vorgestellt“, sagt Studienautor Hrebicek. Die jährlichen Wertzuwächse liegen bei Red Bull mit durchschnittlich elf Prozent auf US-amerikanischem Niveau.

Im Vergleich dazu haben europäische Marken im 20-Jahres-Vergleich deutlichen Aufholbedarf. Ihre Zuwachsraten liegen statistisch gesehen gerade einmal bei 4,5 Prozent, bei österreichischen Marken fällt die Steigerungsrate laut Hrebicek mit 2,5 Prozent im Jahr sogar noch geringer aus.

Pierer erstmals unter Top 10

In der Rangliste der wertvollsten österreichischen Marken hat sich im Vergleich zum Vorjahr übrigens wenig verändert. Zu den üblichen Fixstärkern zählen Novomatic, die Spar-Gruppe, Swarovski, die ÖBB sowie Raiffeisen und Erste Bank. Neu unter den Top 10 ist dieses Jahr die Pierer Mobility AG – vor allem dank ihrer Leitmarke KTM.

Am stärksten zugelegt hat Novomatic. Der Glücksspielkonzern steigerte den Markenwert um fast 14 Prozent auf rund 3,4 Mrd. Euro. Mit dem Auslaufen der Corona-Restriktionen sind auch die Spieler in die Casinos, Spielhallen und Wettbetriebe von Novomatic zurückgekehrt, was dem Unternehmen einen kräftigen Umsatzzuwachs bescherte.

Was auffällt, ist, dass trotz wirtschaftlich herausfordernden Umfelds alle Top-Unternehmen ihren Markenwert gesteigert haben (siehe Grafik). Der Tiroler Kristallkonzern Swarovski hat sich beispielsweise

von Platz 6 auf Platz 4 verbessert. Der Transformationsprozess scheint zu fruchten, heißt es. Der Kristallkonzern hatte zuletzt unter den Folgen der Pandemie und dem Einbruch des Tourismus gelitten.

Die Studie berücksichtigt übrigens nur Unternehmen, die zu mehr als 45 Prozent in österreichischem Eigentum sind. Deswegen ist etwa das Salzburger Handelshaus Spar (gehört den Unternehmerfamilien Reich, Drexel und Poppmeier) berücksichtigt, nicht aber der Billa-

Mutterkonzern Rewe Austria, der wiederum Teil der Kölner Rewe-Gruppe ist. Austrian Airlines (Tochter der deutschen Lufthansa) oder die Telekom Austria (mehrfach im Besitz von América Móvil) sind nicht in der Wertung.

Dass Klein- und Mittelbetriebe Marken und Patente anmelden, ist übrigens eher eine Ausnahmeerscheinung. Laut den Angaben des European Brand Institutes besitzen 91 Prozent der KMU in Europa keine registrierten Marken und Patente.

WERTVOLLSTE ÖSTERREICHISCHE MARKEN

Markenwert 2023 in Milliarden Euro gegenüber 2022

Rang	Marke	Markenwert 2023 (Mrd. Euro)	Veränderung gegenüber 2022 (%)
1.	Red Bull	18,40	+ 8,5 %
2.	Novomatic	3,45	+ 13,6 %
3.	Spar	2,52	+ 3,4 %
4.	Swarovski	2,18	+ 6,2 %
5.	ÖBB	2,18	+ 4,8 %
6.	Erste-Group	2,17	+ 2,3 %
7.	Raiffeisen	2,04	+ 1,3 %
8.	Verbund	1,57	+ 6,2 %
9.	OMV	1,51	+ 6,3 %
10.	Pierer Mobility	1,15	+ 12,9 %

KURIER Grafik: Eber

Quelle: European Brand Institute

Novomatic gewinnt an Wert, Red Bull überflügelt alle

Markenwert-Studie. KTM hebt Pierer Mobility unter die Top 10

Red Bull spielt in einer eigenen Liga. In der Top-Liga nämlich – zumindest wenn es um den Markenwert des Energy-Drink-Machers geht. Keine andere österreichische Marke hat es in die Liste der 100 wertvollsten Marken der Welt geschafft, sagt Gerhard Hrebicek, Präsident des European Brand Institutes.

Zur Größenordnung – die 20. Österreichische Markenwert Studie bewertet Red Bull mit 18,4 Milliarden Euro. "Binnen 20 Jahren hat sich der Markenwert verachtfacht. Auf Unis wird Red Bull längst als Best-Practice-Fall vorgestellt", sagt Studienautor Hrebicek. Die jährlichen Wertzuwächse liegen bei Red Bull mit durchschnittlich elf Prozent auf US-amerikanischem Niveau.

Im Vergleich dazu haben europäische Marken im 20-Jahres-Vergleich deutlichen Aufholbedarf. Ihre Zuwachsraten liegen statistisch gesehen gerade einmal bei 4,5 Prozent, bei österreichischen Marken fällt die Steigerungsrate laut Hrebicek mit 2,5 Prozent im Jahr sogar noch geringer aus.

Pierer erstmals unter Top 10

In der Rangliste der wertvollsten österreichischen Marken hat sich im Vergleich zum Vorjahr übrigens wenig verändert. Zu den üblichen Fixsternen zählen Novomatic, die Spar-Gruppe, Swarovski, die ÖBB sowie Raiffeisen und Erste Bank. Neu unter den Top 10 ist dieses Jahr die Pierer Mobility AG – vor allem dank ihrer Leitmarke KTM.

Am stärksten zugelegt hat Novomatic. Der Glücksspielkonzern steigerte den Markenwert um fast 14 Prozent auf rund 3,4 Mrd. Euro. Mit dem Auslaufen der Corona-Restriktionen sind auch die Spieler in die Casinos, Spielhallen und Wettbetriebe von Novomatic zurückgekehrt, was dem Unternehmen einen kräftigen Umsatzzuwachs bescherte.

Was auffällt, ist, dass trotz wirtschaftlich herausfordernden Umfelds alle Top-Unternehmen ihren Markenwert gesteigert haben (siehe Grafik). Der Tiroler Kristallkonzern Swarovski hat sich beispielsweise von Platz 6 auf Platz 4 verbessert. Der Transformati-

onsprozess scheine zu fruchten, heißt es. Der Kristallkonzern hatte zuletzt unter den Folgen der Pandemie und dem Einbruch des Tourismus gelitten.

Die Studie berücksichtigt übrigens nur Unternehmen, die zu mehr als 45 Prozent in österreichischem Eigentum sind. Deswegen ist etwa das Salzburger Handelshaus Spar (gehört den Unternehmerfamilien Reisch, Drexel und Poppmeier) berücksichtigt, nicht aber der Billa-Mutterkonzern Rewe Austria, der wiederum Teil der Kölner Rewe-Gruppe ist. Austrian Airlines (Tochter der deutschen Lufthansa) oder die Telekom Austria (mehrheitlich im Besitz von América Móvil) sind nicht in der Wertung.

Dass Klein- und Mittelbetriebe Marken und Patente anmelden, ist übrigens eher eine Ausnahmeerscheinung. Laut den Angaben des European Brand Institutes besitzen 91 Prozent der KMU in Europa keine registrierten Marken und Patente.

vienna.at, 28. Juni 2023

Wertvollste Marken in Österreich bleiben Red Bull, Novomatic und Spar



Das sind die wertvollsten Marken Österreichs. ©Canva / Pixabay (Symbolbild)

Der Salzburger Energydrink-Hersteller Red Bull, der Glücksspielkonzern Novomatic und das Handelsunternehmen Spar bleiben weiterhin die wertvollsten Marken in Österreich.

Auf den Stockerlplätzen der wertvollsten Marken in Österreich hat sich nichts geändert, das geht aus der aktuellen Markenwert-Studie des European Brand Institute hervor. Neu in den Top 10 ist Pierer Mobility. Die Marke des Swarovski-Konzerns mit seinem Glasschmuck hat sich gegenüber 2022 verbessert, die der Erste Group verschlechtert.

Wertvollste Firmen konnten wieder an Vor-Pandemie-Niveau anschließen

Laut Studienautor Gerhard Hrebicek konnten die zehn wertvollsten Firmen in Österreich im Jahr 2022, trotz anhaltender multipler Krisen, wieder an das Vor-Pandemie-Niveau anschließen und Markenwertsteigerungen erzielen. Zusammen sind die Top-10-Firmen 37,2 Mrd. Euro wert, fast die Hälfte davon fällt auf Red Bull (18,4 Mrd. Euro). Red Bull ist das einzige österreichische Unternehmen, das auch im weltweiten Top-100-Ranking vertreten ist.

Am stärksten wuchs Novomatic. Der Glücksspielkonzern steigerte den Markenwert um fast 14 Prozent auf rund 3,4 Mrd. Euro. Mit dem Auslaufen der Corona-Restriktionen sind auch die Spieler in die Casinos, Spielhallen und Wettbetriebe von Novomatic zurückgekehrt, was dem Unternehmen einen kräftigen Umsatzzuwachs bescherte.

