

Pressepiegel 2024

Berichterstattung
NOVOMATIC

Erstellt von **Group Marketing & Communications**

Datum **01.07.2024 / KW 26**

NOVOMATIC ist Österreichs zweitwertvollstes Markenunternehmen

NEWS, MEDIEN, AGENTUREN, ADVERTORIAL | 30.06.2024

In der Österreichischen Markenwert-Studie 2024 des European Brand Institute (EBI) belegt NOVOMATIC Platz 2 unter den wertvollsten Markenunternehmen des Landes.



© European Brand Institute

Mit der Steigerung auf Platz 3 im Sustainable Brand Ranking unterstreicht der internationale Gaming-Technologiekonzern sein Nachhaltigkeitsengagement.

Zum bereits 21. Mal präsentierte das European Brand Institute die wertvollsten und nachhaltigsten Markenunternehmen Österreichs. Der internationale Gaming-Technologiekonzern mit weltweit mehr als 25.300 Mitarbeiterinnen und Mitarbeitern und Aktivitäten in mehr als 120 Ländern sichert sich sowohl im Markenwert- als auch Sustainable Brand Ranking des EBI Spitzenplatzierungen.

Mit einer Markenwertsteigerung von +8,7 % auf EUR 3,745 Mrd. belegt NOVOMATIC im Rahmen der Markenwert-Studie den ausgezeichneten zweiten Platz und kann zudem den größten Wertanstieg innerhalb eines Jahres unter den Top 10 des Landes verzeichnen. Vor dem niederösterreichischen Global Player rangiert auch in diesem Jahr einzig Red Bull.

Entscheidende Faktoren für die Markenwertbewertung waren neben der hohen Innovationskraft auch der internationale Expansionskurs, das Umsatzwachstum sowie das umfassende Corporate Responsibility- und ESG-Programm, das durch internationale ESG-Rating-Agenturen bestätigt wird. NOVOMATIC konnte vor diesem Hintergrund auch im Sustainable Brand Ranking beeindrucken, in welchem das Unternehmen erstmalig Platz 3 belegt. Die Platzierung unterstreicht den Beitrag von NOVOMATIC zur nachhaltigen wirtschaftlichen Entwicklung in Österreich.



© European Brand Institute

"Die erneute Top-Platzierung im Markenwert-Ranking 2024 ist eine Bestätigung für den langfristigen Erfolg unserer globalen Markenstrategie, mit der wir nachhaltig unsere führende Position auf den internationalen Märkten festigen konnten. Die Steigerung auf Platz 3 im Sustainable Brand Ranking ist besonders erfreulich und zeigt, dass wir mit unserem umfassenden ESG-Engagement auch im Bereich der sozialen und ökologischen Verantwortung neue Maßstäbe setzen", betont NOVOMATIC-Vorstand Mag. Stefan Krenn.

Die Österreichische Markenwert Studie, die jährlich basierend auf den "trend-TOP500 der umsatzstärksten Unternehmen Österreichs" jene heimischen Unternehmensmarken ermittelt, die sich zu mehr als 45 % in österreichischem Eigentum befinden, bewertete 2024 insgesamt 180 Österreichische Markenunternehmen aus 16 Branchen. Die Markenwertermittlung erfolgt nach den internationalen Standards ISO 10668 und ISO 2067.

Die Spitzenplatzierungen in der Österreichischen Markenwert Studie und im Sustainable Brand Ranking belegen die Position von NOVOMATIC als eines der führenden Markenunternehmen Österreichs, wodurch der Gaming-Technologiekonzern erneut ein starkes Zeichen für nachhaltiges Wirtschaften setzt.

www.gamingintelligence.com, 28.6.2024

NOVOMATIC AMERICAS PROMOTES ALEXANDER MERWALD TO CEO

28th June 2024 11:36 am GMT



Novomatic Americas has promoted long-term Africa managing director (MD) Alexander Merwald to the role of chief executive officer for the Americas.

Merwald is replacing Rick Meitzler, who departs the company after nearly ten years of service.

Merwald has been with the company for over a decade, having joined Novomatic as head of the group's M&A department.

He went on to serve as managing director of Novomatic's Africa arm, where he successfully contributed to the restructuring of the company and growth in sales and rentals in the region.

Novomatic said "Alexander is an experienced leader and will make an important contribution to the successful future and expansion of Novomatic Americas."