Wertvollste österreichische Marken

Markenwert 2023 in Milliarden Euro gegenüber 2022

1.	 Red Bull		18,40	+ 8,5 %
2.	 NOVOMATIC		3,45	+ 13,6 %
3.	 SPAR		2,52	+ 3,4 %
4.	 SWAROVSKI		2,18	+ 6,2 %
5.	 ÖBB		2,18	+ 4,8 %
6.	 ERSTE Group		2,17	+ 2,3 %
7.	 X		2,04	+ 1,3 %
8.	 Verbund		1,57	+ 6,2 %
9.	 OMV		1,51	+ 6,3 %
10.	 PIERER MOBILITY AG		1,15	+ 12,9 %

Red Bull, Novomatic und Spar bleiben wertvollste Marken in Österreich

Das zweithöchste Wachstum erzielte der Mobilitätskonzern Pierer Mobility mit einem Plus von fast 13 Prozent auf 1,2 Mrd. Euro. Damit überholte das Unternehmen den Möbelkonzern XXXLutz und stieg erstmals in die Top 10 auf.

Auch alle anderen Firmen im Top-10-Ranking haben ihren Markenwert gesteigert. Swarovski hat sich von Platz 6 auf Platz 4 verbessert und ist nach einem Einbruch des Markenwerts im vergangenen Jahr um 6 Prozent auf 2,2 Mrd. Euro gewachsen. Der Transformationsprozess schein zu fruchten, heißt es vom European Brand Institute. Das Unternehmen hatte sich in den vergangenen Jahren mit starken Turbulenzen konfrontiert gesehen. Dies betraf sowohl die Konzernführung als auch die wirtschaftliche Situation aufgrund der Coronakrise.

Die Studie berücksichtigt nur Unternehmen, die zu mehr als 45 Prozent in österreichischem Eigentum sind. Deswegen sind etwa der Spar-Mitbewerber Rewe (u.a. Billa), Austrian Airlines oder die Telekom Austria nicht in der Wertung.

meinbezirk.at, 28. Juni 2023

Red Bull, Spar, ÖBB, OMV & Co.

Das sind Österreichs wertvollste Marken



Bereits zum zwanzigsten Mal kürte das European Brand Institute (EBI) die zehn wertvollsten Marken Österreichs. Klarer Spitzenreiter ist auch heuer wieder Red Bull. Foto: RB/Platzer hochgeladen von Stefan Verderber

Bereits zum zwanzigsten Mal kürte das European Brand Institute (EBI) die zehn wertvollsten Marken Österreichs. Klarer Spitzenreiter ist auch heuer wieder Red Bull. Dahinter folgen der Glücksspielkonzern Novomatic und das Handelsunternehmen Spar. Erstmals in den Top 10 landete Pierer Mobility. Die ÖBB wurden als nachhaltigste Marke ausgezeichnet.

ÖSTERREICH. 37,2 Milliarden Euro sind die zehn wertvollsten Marken des Landes gemeinsam wert. Beinahe die Hälfte davon entfällt auf den Marken-Krösus Red Bull (18,4 Milliarden Euro). Der Salzburger Getränkehersteller ist zudem das einzige österreichische Unternehmen, das im weltweiten Top-100-Ranking vertreten ist.

Wertvollste österreichische Marken

Markenwert 2023 in Milliarden Euro gegenüber 2022

1.			18,40	+ 8,5 %
2.			3,45	+ 13,6 %
3.			2,52	+ 3,4 %
4.			2,18	+ 6,2 %
5.			2,18	+ 4,8 %
6.			2,17	+ 2,3 %
7.			2,04	+ 1,3 %
8.			1,57	+ 6,2 %
9.			1,51	+ 6,3 %
10.			1,15	+ 12,9 %

Markenwertsteigerung bei den Top 10

Laut Studienautor Gerhard Hrebicek, Präsident des EBI, „konnten die heimischen TOP Markenunternehmen im Jahr 2022, trotz anhaltender multipler Krisen, wieder an das Vor-Pandemie Niveau anschließen und Markenwertsteigerungen erzielen“. Am stärksten wuchs der Glücksspielkonzern Novomatic, der seinen Markenwert um fast 14 Prozent auf rund 3,4 Milliarden Euro steigern konnte. Europas führender Gaming-Technologiekonzern konnte nach dem Ende der Corona-Restriktionen einen "signifikanten Umsatzwachstum im Geschäftsjahr 2022" erzielen.

Das zweithöchste Wachstum verzeichnete der Mobilitätskonzern Pierer Mobility mit einem Plus von beinahe 13 Prozent. Mit einem Markenwert von 1,2 Milliarden Euro stieß das Unternehmen den Möbelkonzern XXXLutz aus den Top 10.

Swarovski dringt wieder vor

Aufhorchen ließ laut dem EBI auch der Tiroler Kristallkonzern Swarovski, der "nach turbulenten Jahren" eine kräftige Markenwertsteigerung von 6,2 Prozent erzielen konnte. "Der Transformationsprozess scheint zu fruchten", weshalb sich Österreichs wertvollster Luxusgüterkonzern von Platz sechs auf den vierten Platz verbessern konnte.



Aufhorchen ließ laut dem EBI auch der Tiroler Kristallkonzern Swarovski, der "nach turbulenten Jahren" eine kräftige Markenwertsteigerung von 6,2 Prozent erzielen konnte. Foto: Haun hochgeladen von [Florian Haun](#)

ÖBB als Nummer 1 in Nachhaltigkeit

Das Marken-Institut untersuchte zudem erneut "den Beitrag der Marken zur nachhaltigen Entwicklung in Österreich", wobei die ÖBB bereits zum vierten Mal in Folge als führende "Sustainable Brand" hervorging. Dahinter folgten die Erste Group Bank und Spar.

Die Studien des EBI berücksichtigen nur Unternehmen, die sich zu mehr als 45 Prozent in österreichischem Eigentum befinden. Bekannte Marken wie Austrian Airlines oder die Telekom Austria fallen daher aus dem Ranking.

Marken-Studie: Novomatic, Pierer Mobility und Red Bull mit höchstem Wachstum

Das European Brand Institut hat seine Österreichische Markenwert Studie veröffentlicht und die wertvollsten Markenunternehmen ermittelt. Laut Studienautor Gerhard Hrebicek, Präsident European Brand Institute „konnten die heimischen TOP Markenunternehmen im Jahr 2022, trotz anhaltender multipler Krisen, wieder an das Vor-Pandemie Niveau anschließen und Markenwertsteigerungen erzielen. Die zehn wertvollsten Austro-Markenunternehmen sind zusammen mehr als EUR 37,157 Mrd. wert, mit einer positiven Markenwertentwicklung von insgesamt +7,4%. TOP 10 wachsen um ca. 65% in 20 Jahren. Die Top-10 sind: 1. Red Bull, 2. Novomatic, 3. Spar, 4. Swarovski, 5. ÖBB, 6. Erste Group, 7. Raiffeisen, 8. Verbund, 9. OMV, 10. Pierer Mobility.

Das höchste relative Markenwertwachstum konnten der Gaming-Technologiekonzern NOVOMATIC(+13,6%), der TOP10 Newcomer Pierer Mobility (+12,9%), gefolgt von Red Bull(+8,5%) verzeichnen.

Österreichs wertvollste und nachhaltigste Finanzdienstleistungsmarke Erste Group konnte einen Markenwertzuwachs von +2,3% verbuchen und rangiert mit einem Markenwert von EUR 2,170 Mrd. auf Platz 6. Auch die Raiffeisen Banken Gruppe konnte +1,3% zulegen und mit EUR 2,036 Mrd. Markenwert Platz 7 halten.

Boerse-social.com, 28. Juni 2023

Marken-Studie: Novomatic, Pierer Mobility und Red Bull mit höchstem Wachstum

28.06.2023, 1210 Zeichen

Das European Brand Institut hat seine Österreichische Markenwert Studie veröffentlicht und die wertvollsten Markenunternehmen ermittelt. Laut Studienautor Gerhard Hrebicek, Präsident European Brand Institute „konnten die heimischen TOP Markenunternehmen im Jahr 2022, trotz anhaltender multipler Krisen, wieder an das Vor-Pandemie Niveau anschließen und Markenwertsteigerungen erzielen. Die zehn wertvollsten Austro-Markenunternehmen sind zusammen mehr als EUR 37,157 Mrd. wert, mit einer positiven Markenwertentwicklung von insgesamt +7,4%. TOP 10 wachsen um ca. 65% in 20 Jahren. Die Top-10 sind: 1. Red Bull, 2. Novomatic, 3. Spar, 4. Swarovski, 5. ÖBB, 6. Erste Group, 7. Raiffeisen, 8. Verbund, 9. OMV, 10. Pierer Mobility.

Das höchste relative Markenwertwachstum konnten der Gaming-Technologiekonzern NOVOMATIC(+13,6%), der TOP10 Newcomer Pierer Mobility (+12,9%), gefolgt von Red Bull(+8,5%) verzeichnen.

Österreichs wertvollste und nachhaltigste Finanzdienstleistungsmarke Erste Group konnte einen Markenwertzuwachs von +2,3% verbuchen und rangiert mit einem Markenwert von EUR 2,170 Mrd. auf Platz 6. Auch die Raiffeisen Banken Gruppe konnte +1,3% zulegen und mit EUR 2,036 Mrd. Markenwertplatz 7 halten.

agbrief.com, 28. Juni 2023



Evaluated on the basis of the criteria brand strength, trend development, brand potential and revenue, NOVOMATIC was ranked second among the ten most valuable brand companies in Austria for the fourth time in a row in this year's ranking by the European Brand Institute.

It is especially positive that NOVOMATIC, with a brand value increase of +13.6%, was able to record the largest increase within one year among the top 10 most valuable brands in Austria.

With around 23,900 employees worldwide and activities in more than 100 countries, Europe's leading gaming technology group was able to increase its brand value to EUR 3.446 billion. Only Red Bull ranks ahead of the gaming technology group in Lower Austria in the country's top brands.

The reasons for this outstanding rating are in particular the continuous growth, the significant increase in revenue and the great commitment to sustainability with the implementation of a comprehensive corporate responsibility and ESG program. In addition, the European Brand Institute surveyed the contribution of brand companies to sustainable development in Austria as part of its Sustainable Brand Rating. NOVOMATIC takes an excellent 4th place in this with an AAA rating.

"The excellent rankings in both the brand value and the sustainable brand ranking once again prove the success of our sustainable corporate strategy, according to which success can only be achieved by embracing our responsibility. Sustainable brands create trust and are an important basis for our business success against the background of the increasing importance of the sustainability dimension", emphasizes **NOVOMATIC Executive Board Member Johannes Gratzl.**

gamblinginsider.com, 28. Juni 2023

Novomatic scores highest brand value increase in 2023

Novomatic ranks second among the country's most valuable brand companies in the current Austrian Brand Value Study of the European Brand Institute (EBI) and also achieves 4th place in the Sustainable Brand Ranking with a AAA rating.



Evaluated on the basis of the criteria brand strength, trend development, brand potential and revenue, Novomatic was ranked second among the ten most valuable brand companies in Austria for the fourth time in a row in this year's ranking by the European Brand Institute. It is especially positive that Novomatic, with a brand value increase of +13.6%, was able to record the largest increase within one year among the top 10 most valuable brands in Austria.

With around 23,900 employees worldwide and activities in more than 100 countries, Europe's leading gaming technology group was able to increase its brand value to EUR 3.446 billion. Only Red Bull ranks ahead of the gaming technology group in Lower Austria in the country's top brands. The reasons for this outstanding rating are in particular the continuous growth, the significant increase in revenue and the great commitment to sustainability with the implementation of a comprehensive corporate responsibility and ESG program. In addition, the European Brand Institute surveyed the contribution of brand companies to sustainable development in Austria as part of its Sustainable Brand Rating. Novomatic takes 4th place in this with an AAA rating.

"The excellent rankings in both the brand value and the sustainable brand ranking once again prove the success of our sustainable corporate strategy, according to which success can only be achieved by embracing our responsibility. Sustainable brands create trust and are an important basis for our business success against the background of the increasing importance of the sustainability dimension", emphasizes Novomatic Executive Board Member Johannes Gratzl.

Based on the annually published ranking of the 'trend-TOP500 most profitable Austrian companies' by the business magazine Trend, the Austrian Brand Value Study evaluated the nationwide top 10 companies for the 20th time. The ranking for the year 2023 included a total of 180 Austrian brand companies from 16 industry segments, which are over 45 percent Austrian-owned and whose brand value is evaluated according to the current international standards ISO 10668 and ÖNORM A 6800.

casinoplusbonus.com, 28. Juni 2023

Novomatic besiegelt 2023 höchste Marktwertsteigerung



Österreichischen Markenwert Studie des European Brand Institute (EBI) setzt Novomatic auf Platz 2. (Bildquelle: europeanbrandinstitute.com)

In der aktuellen Österreichischen Markenwert Studie des European Brand Institute (EBI) belegt das aus Gumpoldskirchen stammende Unternehmen den zweiten Platz in Folge. Insgesamt hat der Glücksspielgigant, damit schon das vierte Mal den zweiten Platz erreichen können. Bewertet werden die Unternehmen anhand Markenstärke, Trendentwicklung, Markenpotenzial und dem Umsatz. Durch das European Brand Institute (EBI) werden einmal im Jahr die zehn wertvollsten Markenunternehmen ausgewählt und ausgezeichnet. Besonders erfreulich ist, dass der Glücksspielbetreiber mit einer Wertsteigerung von 13,6 % in die Top 10 aufgenommen wurde. Damit zählt Novomatic mit zu den Unternehmen, die eine der intensivsten Wertsteigerungen erlebt haben. Damit verdeutlicht das iGaming Unternehmen einmal mehr seine Platzierung auf dem Glücksspielmarkt.

Novomatic erlebt Wertsteigerung von über 10 %

In mehreren Medienberichten wird bestätigt, dass Novomatic bei der Österreichischen Markenwert Studie des European Brand Institute (EBI) erneut auf dem zweiten Platz gelandet ist. Das iGaming Unternehmen erreicht damit zum vierten Mal diese Position und setzt sich gegen zahlreiche andere Markenunternehmen in Österreich durch. Dass die Leistungen des Glücksspielgiganten nicht ohne Lorbeeren bleibt, wird deutlich, wenn man sich die Marktsteigerung von 13,6 % ansieht. Damit legte der Glücksspielbetreiber unter den zehn ausgewählten Unternehmen die beste Bilanz hin.

Der Konzern aus Österreich ist in mehr als 100 Ländern aktiv und bekannt. In Deutschland führt der Glücksspielgigant unter anderem das [Online Casino Novoline](#), welches mit spannenden Slot-Spielen zahlreicher Themen überrascht. Auch in anderen lizenzierten [deutschen Online Casinos](#) kann man die Spiele der Unternehmensgruppe finden. Neben den gesteigerten Aktivitäten konnte der führende Gaming-Technologiekonzern den Markenwert auf 3,448 Mrd. Euro anwachsen lassen. Damit steht Novomatic auf dem ersten Platz der am stärksten wachsenden Unternehmen. In der Gesamtwertung schafft es der Österreicher auf den zweiten Platz.

Novomatic Vorstand Mag. Johannes Gratzl betont: „Die hervorragenden Platzierungen sowohl im Markenwert- als auch im Sustainable Brand Ranking bestätigen unsere nachhaltige Unternehmensstrategie, wonach Erfolg nur durch die Übernahme von Verantwortung gelingt. Nachhaltige Marken schaffen Vertrauen und sind vor dem Hintergrund der zunehmenden Bedeutung des Faktors Sustainability eine wichtige Basis unseres Geschäftserfolges.“

Novoline Casino Betreiber einziges Glücksspielunternehmen auf der Liste

Die Studie wurde zum 20. Mal herausgegeben, um österreichische Unternehmen für ihre Entwicklungen zu ehren. In der Pressemitteilung wird deutlich, welche der Konzerne in diesem Jahr auf der Liste stehen. Novomatic ist laut der [Pressemitteilung](#) das einzige iGaming Unternehmen.

Neben der Bewertung des Markenwerts wurde auch Österreichs führende Sustainable Brand gewählt. Das European Brand Institute hat wiederholt den Beitrag der Markenunternehmen zur Nachhaltigkeit bewertet. Dazu gehören die Sektoren Versorgungsinfrastruktur, Energie, Verkehr, Gesundheits- und Sozialinfrastruktur, Finanzen und Medien. Angewendet wird zur Bewertung ein Kriterienkatalog mit 52 Indikatoren.

Auch hier konnten Novomatic überzeugen und landete auf Platz vier. Damit beweist das Unternehmen einmal mehr, dass es auch im Bereich Nachhaltigkeit Entwicklungen durchlebt hat. Auch im vergangenen Geschäftsjahr konnte das Unternehmen diese Position für sich beanspruchen.



Das European Brand Institute vergibt einmal im Jahr die Auszeichnung „beste nachhaltige Marke“. Die Bewertung dazu erfolgt auf einem Kriterienkatalog mit 52 Indikatoren, abgeleitet aus den UN-Nachhaltigkeitszielen. (Bildquelle: europeanbrandinstitute.com)

Isa-guide.de, 28. Juni 2023

NOVOMATIC punktet 2023 mit höchster Markenwertsteigerung

NOVOMATIC belegt in der aktuellen Österreichischen Markenwert Studie des European Brand Institute (EBI) Platz 2 der landesweit wertvollsten Markenunternehmen und erreicht zudem im Sustainable Brand Ranking mit einer AAA-Bewertung den ausgezeichneten Platz 4.

Gumpoldskirchen – Bewertet anhand der Kriterien Markenstärke, Trendentwicklung, Markenpotenzial und Umsatz, wurde NOVOMATIC im diesjährigen Ranking des European Brand Institute zum bereits vierten Mal in Folge auf Platz 2 der zehn wertvollsten Markenunternehmen Österreichs gewählt. Besonders erfreulich ist, dass NOVOMATIC mit einer Markenwertsteigerung von +13,6 % unter den Top 10 der wertvollsten Marken Österreichs den größten Anstieg innerhalb eines Jahres verzeichnen konnte.



Mit weltweit rund 23.900 Mitarbeiterinnen und Mitarbeitern sowie Aktivitäten in mehr als 100 Ländern konnte Europa's führender Gaming-Technologiekonzern den Markenwert auf EUR 3,446 Mrd. steigern. Einzig Red Bull reiht sich im Ranking der Top-Marken des Landes vor den Gaming-Technologiekonzern aus Niederösterreich. Die Gründe für diese herausragende Bewertung liegen insbesondere am kontinuierlichen Wachstum, der signifikanten Umsatzsteigerung und dem großen Nachhaltigkeits-Engagement mit der Umsetzung eines umfassenden Corporate Responsibility- und ESG-Programms. Zudem hat das European Brand Institute im Rahmen des Sustainable Brand Ratings den Beitrag der Markenunternehmen zur nachhaltigen Entwicklung in Österreich untersucht. NOVOMATIC nimmt darin mit einer AAA-Bewertung den ausgezeichneten Platz 4 ein.