Following his appointment, the company's management board now consists of Merwald, Len Busche as chief financial officer, and Sabine Stoppel as chief commercial officer.



Österreichische Markenwert-Studie: Novomatic verteidigt zweiten Platz

Posted on: 28/06/2024, 05:30h. Last updated on: 27/06/2024, 06:07h.



Kerstin Schäfer

Expertise: Casinos, Gesetzgebung, Poker, Spiele.

Der Glücksspielkonzern Novomatic bleibt auch in diesem Jahr das zweitwertvollste Markenunternehmen Österreichs. Dies hat die [Österreichische Markenwert-Studie 2024](#) des European Brand Institute (EBI) ergeben.



Novomatic ist das zweitwertvollste Unternehmen Österreichs. (Pressebild: European Brand Institute)

Im Vergleich zum vergangenen Jahr konnte das Glücksspielunternehmen seinen Markenwert sogar verbessern. Mit einer Steigerung von 8,7 % auf 3,745 Mrd. EUR gehörte Novomatic somit auch zu den zehn Unternehmen des Landes mit dem größten Wertanstieg.

Die Österreichische Markenwert-Studie bewertet jährlich Unternehmen, die sich zu mindestens 45 % in der Hand von inländischen Eigentümern befinden. 2024 wurden dabei insgesamt 180 Unternehmen aus 16 verschiedenen Branchen unter die Lupe genommen. Spitzenreiter vor Novomatic ist dabei wie auch schon im Jahr 2023 Red Bull gewesen.

Novomatic legt in Sachen Nachhaltigkeit zu

Während Novomatic seinen zweiten Platz bei der Markenwert-Studie verteidigte, konnte das Unternehmen sich im Bereich **Nachhaltigkeit** sogar verbessern. Für seinen Beitrag zur nachhaltigen Entwicklung in Österreich landete Novomatic 2023 noch auf Platz vier der Sustainable Brands. In diesem Jahr rückte der Konzern in diesem Bereich auf Platz drei vor.

NOVOMATIC-Vorstand Stefan Krenn kommentierte:

“ Die erneute Top-Platzierung im Markenwert-Ranking 2024 ist eine Bestätigung für den langfristigen Erfolg unserer globalen Markenstrategie, mit der wir nachhaltig unsere führende Position auf den internationalen Märkten festigen konnten. Die Steigerung auf Platz 3 im Sustainable Brand Ranking ist besonders erfreulich und zeigt, dass wir mit unserem umfassenden ESG-Engagement auch im Bereich der sozialen und ökologischen Verantwortung neue Maßstäbe setzen.

Als Erfolgsfaktoren für die Bewertung der seiner Marke führte Novomatic den internationalen Expansionskurs des Unternehmens an. Hinzukomme eine positive Umsatzentwicklung und ein umfassendes Corporate Responsibility- sowie ESG-Programm.

Ein Geschäftsbericht zum Jahr 2023 ist bei Novomatic derzeit zwar noch nicht einsehbar, jedoch zeigt der Halbjahresbericht vom September vergangenen Jahres eine positive Entwicklung auf. Demzufolge steigerte der Konzern seine Umsätze in den Monaten Januar bis Juni 2023 um 20 % auf 1,58 Mrd. EUR.

Die größte Umsatzsteigerung habe der Konzern aus den Automateneinnahmen erzielt. Doch auch die Bereiche Live-Gaming und die Wetteinnahmen hätten sich positiv entwickelt. Ob Novomatic auch im kommenden Jahr seinen Markenwert halten wird oder in Zukunft vielleicht sogar Red Bull vom Siegerpodest verdrängt, dürfte unter anderem davon abhängen, wie sich die Umsätze in Zukunft entwickeln.

NovoVision launches new poker tournament module

NOVOVISION has a new addition in its suite of gaming management applications with **NovoVision tournament**.

Functionalities include detailed settings for the game types, chips, rounds, buy-ins and a dynamic prize calculation, as well as sophisticated table and player management, thus significantly reducing the administrative effort and making the organisation of live table tournaments simple and efficient.

The application also enables operators to manage the tournament display content as well as messaging and sound notifications for an unlimited number of screens across their venue.

"Poker tournaments are hugely popular casino events, but anyone who has ever run one knows how much effort and attention to detail goes into organising it smoothly," said sales director NBS Jens Einhaus. "The atmosphere on the floor is tense enough and there is no room for delays and mishaps.