„Die hervorragenden Platzierungen sowohl im Markenwert- als auch im Sustainable Brand Ranking bestätigen unsere nachhaltige Unternehmensstrategie, wonach Erfolg nur durch die Übernahme von Verantwortung gelingt. Nachhaltige Marken schaffen Vertrauen und sind vor dem Hintergrund der zunehmenden Bedeutung des Faktors Sustainability eine wichtige Basis unseres Geschäftserfolges“, betont

NOVOMATIC-Vorstand Mag. Johannes Gratzl.

Jährlich aus den „trend-TOP500 der umsatzstärksten Unternehmen Österreichs“ des Wirtschaftsmagazins Trend ermittelt, bewertete die Österreichische Markenwert Studie zum bereits 20. Mal die landesweiten Top 10. Im Ranking für das Jahr 2023 wurden insgesamt 180 österreichische Markenunternehmen aus 16 Branchensegmenten beurteilt, die sich zu mehr als 45 Prozent in österreichischem Eigentum befinden und deren Markenwert nach den aktuellen internationalen Standards ISO 10668 und ÖNORM A 6800 bewertet wird.

leadersnet.at, 28. Juni 2023

Das sind die zehn wertvollsten Markenunternehmen Österreichs

NEWS, HANDEL, FINANZEN, INDUSTRIE | Tobias Seifried | 28.06.2023

Die heimischen Top 10 sind zusammen mehr als 37 Milliarden Euro wert und erreichen damit wieder das Vor-Pandemie Niveau.



1 von 2 Bildern Pierer Mobility-CEO Stefan Pierer schafft es mit seinem Mobilitätskonzern erstmals unter die Top 10 und verzeichnete das zweithöchste relative Markenwertwachstum © Katharina Schiff

Zum 20. Mal hat das European Brand Institute (EBI) seine Österreichische Markenwert Studie durchgeführt und dabei die wertvollsten Markenunternehmen ermittelt. Die Ergebnisse wurden am Mittwoch (28. Juni) präsentiert. Laut Studienautor Gerhard Hrebicek, Präsident European Brand Institute "konnten die heimischen Top Markenunternehmen im Jahr 2022, trotz anhaltender multipler Krisen, wieder an das Vor-Pandemie Niveau anschließen und Markenwertsteigerungen erzielen." Durch die Vertrauenswirkung der Marke seien Umsatz, Margen und Gewinn stabiler, das Risiko werde reduziert und die Fremdkapitalkosten gesenkt und damit zahlreiche Leistungsindikatoren positiv beeinflusst, so Hrebicek.

Bei der Präsentation der Ergebnisse ebenfalls mit dabei waren Gerald Ganzger, Partner LGP, Kristin Hanusch-Linser, Vizepräsidentin IAA Austria, Monika Racek, CEO Admiral und Herbert Kovar, Managing Partner Tax Deloitte Österreich.

Gesamtwert der Top 10 steigt, Red Bull klar vorne

Die zehn wertvollsten Austro-Markenunternehmen sind der Analyse zufolge zusammen mehr als 37,157 Milliarden Euro wert, was einem Plus von 7,4 Prozent gegenüber dem Vorjahr entspricht. In den letzten 20 Jahren sind die Top 10 um circa 65 Prozent gewachsen. Das höchste relative Markenwertwachstum konnten der Gaming-Technologiekonzern Novomatic (+13,6 Prozent), der Top-10-Newcomer Pierer Mobility (+12,9 Prozent) und Red Bull (+8,5 Prozent) verzeichnen.

Apropos Red Bull. Das Imperium rund um den Energydrink konnte auch 2022 dank einer positiven Absatzentwicklung in nahezu allen Zielmärkten und einer erfolgreichen Expansionsstrategie weiterwachsen und um mehr als 1,439 Milliarden Euro beim Markenwert zulegen. Mit einem Markenwert von 18,4 Milliarden Euro führt Österreichs einziger "Global Top 100" Konzern das Ranking der wertvollsten heimischen Markenunternehmen klar an.



Ränge zwei bis zehn

Europas führender Gaming-Technologiekonzern **Novomatic** konnte aufgrund eines signifikanten Umsatzwachstums im Geschäftsjahr 2022 und weiteren Maßnahmen auf einen Markenwert von 3,446 Milliarden Euro zulegen und die Position als zweitwertvollstes Markenunternehmen Österreichs stärken. Der Lebensmittelriese **Spar Österreich** konnte seine Marktführerschaft weiter ausbauen, den Expansionskurs erfolgreich fortsetzen und mit +3,4 Prozent Markenwertzuwachs auf 2,515 Milliarden Euro den Podestplatz aus dem Vorjahr behaupten.

Österreichs wertvollster Luxusgüterkonzern **Swarovski** rückt mit einem Markenwert von 2,178 Milliarden Euro auf Platz vier vor. Auch im 100. Jahr ihres Bestehens setzen die **ÖBB** ihr Wachstum fort. Österreichs größtes und wertvollstes Mobilitäts- und Logistikunternehmen konnte seinen Markenwert um 4,8 Prozent auf 2,175 Milliarden Euro steigern und landet damit auf Platz fünf. Dahinter reiht sich Österreichs wertvollste Finanzdienstleistungsmarke ein. Die **Erste Group Bank** konnte einen Zuwachs von 2,3 Prozent verbuchen und rangiert mit einem Markenwert von 2,170 Milliarden Euro auf Platz 6. Auch die **Raiffeisen Banken Gruppe** konnte 1,3 Prozent zulegen und mit 2,036 Milliarden Euro Markenwert Platz 7 halten.

Der **Verbund** (1,573 Milliarden Euro) landet heuer auf Platz 8, dicht gefolgt von der **OMV** (1,512 Milliarden Euro). **Pierer Mobility** überholt mit einem Markenwert von 1,152 Milliarden Euro (+12,9 Prozent) XXXLutz und steigt erstmals in die Top 10 auf.

Nachhaltigkeitsranking

Neben dem reinen Markenwert hat das EBI auch in diesem Jahr den Beitrag der Marken zur nachhaltigen Entwicklung in Österreich in mehreren Branchen (Verkehr, Versorgungsinfrastruktur, Energie, Gesundheits- und Sozialinfrastruktur, Finanzen sowie Medien) und in vier Kategorien (Brand Leadership, Product/Services, Social Responsibility und Investment) untersucht.

Hier sieht das Ranking etwas anders aus. Denn die Branchen Leader beim Sustainable Brand Rating Austria sind:

- ÖBB (Verkehr/AAA)
- APG (Versorgungsinfrastruktur/AAA)
- Verbund (Energieversorger/AA+)
- Erste Group Bank (Finanzen/AAA)
- Rotes Kreuz (Gesundheits- und Sozialinfrastruktur/AAA)
- ORF (Medien/AAA)



SUSTAINABLE BRAND RATING AUSTRIA 2023



SUSTAINABLE BRAND STUDIE

DIE 10 WERTVOLLSTEN MARKENUNTERNEHMEN IM SUSTAINABLE BRAND RATING IM VERGLEICH ZUM MARKENWERT 2023

SBP RANK	UNTERNEHMEN	SEKTOR	SBP SCORE	BPV RANK
1		VERKEHR	AAA	5
2		FINANZEN	AAA	6
3		RETAIL	AAA	3
4		GAMING	AAA	2
5		FINANZEN	AA+	7
6		ENERGIE VERSORGER	AA+	8
7		INDUSTRY	AA+	n.A.
8		UTILITIES	AA+	9
9		LUXURY	AA+	4
10		CONSUMER	AA	1

Das European Brand Institute hat den Beitrag der Marken gemeinwirtschaftlicher Unternehmen und Organisationen* zur nachhaltigen Entwicklung in Österreich in 6 Branchen: Verkehr, Versorgungsinfrastruktur, Energieversorger, Gesundheits- und Sozialinfrastruktur, Finanzen und Medien in 4 Kategorien untersucht.

Im Rahmen dieser Studie wurden auch Österreichs wertvollste Markenunternehmen auf Nachhaltigkeit bzw. extern wahrgenommenes nachhaltiges Handeln untersucht und dabei ein „Sustainable Brand Ranking“ erstellt.

Der Mittelwertsatz mit 32 Indikatoren in 4 Kategorien, abgeleitet aus den Agenda 2030 SDGs sowie ISO 26007, wurde anhand von Durchschnitts- (Average) mit AA (Above Average), AA+ (Highly Above Average) bis BA (Below Average), Below Average (Below Average) im Vergleich zum Mittelwert untersucht, mit dem „SBP Scoring Model“ bewertet und in ein „Sustainable Brand Rating“ überführt.