"With our new NovoVision tournament module, operators can fully rely on the system to guide them through all the tournament events and settings. I am absolutely convinced that operators will love the ease of use and players will enjoy the smooth operation and clear real-time display of information."



Jens Einhaus, sales director NBS, Novomatic

A SHOW OF FORCE

G2E Asia returned to form as the only G2E event in Asia this year

MARKING its 15th anniversary, the Global Gaming Expo Asia returned once again to the Venetian Macau in June, held as usual in conjunction with Asian IR Expo.

At the time of writing, visitor numbers have not been confirmed, but the organisers predicted more than 8,000 trade visitors from more than 80 regions would arrive to see what was on offer from the more than 100 exhibitors.

The show began with a keynote address by American Gaming Association CEO and president, Bill Miller, and then an opening ceremony featuring prominent industry leaders, and later a 15th anniversary reception.

Running alongside the exhibition were two concurrently-run conference programmes, which included: an in-depth look at the financial outlook for Asian gaming markets; two panels dedicated to emerging markets; a spotlight on Thailand and the Middle East, exploring strategies around technology and innovations for gaming; the third edition of the Asia Pacific Responsible Gaming Forum and the IAGA Best Practices Institute, featuring regulatory updates and understanding growing cross-border player acquisition risks.

For the first time, the event featured a dedicated Technology Zone and Tech Talk Forum in the exhibition hall, focussing on the way technology is driving the sector, with the expert-led Tech Talk Forum hosting sessions covering hospitality, CRM, identity management and security.

NOVOMATIC

"As one of the most important trade shows for the Asian market, the G2E in Macau was an exceptional opportunity for Novomatic to connect with our customers and expand our market presence," said Thomas Schmalzer, VP global sales and VP product management at Novomatic AG.

"We are very pleased with our continuous growth in Asia and are proud to have presented a powerful portfolio of products and solutions at the trade show. We are looking forward to further strengthening our position as an industry leader using a specific product strategy and content tailored for the local markets."

Taking pride of place on the company's stand was its range of Diamond X cabinets and their new gaming content.

The J-curved Diamond X 1.55J featured the Xtension Link Volume 2, a linked progressive title with five new games, including internationally popular titles such as Golden Book of Ra and Golden Charming Lady in their exclusive XL versions.

New linked progressive Cash Flood Link, which includes the titles Secrets of Wealth, Magic Cleopatra and Roll on Fire, was also presented in the Diamond X 1.55J cabinet.

The multi-screen Diamond X 2.32/3.32 also



attracted attention, featuring the latest linked progressive Superia Golden Link Volume 2.

A standout feature of Novomatic's presentation at G2E Macao was the brand-new ETG solution, Novo Unity Pro. This system is designed to "enhance the casino floor with

unparalleled functionality and flexibility," Novomatic said, to "meet the demands of the future, enabling the integration of electronic live games such as SicBo and baccarat as well as roulette, poker, blackjack and slot games across numerous player stations."

AGEM Index Companies	Stock Price			Percent Change		Index Contribution
	May '24	Apr '24	May '23	vs. Prior Month	vs. Prior Year	
Agilysys <i>Nasdaq: AGYS (US\$)</i>	95.47	83.05	74.34	15.0 ▲	28.4 ▲	8.91
Ainsworth Game Technology <i>ASX: AGI (AU\$)</i>	0.90	1.20	1.04	-25.4 ▼	-13.9 ▼	-1.06
Aristocrat Leisure Limited <i>ASX: ALL (AU\$)</i>	44.93	39.92	37.15	12.6 ▲	20.9 ▲	67.53
Crane NXT, Co. <i>NYSE: CXT (US\$)</i>	63.22	60.81	52.63	4.0 ▲	20.1 ▲	3.26
Everi Holdings Inc. <i>NYSE: EVRI (US\$)</i>	7.23	8.17	13.90	-11.5 ▼	-48.0 ▼	-1.59
Galaxy Gaming Inc. <i>OTCMKTS: GLXZ (US\$)</i>	1.57	1.35	2.43	15.9 ▲	-35.6 ▼	0.14
Inspired Entertainment, Inc. <i>Nasdaq: INSE (US\$)</i>	9.11	8.50	13.73	7.2 ▲	-33.6 ▼	0.40
International Game Technology PLC <i>NYSE: IGT (US\$)</i>	19.74	19.74	24.53	0.0 ●	-19.5 ▼	0.00
Konami Corp. <i>TYO: 9766 (¥)</i>	10,965	9,554	7,390	14.8 ▲	48.4 ▲	32.43
Light & Wonder Inc. <i>Nasdaq: LNW (US\$)</i>	95.48	89.26	58.29	7.0 ▲	63.8 ▲	13.64
PlayAGS Inc. <i>NYSE: AGS (US\$)</i>	11.55	8.84	5.34	30.7 ▲	116.3 ▲	3.18
Transact Technologies <i>Nasdaq: TACT (US\$)</i>	3.55	5.35	7.19	-33.6 ▼	-50.6 ▼	-0.27

www.g3newswire.com, 27.6.2024

Novomatic bleibt zweitwertvollstes Markenunternehmen Österreichs

By Phil - 27. Juni 2024

Zum 21. Mal präsentierte das European Brand Institute die wertvollsten und nachhaltigsten Markenunternehmen Österreichs. Der internationale Gaming-Technologiekonzern mit weltweit über 25,300 Mitarbeitern und Aktivitäten in über 120 Ländern sicherte sich die Spitzenplätze sowohl im Brand Ranking des EBI als auch im

Wert und nachhaltiges Markenranking.

Mit einer Markenwertsteigerung von 8.7 Prozent auf 3.745 Milliarden Euro belegt NOVOMATIC in der Markenwertstudie einen hervorragenden zweiten Platz und verzeichnet auch unter den Top 10 des Landes den größten Wertzuwachs binnen eines Jahres. Nur Red Bull rangiert auch dieses Jahr vor dem niederösterreichischen Global Player.

Maßgeblich für die Bewertung des Markenwertes waren neben der hohen Innovationskraft auch der internationale Expansionskurs, das Umsatzwachstum sowie das umfassende Corporate Responsibility- und ESG-Programm, das von internationalen ESG-Ratingagenturen bestätigt wird. Vor diesem Hintergrund konnte NOVOMATIC auch im Sustainable Brand Ranking überzeugen, bei dem das Unternehmen den dritten Platz für NOVOMATIC wurde erstmals als bestes Unternehmen Österreichs ausgezeichnet. Dieses Ranking unterstreicht den Beitrag von NOVOMATIC zur nachhaltigen Wirtschaftsentwicklung in Österreich.

„Die erneute Spitzenposition im Brand Value Ranking 2024 ist eine Bestätigung für den langfristigen Erfolg unserer globalen Markenstrategie, mit der wir unsere führende Position auf den internationalen Märkten nachhaltig festigen konnten. Der Aufstieg auf Platz XNUMX im Sustainable Brand Ranking ist besonders erfreulich und zeigt, dass wir mit unserem umfassenden ESG-Engagement auch im Bereich der sozialen und ökologischen Verantwortung neue Maßstäbe setzen“, betont NOVOMATIC-Vorstand Stefan Krenn.

Die Österreichische Markenwertstudie, die auf dem jährlichen „trend-TOP500 der umsatzstärksten Unternehmen Österreichs“ basiert und jene österreichischen Unternehmensmarken identifiziert, deren Anteile zu mehr als 45 % in österreichischer Hand sind, bewertete im Jahr 180 insgesamt 16 österreichische Markenunternehmen aus 2024 Branchen. Der Markenwert wird nach den internationalen Normen ISO 10668 und ISO 2067 ermittelt.

Die Top-Platzierungen in der Austrian Brand Value Study sowie im Sustainable Brand Ranking bestätigen NOVOMATIC als eines der führenden Markenunternehmen Österreichs. Der Gaming-Technologiekonzern setzt damit einmal mehr ein starkes Beispiel für nachhaltiges Wirtschaften.





Quelle: Das sind die wertvollsten Marken in Österreich

MARKENWERT

Das sind die wertvollsten Marken in Österreich

Zum 21. Mal hat das **European Brand Institute (EBI)** seine Österreichische-Markenwert-Studie durchgeführt und die wertvollsten Markenunternehmen ermittelt. Die zehn wertvollsten Markenunternehmen im Alpenland sind zusammen mehr als 38,2 Milliarden Euro wert, mit einer Markenwertsteigerung von insgesamt +2,7 Prozent im Vergleich zum Vorjahr. Das höchste relative Markenwertwachstum konnten der Gaming-Technologiekonzern Novomatic (+8,7%), Pierer Mobility (+8,5%) und ÖBB (+4,1%) verzeichnen.