DIE 4 KATEGORIEN

- BRAND LEADERSHIP
- SOCIAL RESPONSIBILITY
- PRODUCT/SERVICES
- INVESTMENT

TOP 3 INDUSTRY LEADERS

VERKEHR		MEDIEN	
1		AAA	1
2		AAA	2
3		AA+	3
		GESUNDHEIT & SOZIALES	
1		AAA	1
2		AA+	2
3		AA+	3
		FINANZEN	
1		AA+	1
2		AA+	2
3		AA+	3

©2023 European Brand Institute | * Unternehmensauswahl basierend auf VÖWG | SBP - Sustainable Brand | BPV - Brand Value | www.europeanbrandinstitute.com

Somit gehen die Österreichischen Bundesbahnen das vierte Mal in Folge als Österreichs führende Sustainable Brand hervor, gefolgt von Erste Group Bank und Spar. In Zeiten anhaltender Krisen, insbesondere der aktuellen Energiekrise verbunden mit hoher Inflation, werde deutlich, dass gemeinwirtschaftliche Markenunternehmen in systemrelevanten Branchen wie APG (Austrian Power Grid) und dem Roten Kreuz ihre Widerstandsfähigkeit unter Beweis gestellt hätten, so das EBI. Sie seien eine unverzichtbare Grundlage für Wirtschaft und Gesellschaft.

kleinezeitung.at, 28. Juni 2023

Red Bull, Novomatic und Spar bleiben wertvollste Marken in Österreich

Allein Red Bull besitzt einen Markenwert von 18 Milliarden Euro. Am stärksten wuchs laut dem European Brand Institute der Glücksspielkonzern Novomatic. Pierer Mobility ist neu im Top-Ten-Ranking.



Auf den Stockerlplätzen der wertvollsten Marken in Österreich hat sich nichts geändert: Der Salzburger Energydrink-Hersteller Red Bull, der Glücksspielkonzern Novomatic und das Handelsunternehmen Spar führen das Ranking an, geht aus der aktuellen Markenwert-Studie des European Brand Institute hervor. Neu in den Top Ten ist Pierer Mobility. Die Marke des Swarovski-Konzerns mit seinem Glasschmuck hat sich gegenüber 2022 verbessert, die der Erste Group verschlechtert.

Laut Studienautor Gerhard Hrebicek konnten die zehn wertvollsten Firmen in Österreich im Jahr 2022, trotz anhaltender multipler Krisen, wieder an das Vor-Pandemie-Niveau anschließen und Markenwertsteigerungen erzielen. Zusammen sind die Top-10-Firmen 37 Milliarden Euro wert – fast die Hälfte davon fällt mit 18 Milliarden Euro auf Red Bull. Es ist auch das einzige österreichische Unternehmen, das im weltweiten Top-100-Ranking vertreten ist.

Am stärksten wuchs Novomatic. Der Glücksspielkonzern steigerte den Markenwert um 14 Prozent auf 3,4 Milliarden Euro. Mit dem Auslaufen der Corona-Restriktionen sind auch die Spieler in die Casinos, Spielhallen und Wettbetriebe von Novomatic zurückgekehrt, was dem Unternehmen einen kräftigen Umsatzzuwachs bescherte.

Pierer überholt XXXLutz

Das zweithöchste Wachstum erzielte der Mobilitätskonzern Pierer Mobility mit einem Plus von fast 13 Prozent auf 1,2 Milliarden Euro. Damit überholte das Unternehmen den Möbelkonzern XXXLutz und stieg erstmals in die Top Ten auf.

Auch alle anderen Firmen im Top-Ten-Ranking haben ihren Markenwert gesteigert. Swarovski hat sich von Platz sechs auf Platz vier verbessert und ist nach einem Einbruch des Markenwerts im vergangenen Jahr um sechs Prozent auf 2,2 Milliarden Euro gewachsen. Die Studie berücksichtigt nur Unternehmen, die zu mehr als 45 Prozent in österreichischem Eigentum sind. Deswegen sind etwa der Spar-Mitbewerber Rewe (Billa, Penny), Austrian Airlines oder die Telekom Austria nicht in der Wertung.

trend.at, 28. Juni 2023

Red Bull, Novomatic und Spar bleiben wertvollste Marken in Österreich

Nach Erhebung vom European Brand Institute bringen es die Top-10-Marken zusammen auf einen Markenwert von 37,2 Milliarden Euro; die Hälfte davon fällt auf Red Bull. Pierer Mobility ist neu im Top-10-Marken-Ranking in Österreich.



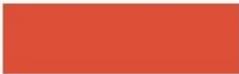
Wien. Auf den Stockerlplätzen der wertvollsten Marken in Österreich hat sich nichts geändert: Der Salzburger Energydrink-Hersteller Red Bull, der Glücksspielkonzern Novomatic und das Handelsunternehmen Spar führen das Ranking an, geht aus der aktuellen Markenwert-Studie des European Brand Institute hervor. Neu in den Top 10 ist Pierer Mobility. Die Marke des Swarovski-Konzerns mit seinem Glasschmuck hat sich gegenüber 2022 verbessert, die der Erste Group verschlechtert.

Laut Studienautor Gerhard Hrebicek konnten die zehn wertvollsten Firmen in Österreich im Jahr 2022, trotz anhaltender multipler Krisen, wieder an das Vor-Pandemie-Niveau anschließen und Markenwertsteigerungen erzielen. Zusammen sind die Top-10-Firmen 37,2 Mrd. Euro wert, fast die Hälfte davon fällt auf Red Bull (18,4 Mrd. Euro). Red Bull ist das einzige österreichische Unternehmen, das auch im weltweiten Top-100-Ranking vertreten ist.

Wertvollste österreichische Marken

Markenwert 2023 in Milliarden Euro

gegenüber 2022

1.			18,40	+ 8,5 %
2.			3,45	+ 13,6 %
3.			2,52	+ 3,4 %
4.			2,18	+ 6,2 %
5.			2,18	+ 4,8 %
6.			2,17	+ 2,3 %
7.			2,04	+ 1,3 %
8.			1,57	+ 6,2 %
9.			1,51	+ 6,3 %
10.			1,15	+ 12,9 %

Grafik: © APA, Quelle: European Brand Institute

APA

Am stärksten wuchs Novomatic. Der Glücksspielkonzern steigerte den Markenwert um fast 14 Prozent auf rund 3,4 Mrd. Euro. Mit dem Auslaufen der Corona-Restriktionen sind auch die Spieler in die Casinos, Spielhallen und Wettbetriebe von Novomatic zurückgekehrt, was dem Unternehmen einen kräftigen Umsatzzuwachs bescherte.

Das zweithöchste Wachstum erzielte der Mobilitätskonzern Pierer Mobility mit einem Plus von fast 13 Prozent auf 1,2 Mrd. Euro. Damit überholte das Unternehmen den Möbelkonzern XXXLutz und stieg erstmals in die Top 10 auf.

Auch alle anderen Firmen im Top-10-Ranking haben ihren Markenwert gesteigert. Swarovski hat sich von Platz 6 auf Platz 4 verbessert und ist nach einem Einbruch des Markenwerts im vergangenen Jahr um 6 Prozent auf 2,2 Mrd. Euro gewachsen. Der Transformationsprozess schein zu fruchten, heißt es vom European Brand Institute. Das Unternehmen hatte sich in den vergangenen Jahren mit starken Turbulenzen konfrontiert gesehen. Dies betraf sowohl die Konzernführung als auch die wirtschaftliche Situation aufgrund der Coronakrise.

Die Studie berücksichtigt nur Unternehmen, die zu mehr als 45 Prozent in österreichischem Eigentum sind. Deswegen sind etwa der Spar-Mitbewerber Rewe (u.a. Billa), Austrian Airlines oder die Telekom Austria nicht in der Wertung.

diepresse.com, 28. Juni 2023

Red Bull, Novomatic
und Spar bleiben
wertvollste Marken in
Österreich



European Brand Institute: Österreichs Top-10-Firmen sind zusammen 37,2 Milliarden Euro wert, die Hälfte davon fällt auf Red Bull. Neu im Ranking ist Pierer Mobility.

Auf den Stockerlplätzen der wertvollsten Marken in Österreich hat sich nichts geändert: Der Salzburger Energydrink-Hersteller **Red Bull**, der Glücksspielkonzern Novomatic und das Handelsunternehmen **Spar** führen das Ranking an, geht aus der aktuellen Markenwert-Studie des European Brand Institute hervor. Neu in den Top 10 ist **Pierer Mobility**. Die Marke des **Swarovski**-Konzerns mit seinem Glasschmuck hat sich gegenüber 2022 verbessert, die der **Erste Group** verschlechtert.

Laut Studienautor Gerhard Hrebicek konnten die zehn wertvollsten Firmen in Österreich im Jahr 2022, trotz anhaltender multipler Krisen, wieder an das Vor-Pandemie-Niveau anschließen und Markenwertsteigerungen erzielen. Zusammen sind die Top-10-Firmen 37,2 Milliarden Euro wert, fast die Hälfte davon fällt auf Red Bull (18,4 Milliarden Euro). Red Bull ist das einzige österreichische Unternehmen, das auch im weltweiten Top-100-Ranking vertreten ist.

Pierer Mobility vor XXXLutz

Am stärksten wuchs Novomatic. Der Glücksspielkonzern steigerte den Markenwert um fast 14 Prozent auf rund 3,4 Milliarden Euro. Mit dem Auslaufen der Corona-Restriktionen sind auch die Spieler in die Casinos, Spielhallen und Wettbetriebe von Novomatic zurückgekehrt, was dem Unternehmen einen kräftigen Umsatzzuwachs bescherte.

Das zweithöchste Wachstum erzielte der Mobilitätskonzern Pierer Mobility mit einem Plus von fast 13 Prozent auf 1,2 Milliarden Euro. Damit überholte das Unternehmen den Möbelkonzern **XXXLutz** und stieg erstmals in die Top 10 auf.