Das Red-Bull-Imperium verzeichnete 2023 einen Zuwachs des Markenwerts um 580 Millionen Euro (+3,2%). Mit einem Markenwert von 18,979 Milliarden Euro führt Red Bull als einziges österreichisches Unternehmen das Ranking der wertvollsten österreichischen Markenunternehmen damit weiter an. Es folgt der Gaming-Technologiekonzern Novomatic mit einem Markenwert von 3,7 Mrd. Euro (+8,7 %). Die Top 3 komplett macht der Lebensmittelhändler Spar Österreich Gruppe mit einem Markenwert von 2,6 Mrd. Euro (+3,4%). Danach folgen der Mobilitäts- und Logistikdienstleister ÖBB (+4,1%, 2,3 Mrd.), der Finanzdienstleister Erste Group Bank (+1%, 2,2 Mrd.), der Luxusgüterkonzern Swarovski (+0,4%, 2,2 Mrd.), die Raiffeisen Banken Gruppe (+0,3%, 2 Mrd.), das Energieunternehmen Verbund (+2,3%, 1,6 Mrd.), der Mineralölkonzern OMV (-15%, 1,3 Mrd.) und der Mobilitätskonzern Pierer Mobility AG (+8,5%, 1,3 Mrd.).

Nachhaltigkeit stärkt den Markenwert



Das zum fünften Mal durchgeführte *Sustainable Brand Rating* zeigte, dass die untersuchten Markenunternehmen ihre Scores verbessern konnten und Investitionen in Nachhaltigkeit wirken. Zum fünften Mal in Folge sind die ÖBB Österreichs führendes Markenunternehmen im Bereich Nachhaltigkeit, gefolgt von Erste Group Bank und Novomatic.

Die Österreichische-Markenwert-Studie 2024 ermittelte zum 21. Mal aus den Trend-Top-500 der umsatzstärksten Unternehmen Österreichs jene Unternehmensmarken, die sich zu mehr als 45 Prozent in österreichischem Eigentum befinden und deren Markenwertermittlung nach den aktuellen internationalen Standards ISO 10668 und ISO 20671 erfolgte.

NOVOMATIC is Austria's second most valuable brand company

In the Austrian Brand Value Study 2024 of the European Brand Institute (EBI), NOVOMATIC ranks second among the country's most valuable brand companies. By rising to third place in the Sustainable Brand Ranking, the international gaming technology group underlines its commitment to sustainability.

Gumpoldskirchen – For the 21st time, the European Brand Institute has presented the most valuable and sustainable brand companies in Austria. The international gaming technology group with more than 25,300 employees worldwide and activities in more than 120 countries secured the top positions in both the EBI's Brand Value and Sustainable Brand Ranking.

With a brand value increase by +8.7% to EUR 3.745 billion, NOVOMATIC took an excellent second place in the brand value study and also recorded the largest increase in value within one year among the country's top 10. Once again this year, only Red Bull ranks ahead of the Lower Austrian global player.

Significant factors for the brand value assessment were not only the high level of innovation, but also the international expansion course, sales growth and the comprehensive corporate responsibility and ESG program, which is confirmed by international ESG rating agencies. Against this background, NOVOMATIC was also able to impress in the Sustainable Brand Ranking, in which the company took third place for the first time. This ranking underlines NOVOMATIC's contribution to sustainable economic development in Austria.



(Image: European Brand Institute)



(Image: European Brand Institute)

"The renewed top position in the Brand Value Ranking 2024 is confirmation of the long-term success of our global brand strategy, which has enabled us to sustainably consolidate our leading position on the international markets. The rise to third place in the Sustainable Brand Ranking is particularly pleasing and shows that we are also setting new standards in the area of social and ecological responsibility with our comprehensive ESG commitment," emphasizes NOVOMATIC Executive Board

Member Stefan Krenn.

The Austrian Brand Value Study, which is based on the annual "trend-TOP500 of Austria's top-selling companies" and identifies those Austrian corporate brands with more than 45% of their shares in Austrian hands, evaluated a total of 180 Austrian brand companies from 16 sectors in 2024. The brand value is determined in accordance with the international standards ISO 10668 and ISO 2067.