Auch alle anderen Firmen im Top-10-Ranking haben ihren Markenwert gesteigert. Swarovski hat sich von Platz sechs auf Platz vier verbessert und ist nach einem Einbruch des Markenwerts im vergangenen Jahr um sechs Prozent auf 2,2 Milliarden Euro gewachsen. Der Transformationsprozess schein zu fruchten, heißt es vom European Brand Institute. Das Unternehmen hatte sich in den vergangenen Jahren mit starken Turbulenzen konfrontiert gesehen. Dies betraf sowohl die Konzernführung als auch die wirtschaftliche Situation aufgrund der Coronakrise.

Die Studie berücksichtigt nur Unternehmen, die zu mehr als 45 Prozent in österreichischem Eigentum sind. Deswegen sind etwa der Spar-Mitbewerber **Rewe** (u.a. **Billa**), **Austrian Airlines** oder die **Telekom Austria** nicht in der Wertung. (APA)

intergamingonline.com, 27. Juni 2023

Greentube adds to Diamond Link franchise

Greentube, the Novomatic Digital Gaming and Entertainment division, has released the Diamond Link: Cops 'n' Robbers slot.



The five-reel title is the latest addition to the Cops 'n' Robbers series and incorporates the Diamond Link feature.

This is triggered when six or more diamonds are found in a single spin and includes the Cops 'n' Robbers board game and a Hold 'n' Spin mechanic.

When the feature begins, all diamond symbols from the base game convert to pink diamonds in

the feature, with their values translated into respective bet multiplier values.

The board game's central character, Bert, can appear on either the Spin Fields, Jail Fields, Diamond Fields or Special Fields, triggering the selected feature. The feature also contains a variety of security levels. Bert can land on multiplier fields, seeing all diamonds on the board doubled, while also increasing the security level and subsequent win potential.

The chase ends with either the ID Parade, where Bert is caught, when all 15 positions on the reels are filled with diamonds, or when the Grand Jackpot is awarded.

Michael Bauer, CFO/CGO at Greentube, said Diamond Link: Cops 'n' Robbers "showcases both our strong heritage and the ability to create content that pushes the boundaries within online gaming."

europeangaming.eu, 27. Juni 2023

Greentube gets its swag on with new release **Diamond Link™: Cops 'n' Robbers™**



Reading Time: 2 minutes

Greentube, the NOVOMATIC Digital Gaming and Entertainment division, has brought back legendary anti-hero Bert for another epic caper in *Diamond Link™: Cops 'n' Robbers™*.

The five-reel, 20-line slot takes everything that has made the Cops 'n' Robbers™ franchise so successful while adding the popular Diamond Link™ feature to the swag pile, providing players with a chance to grab one of four available jackpots.

Crucially, the Diamond Link™ feature in this title incorporates the famous Cops 'n' Robbers™ board game. Blending two iconic Greentube IPs, the feature feels fresh but with classic elements, with its innovative combination of board game and Hold 'n' Spin mechanics as Bert puts his cunning base game plan into action in attempting to commit the perfect robbery.

Triggered when players find six or more Diamonds in a single spin, all Diamond symbols from the base game convert to Pink Diamonds in the feature, with their values translated into respective bet multiplier values.

It all starts with an explosion that creates one to four highlighted fields behind randomly selected Diamonds on the reels. Bert appears on a board game with special feature fields as a truck showing the player their multiplier, bursts through the wall.

The Start button sets the Dice rolling and depending on the field on which Bert lands – Spin Fields, Jail Fields, Diamond Fields or Special Fields – the corresponding feature will be triggered.

Designed as a mash-up of fan favourites, the feature also contains a variety of security levels. Each time Bert lands on a Multiplier field, all diamonds on the board are doubled, while the security level ramps up to heighten the chances of being caught red-handed. The longer the police hunt lasts, the higher the potential rewards.

The chase can end in three ways: by entering the ID Parade where Bert is Busted, when all 15 positions on the reels are filled with Diamond symbols and the Grand Jackpot is awarded, or if the player claims the maximum win of 7000x.

Michael Bauer, CFO/CGO at Greentube, said: “*Diamond Link™: Cops ‘n’ Robbers™* takes the essence of a timeless classic and adds the Diamond Link™ treatment, to really maximise the excitement for players with a game that is jam-packed with riches.

“It’s a fun theme with fantastic characters that really showcases both our strong heritage and the ability to create content that pushes the boundaries within online gaming. We can’t wait for players across the world to enjoy it.”

igamingbusiness.com, 27. Juni 2023

Greentube gets its swag on with new release Diamond Link: Cops 'n' Robbers

27th June 2023 | By Rochelle Piggot



Greentube, the Novomatic Digital Gaming and Entertainment division, has brought back legendary anti-hero Bert for another epic caper in **Diamond Link: Cops 'n' Robbers**.

The five-reel, 20-line slot takes everything that has made the Cops 'n' Robbers franchise so successful while adding the popular Diamond Link feature to the swag pile, providing players with a chance to grab one of four available jackpots.

Crucially, the Diamond Link feature in this title incorporates the famous Cops 'n' Robbers board game. Blending two iconic Greentube IPs, the feature feels fresh but with classic elements, with its innovative combination of board game and hold 'n' spin mechanics as Bert puts his cunning base game plan into action in attempting to commit the perfect robbery.

Triggered when players find six or more diamonds in a single spin, all diamond symbols from the base game convert to pink diamonds in the feature, with their values translated into respective bet multiplier values.

It all starts with an explosion that creates one to four highlighted fields behind randomly selected diamonds on the reels. Bert appears on a board game with special feature fields as a truck showing the player their multiplier, bursts through the wall.

The start button sets the dice rolling and depending on the field on which Bert lands – spin fields, jail fields, diamond fields or special fields – the corresponding feature will be triggered.

Designed as a mash-up of fan favourites, the feature also contains a variety of security levels. Each time Bert lands on a multiplier field, all diamonds on the board are doubled, while the security level ramps up to heighten the chances of being caught red-handed. The longer the police hunt lasts, the higher the potential rewards.

The chase can end in three ways: by entering the ID parade where Bert is busted, when all 15 positions on the reels are filled with diamond symbols and the grand jackpot is awarded, or if the player claims the maximum win of 7,000x.

Michael Bauer, CFO/CGO at Greentube, said: “Diamond Link: Cops ‘n’ Robbers takes the essence of a timeless classic and adds the Diamond Link treatment, to really maximise the excitement for players with a game that is jam-packed with riches.

“It’s a fun theme with fantastic characters that really showcases both our strong heritage and the ability to create content that pushes the boundaries within online gaming. We can’t wait for players across the world to enjoy it.”

weekend.at, 27. Juni 2023

Starke Marken: (Nicht nur) Manner mag man eben!

27.06.2023 UM 15:48, ANDI DIRNBERGER

Anlässlich 20 Jahre Österreichische Markenwert Studie lud das European Brand Institute zum "Brand Talk 2023" ein. Tenor: Starke Marken sind Vermögenswerten.



Hochkarätiges Podium beim Brand Talk.

Leadersnet/G.Langegger



weekend.at

In 20 Jahren Österreichische Markenwert Studie hat diese auch Bewusstsein für den Wert von Marken in Österreich geschaffen. Deshalb wurde unter dem Motto "Zukunft der Marke - Brands forever" am 19. Juni zum Brand Talk in die Clubräume der Österreichisch-Amerikanische Gesellschaft ÖAG eingeladen.

"Die globale Wirtschaft wird dominiert von geistigem Eigentum und immateriellen Vermögenswerten, insbesondere starken und wertvollen Marken" erklärte Gerhard Hrebicek, Präsident European Brand Institute in seinem Eröffnungsstatement. „IP-Rechte, insbesondere Marken, sind heutzutage die wertvollsten und immer noch am wenigsten verstandenen Vermögenswerte“, gab er zu bedenken.

Marken-Nostalgie: Manner, Bensdorf, Tyrolia

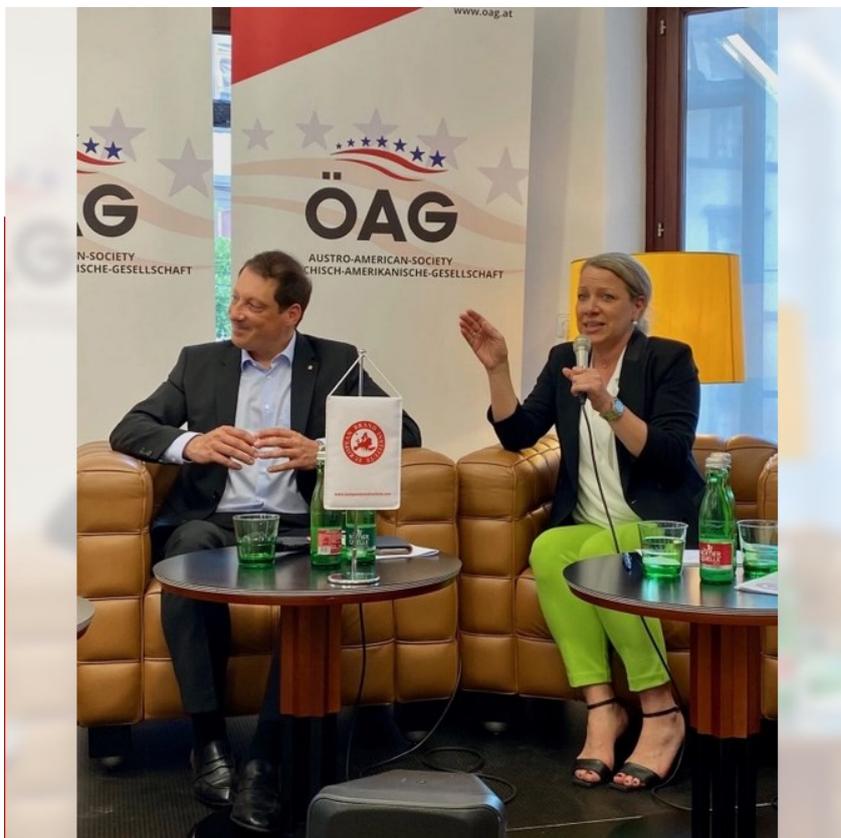
ÖAG-Präsident Philipp Bodzenta begrüßte die Gäste und Paul Leitenmüller brachte mit einer Leadersnet-Straßenbefragung zum Thema „Was ist Marke?“ die Teilnehmer zum Schmunzeln. Im Expertentalk unter der Leitung von ÖAG-Vizepräsidentin und 4Gamechangers Co-Founder Nina Kaiser gingen die Podiumsgäste Elisa Aichinger, Deloitte Consulting, Stefan Krenn, Novomatic AG, Herbert Kovar, Deloitte Tax Österreich und Gerhard Hrebicek, European Brand Institute der Frage nach, wie sich die Erwartungen an Marken im Laufe der Zeit verändert haben und wie die next generation tickt.