The top rankings in the Austrian Brand Value Study and in the Sustainable Brand Ranking confirm NOVOMATIC's position as one of Austria's leading brand companies. The gaming technology group is thus once again setting a strong example for sustainable business practices.

Quelle: Novomatic AG

27. Juni 2024

AUSZEICHNUNGEN

Novomatic ist Österreichs zweitwertvollstes Markenunternehmen

ERSTELLT AM 27. JUNI 2024 | 12:40

ANMELDEN, UM ARTIKEL ZU SPEICHERN 



Christoph
Dworak



 Vollbild

Novomatic belegte in der österreichischen Markenwert-Studio Platz 2 hinter Red Bull.

FOTO: Dworak

In der Österreichischen Markenwert-Studie 2024 des European Brand Institute (EBI) rangiert der weltweit tätige Gaming-Technologiekonzern mit Sitz in Gumpoldskirchen hinter Red Bull. Hinzu kommt Platz 3 im Nachhaltigkeitsranking.

Mit einer Markenwertsteigerung von fast neun Prozent auf 3,7 Milliarden Euro belegt Novomatic im Rahmen der Markenwert-Studie nicht nur den zweiten Platz, sondern kann zudem den größten Wertanstieg innerhalb eines Jahres unter den Top 10 des Landes verzeichnen.

Entscheidende Faktoren für die Markenwertbewertung waren neben der hohen Innovationskraft auch der internationale Expansionskurs - 25.300 Mitarbeiterinnen und Mitarbeitern und Aktivitäten in mehr als 120 Ländern -, das Umsatzwachstum sowie das umfassende Corporate Responsibility-Programm, das durch internationale Agenturen bestätigt wird. Novomatic konnte vor diesem Hintergrund auch im „Sustainable Brand“-Ranking (Nachhaltigkeit) beeindruckend, in welchem das Unternehmen erstmalig Platz 3 belegt.

„Die erneute Top-Platzierung im Markenwert-Ranking ist eine Bestätigung für den langfristigen Erfolg unserer globalen Markenstrategie, mit der wir nachhaltig unsere führende Position auf den internationalen Märkten festigen konnten. Die Steigerung auf Platz 3 im Sustainable Brand Ranking ist besonders erfreulich und zeigt, dass wir mit unserem umfassenden Engagement auch im Bereich der sozialen und ökologischen Verantwortung neue Maßstäbe setzen“, betonte Novomatic-Vorstand Stefan Krenn.

Gemeinsamer Anpfiff für Admiral und Division 4

Mit einem multimedialen Konzept für ein Public Viewing konnte die Wiener Kommunikationsagentur Division 4 den Sportwetten-Marktführer Admiral überzeugen.



© CCA, kraftwerk

WIEN. Mit einem Mix aus Entertainment, Live-Marketing und zielgenauer Medienarbeit konnte Division 4-Chef Alexander Zoubek den heimischen Marktführer in Sachen Sportwetten, Admiral, überzeugen. Die Idee: Anlässlich der Fußball-Europameisterschaft soll ein Public-Viewing der Superlative für 800 Personen die Marke erlebbar machen. „Ein Public Viewing ist also mehr als nur das Ansehen eines Spiels. Es ist ein Erlebnis, das Menschen verbindet und das Gemeinschaftsgefühl fördert. Indem wir ein Umfeld schaffen, das Ausstellungen, Entertainment, Autogrammstunden, Gewinnspiele und vieles mehr enthält, machen wir die Welt von Admiral für alle greifbar und schaffen ein nachhaltiges Markenerlebnis, das über Jahre im Gedächtnis haftet!“, so Zoubek.

Von Autogrammstunden über Medienbegleitung bis zum Sicherheitskonzept und zur Gastro

Für die Umsetzung wählte das Team der Division 4 einen ganzheitlichen 360-Grad-Ansatz, der weit über den typischen Anforderungskatalog von Agenturen hinausgeht. Folgende Bereiche wurden dabei abgedeckt: Medienkooperationen mit der Kronen Zeitung, eventbegleitende Werbekampagne inkl. OOH, City Lights, Digital Screens, Social Media & klassische Inserate sowie im Vorfeld Medien-Kampagne inklusive Storytelling und Shootings. Weiters wurde das komplette Event- & Station-Branding vorgenommen, die Organisation des Rahmenprogrammes mit ÖFB-Legenden, die Live Übertragung des Servus TV Streams, das DJ Line-up und die Installation einer 28m² großen 4K-LED-Wand mit beeindruckendem Surround-Sound übernommen. Mit 92 Tischgarnituren, 25 Doppelliegen, 25 Einzelliegen und 30 Stehtischen bietet die gesamte Zone für ca. 800 Gäste ausreichend Platz für Entspannung und Komfort. Die Foodtrucks und eine mobile Bar wurden ebenfalls von dem Admiral Team & der Division 4 Crew organisiert.