Mit der Einstiegsfrage der Moderatorin an das Podium, welche Marke sie bereits seit ihrer Jugend begleite, kam etwas Nostalgie auf, genannt wurden Manner, Nike, Burton, Bensdorf und Tyrolia, um sich anschließend der Zukunft von Marken zu widmen.



Gerhard Hrebicek erläuterte den Unterschied des Markenbewusstseins in Europa und Amerika: „In den USA bestehe oft eine stärkere Betonung des Markenbewusstseins, da amerikanische Verbraucher offener für neue Marken seien, diese zeigen eine starke Markenloyalität. Außerdem spielen Marken eine wichtige Rolle bei der Identitätsbildung und Selbstpräsentation.“ Die Herausforderung für Europa sähe er darin, „dass Europa in einigen Bereichen hinter den USA und China beim Ausbau internationaler Marken zurückbleiben könnte, jedoch gibt es auch europäische Unternehmen mit weltweiter Präsenz und erfolgreichen internationalen Marken.“

Elisa Aichinger gab einen Einblick in das Markenverhalten der Millenials in Hinblick auf Konsumententscheidungen und Arbeitgeberauswahl. Von Stefan Krenn, Director Group Marketing & Communications der NOVOMATIC AG wollte Nina Kaiser wissen, wie man langfristig die Wertigkeit einer Marke gestaltet.



Nina Kaiser führte durch die Diskussion

Markenpräsenz in mehr als 100 Ländern

Stefan Krenn betonte, dass die Grundlagen für den Aufbau eines nachhaltigen Markenwerts eine entsprechende Markenvision, eine klare und authentische Markenpositionierung sowie der Einklang dieser Positionierung mit den gelebten Unternehmenswerten sind. Am Beispiel der B2B-Brand NOVOMATIC und der operativen B2C-Dachmarke ADMIRAL erklärte Krenn eindrucksvoll, wie die beiden Brands erfolgreich von Österreich aus international positioniert wurden und mittlerweile in mehr als 100 Ländern im Einsatz sind. Für Krenn ist klar, dass die europäische Marktführerschaft und der große internationale Erfolg von NOVOMATIC nicht zuletzt auf die klare Markenpositionierung als Hersteller und Betreiber von innovativen Premiumprodukten mit höchster Produktqualität zurückzuführen sind.

Eine Marke ist ein Vermögenswert!

„Wirtschaftlich gesehen sind Marken ein maßgeblicher Vermögenswert, da sie die Quelle für zukünftige Cash-Flows darstellen. Bis dato ist es weder in Österreich noch in Europa oder den USA gängige Praxis, Marken direkt als Asset zu verpfänden – dennoch bestehen interessante Möglichkeiten, Markengesellschaften als Sicherheit für Finanzierungen zu verwenden.“, so Herbert Kovar, Partner Deloitte Tax Austria überzeugt.

Brand Talk 2023



© leadersnet.at / G. Langegger

leadersnet/G.Langegger

Beim Brand Talk und Networking gesichtet: Gerald Ganzger, LGP, Rainer Newald, ÖAG, Martin Heimhilcher, WKW, Peter Drobil und Gabriele Stanek, Heinz Stiasny, Journalistin Margaretha Kopeinig, Richard Mauerlechner, weekend Magazin, Manfred Lepuschitz, Leopold PR Werkstatt, Jörg Spreitzer, greatplacetowork, Martin Dolezal, snowsports academy, Stefan Petters, carpotopia, Alexandra Lindlbauer, Novomatic, GianPaolo Spadola, WKW, Aysegül Bayakl, Schoellerbank, Renate Altenhofer, European Brand Institute u.v.m.

yogonet.com, 27. Juni 2023

Novomatic deems its attendance at Peru Gaming Show "very successful"



Novomatic was present at the latest Peru Gaming Show (PGS) in Lima, June 14-15, an event that the company describes as having hosted "a great industry gathering and a comprehensive performance show of all that's hot and new for the Peruvian market."

At the meeting, **the company showcased all its latest products**, including its cabinets, progressives, ETGs, as well as its casino management system, sports betting kiosks, and online gaming solutions. Novomatic exhibited from its booth near the main entrance, which was stand number #53.

Many of the new products that had premiered at ICE in London were exhibited at PGS in Lima. Among them is the new BLACK EDITION II XL 3.32 with the NOVO LINE CASH CONNECTION Edition 4 Linked Progressive mix, including the Candelas de los Muertos titles; the DIAMOND X 3.32 with NOVO LINE Interactive Edition X3, but also the local best-seller PANTHERA Curve 1.43 with the NOVO LINE Concurve Edition 6.

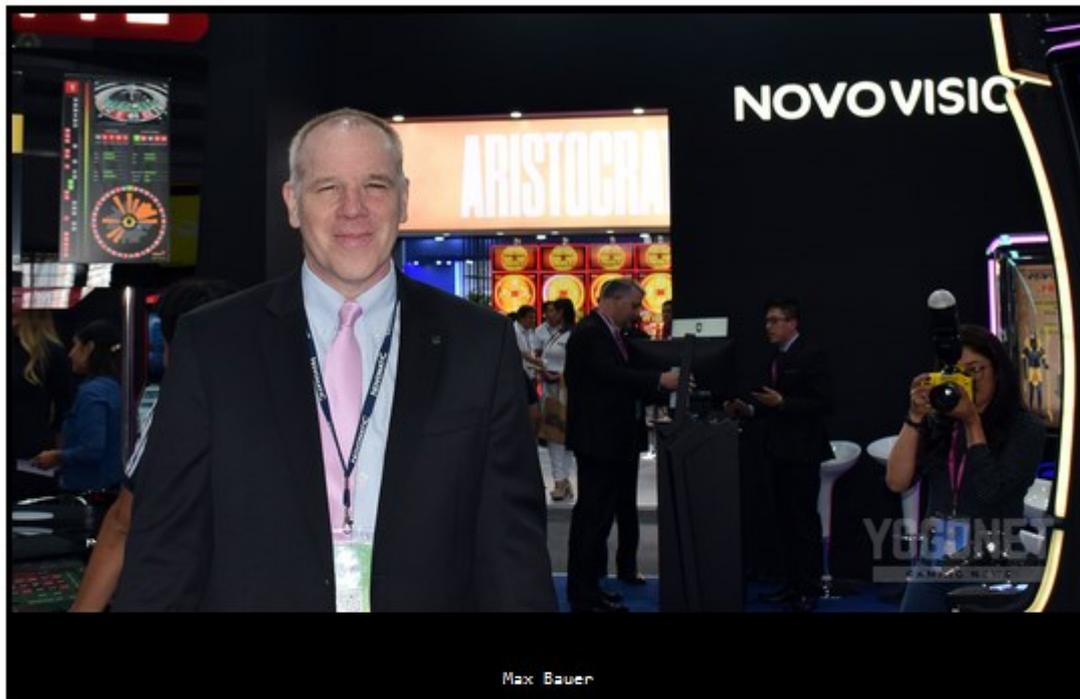


FAZI's automated OPTIMUM ROULETTE multiplayer island with eight-player positions presented a premium ETG solution that Peru's venues "definitely should not miss." Additionally, **the company showcased its ActionBook Plus 2.27**, demonstrating a "modern high-quality sports betting kiosk solution for the huge potential of this market segment in Peru."

Moreover, **the firm displayed its NOVOVISION casino management system**, which according to the company "captured the show visitor's attention and impressed the operators" with its unique comprehensive range of functionalities and a distinctive USP: **NOVOVISION introduces biometric technologies for the management of gaming operations, e.g. for player recognition and access.**



Katty López, Sales Director of Crown Gaming Peru, said: "PGS this year was a very successful show for NOVOMATIC. We were really able to show that our varied 360° portfolio caters to all the requirements operators are going to have with outstanding products and solutions that take their business to another level."



Max Bauer

For his part, **Max Bauer, NOVOMATIC Vice President LATAM & Caribbean**, commented: **"Our aim this year at our PGS stand was to give our customers an overview of the NOVOMATIC products** they could benefit from now as well as in the near future."

"Our show display was strongly focused on inspiring their visions for upcoming projects, thus seeking to broaden the industry's perspective through novel solutions in the region such as our visionary casino management system," he concluded.

Earlier this month, international rating agency **Standard & Poor's (S&P)** evaluated gaming technology group **Novomatic**, which is listed on the Vienna Stock Exchange with bonds, **with an upgrade of the rating to "BB+"** with a stable outlook in the course of the annual audit of the fiscal year 2022.

During the current rating, **the agency analyzed the strengths and risks of Novomatic compared to international competitors and currently rated the group with a "BB+"**. S&P justifies the upgrade of the rating from "BB" to "BB+" with Novomatic's solid operating performance in the fiscal year 2022 and the reduction of debt.

automatenmarkt.de, 26. Juni 2023

Stargames ist neuer Sponsor von Hannover 96

StarGames.de wird ab der Saison 2023/24 neuer Partner von Hannover 96. Die Online-Spielothek wirbt als Teampresenter von nun an mit ihrem Logo auf den Trainings- und Warm-up-Outfits der Lizenzmannschaft sowie auf diversen Anzeigeflächen in der Heinz von Heiden Arena.

Die Partnerschaft mit dem Fußballweitigsten bedeute für StarGames einen wichtigen Meilenstein der Markengeschichte, heißt es in einer **Pressemitteilung** des Fußballclubs.



StarGames wird ab der kommenden Saison unter anderem auf der Trainingskleidung der 96-Profis zu sehen sein. (Foto: Hannover 96)

Online-Glücksspiel-Anbieter unterstützt während der Saison 2023/24

Der für seine Novoline-Slots bekannte deutsche Online-Gaming-Anbieter unterstützt während der Saison 2023/24 den niedersächsischen Traditionsclub, der in der vergangenen Spielzeit mit über 30 900 Fans den dritthöchsten Zuschauerschnitt der 2. Liga verzeichnete und nach Platz zehn im Vorjahr nun den nächsten Entwicklungsschritt gehen will.

„Es ist eine große Ehre, mit einem derart geschichtsträchtigen und traditionsreichen Fußballclub zusammenzuarbeiten. Engagement, Leidenschaft und Fairplay sind wichtige Werte, die nicht nur für Hannover 96, sondern auch für uns wesentliche Eckpfeiler unseres Unternehmens und unserer Marke sind“, betont László Pados, Brand-Manager von StarGames. Am meisten freue man sich darauf, das Team und seine Fans dabei zu unterstützen, eine „erfolgreiche Saison in einer stark besetzten Liga zu spielen“.

Logo-Sponsoring auf Trainings- und Warm-up-Outfits und Ticketverlosungen

Die Kooperation soll neben klassischem Logo-Sponsoring auf Trainings- und Warm-up-Outfits sowie Werbeflächen im Stadion und auf der Website von Hannover 96 auch Promotion-Aktivitäten wie etwa Ticketverlosungen beinhalten. Daran werde laut Andreas Jansch, Marketing-Manager von StarGames, bereits hinter den Kulissen gearbeitet.

„Diese Partnerschaft stellt für uns eine aufregende Gelegenheit dar, mit den vielen 96-Fans in Kontakt zu treten und unsere Begeisterung für Spitzenleistungen zu demonstrieren – sowohl auf als auch neben dem Spielfeld. Wir können es kaum erwarten, richtig loszulegen!“, so Jansch.

Teampresenter-Status erstmals vergeben

Auch Christian Woike, Director der Hannover-96-Unit von Vermarkter Sportfive, zeigt sich angetan von der neuen Partnerschaft und zukünftigen Zusammenarbeit.

„Wir freuen uns sehr, dass wir mit StarGames einen Partner gewonnen haben, der gerade erfolgreich damit gestartet ist, seine Aktivitäten auf dem deutschen Markt zu verstärken“, sagt Woike. Im Rahmen dieser Partnerschaft werde erstmals der Status des sogenannten Teampresenters vergeben. Dabei handele es sich um ein neukonzeptioniertes Rechtepakett, das dem Partner eine starke Sichtbarkeit rund um die 96-Profimannschaft garantiert.

Über StarGames: StarGames gehört seit 2018 zur Greentube-Gruppe und ist ein führender Anbieter von Online-Glücksspiel. StarGames steht auf der Whitelist der Gemeinsamen Glücksspielbehörde der Länder (GGL).

gamingintelligence.com, 26. Juni 2023

GREENTUBE'S STARGAMES AGREES SPONSORSHIP WITH HANNOVER 96



Greentube-owned online casino brand StarGames has been unveiled as the new sponsor of German football club Hannover 96 for the 2023/24 season.

The sponsorship deal will see the operator's logo feature on the 2. Bundesliga team's training and warm-up kits, as well as on advertising displays in the Heinz von Heiden Arena.

The Lower Saxony club had the third highest average attendance in the German second division last season with over 30,900 fans, and finished the season in tenth place.

"It is a great honour to collaborate with a football club of such standing and with such established tradition," said StarGames brand manager László Pados. "Commitment, passion and fair play are values that are important not only to Hannover 96, but also to us as fundamental cornerstones for our company and brand.

"Most of all, we are looking forward to supporting this team and its fans and helping them achieve success in what is a very competitive league."

StarGames marketing manager Andreas Jansch added: "This partnership provides us with an exciting opportunity to reach the many 96 fans and demonstrate our enthusiasm for outstanding achievement, both on and off the pitch. We cannot wait to really get going."

Christian Woike, director of sports marketing agency Sportfive, which brokered the deal, commented: "We are delighted to have gained a partner that has recently enjoyed success in strengthening its activities in the German market.

"As part of this partnership, we are assigning the status 'team presenter' for the very first time. This is a newly designed rights package that guarantees the partner high visibility in connection with the 96 first team."

Isa-guide.de, 26. Juni 2023

NOVOMATIC feierte Premium-Exponate in Peru

Die Peru Gaming Show (PGS) 2023 von 14. bis 15. Juni in Lima war ein großes Branchentreffen und eine umfassende Leistungsschau aller Neuheiten für den peruanischen Markt. In prominenter Position präsentierte NOVOMATIC alle zentralen Gaming-Technologien für Gegenwart und Zukunft der Branche in der Region.



Das NOVOMATIC-Team auf der Peru Gaming Show. (Foto: NOVOMATIC AG)

Gumpoldskirchen – Gleich neben dem Haupteingang bot der Messestand Nr. 53 eine erlesene Auswahl aller aktuellen NOVOMATIC-Produkthighlights: Premiumgehäuse mit spannenden Linked Progressives, leistungsstarke ETGs, ein höchst innovatives Casino Management System sowie angesagte Sportwetten-Kioske und leistungsstarke Online Gaming-Lösungen.

Viele der neuen Produkte, die auf der ICE in London ihre Premiere gefeiert hatten, waren nun auf der PGS in Lima zu sehen. Darunter die neue BLACK EDITION II XL 3.32 mit dem NOVO LINE™ CASH CONNECTION™ Edition 4 Linked Progressive-Mix einschließlich der atemberaubenden Candelas de los Muertos™-Spiele; die DIAMOND X™ 3.32 mit der NOVO LINE™ Interactive Edition X3, aber auch der lokale Bestseller PANTHERA™ Curve 1.43 mit der NOVO LINE™ Concurve Edition 6.



BLACK EDITION II XL 3.32 (Foto: NOVOMATIC AG)

Mit der vollautomatisierten Multiplayer-Insel OPTIMUM ROULETTE mit acht Spielerpositionen präsentierte FAZI eine Premium-ETG-Lösung, die sich Perus Spielstätten auf keinen Fall entgehen lassen sollten, und mit dem NOVOMATIC ActionBook™ Plus 2.27 wurde eine moderne und hochwertige Sportwetten-Kiosklösung für das große Potenzial dieses Marktsegments in Peru gezeigt.

Das innovative Casino Management System NOVOVISION™ weckte das Interesse der Messebesucher und beeindruckte die Betreiber mit seinem einzigartig umfassenden Funktionsumfang sowie einem unverwechselbaren Alleinstellungsmerkmal: NOVOVISION™ führt biometrische Technologien für die Verwaltung des Spielbetriebs ein, z.B. für die Spielererkennung und die Zutrittskontrolle.



NOVO LINE CASH CONNECTION (Foto: NOVOMATIC AG)

Katty López, Sales Director von Crown Gaming Peru, berichtet: „Die diesjährige PGS war eine sehr erfolgreiche Messe für NOVOMATIC. Wir haben wirklich demonstriert, dass unser vielfältiges 360°-Portfolio alle Anforderungen der Betreiber mit herausragenden Produkten und Lösungen abdeckt, die ihr Business auf ein ganz neues Level bringen.“

Max Bauer, NOVOMATIC Vice President LATAM & Caribbean, hebt hervor: „Unser

diesjähriges Ziel auf dem Messestand bei der PGS war es, unseren Kunden einen Überblick über NOVOMATIC-Produkte zu geben, von denen sie nicht nur jetzt, sondern auch in naher Zukunft profitieren. Unser Messeauftritt war stark darauf ausgerichtet, ihre Vision für kommende Projekte zu inspirieren und so die Perspektive der Branche mit neuen Lösungen in der Region, wie unser visionäres Casino Management System, zu erweitern.“