Außerdem organisierte die Division 4 eine Ausstellung legendärer Spielerdressen in Kooperation mit Comedy Hirten-Star Peter Moizi, die er vor Ort präsentierte. Die Trikots der Stars wurden ganz im EM Look & Feel ausgestellt. Darunter finden sich beispielsweise Trikots von Maradona, Beckham, Pogba und Haaland. Moizi stellt aber nicht nur aus, er steht auch selbst auf der Bühne. So ist am 9. Juli ein Auftritt der legendären Comedy Hirten geplant.

Admiral-Geschäftsführer Paul Kozelsky: „Ich glaube, es gibt nur wenige Agenturen, die eine so breite Expertise aufweisen können wie jene von Alexander Zoubek. Die ausgewogene Kombination aus Bewerbungskompetenz, Live-Marketing und Eventmanagement trägt dazu bei, dass unser Public Viewing zu einem unvergesslichen Fußballereignis für all unsere Gäste wird. Gemeinsam haben wir eine Atmosphäre geschaffen, die den Sportgeist entfacht und die Sportleidenschaft von Admiral widerspiegelt.“

Kampagnen-Credits

Auftraggeber: Admiral Sportwetten - Paul Kozelsky Geschäftsführer, Jürgen Irsigler Geschäftsführer, Mag. Gabriele Bluemel
Leitung Admiral Arena Prater

Werbeagentur: Division 4 communication GmbH

Projektleitung: Alexander Zoubek CEO/AD

Projektmanagement: Nina Fehringer, Gerit Hainz, Katrin Beste

AD: Florian Reichl

Filmproduktion: Digifilm Bernhard Ratka

75 Jahre starke "Löwen": Sie wollen nur spielen

Vom Musikboxenhersteller zum Branchenriesen bei Unterhaltungs- und Geldgeräten – Jetzt auch Trikotsponsor für die "Roten Teufel" des 1. FCK

Von Rainer Gräff

Bingen. Früher gab es kaum eine Gaststätte ohne Geldspielgeräte oder eine Musikbox made in Bingen. Die Namen NSM und Löwen Entertainment stehen für eine ereignisreiche Firmengeschichte mit enger Verbindung zur Stadt. Längst sind die Spielhallen, das Online-Gaming und die Sportwetten im Vordergrund.

Die Geschichte von Löwen Entertainment begann am Freitag, 1. Juli 1949, in Braunschweig. Hier wurde die Großhandelsfirma Löwen Automatendienste gegründet. Daher rührt auch das bis heute "aktive" Wappentier – der Braunschweiger Löwe. Drei Jahre später stieg man mit dem zweiten Unternehmen NSM Apparatebau in die Automatenherstellung ein, benannt nach den Anfangsbuchstaben der Nachnamen des Firmengründers Gerhard W. Schulze und der Mitinhaber Herbert Nack und Wilhelm Menke. 1956 folgte die Umsiedlung nach Bingen.

Gespielt wurde in allen Kulturen

"Wir begreifen uns als Technologieunternehmen der Freizeitwirtschaft", sagt Daniel Henzgen von der Geschäftsführung. In der gesamten Menschheitsgeschichte gebe es keine Kultur ohne Glücksspiel. Die Balance zwischen Gewinn und Niederlage sei nichts anderes als regelbasierter Zufall. Doch Spiel hat auch eine gesellschafts- und ordnungspolitische Komponente. "Der Geldschlitz macht für manche anscheinend einen moralischen Unterschied", sagt Henzgen und meint das Spannungsfeld der Branche. Das größte Risiko für das Geschäftsmodell bleibe eine fehlgeleitete Regulierung. Er sieht die Branche "zwischen den Mühlsteinen von Spielpreisdeckelung und Kostendruck". Dabei reguliere der Gesetzgeber derzeit "gegen das Konsumenteninteresse".

Imagepflege und soziales Engagement ist deshalb für die "Löwen" Selbstverpflichtung. Jüngstes Beispiel: Mit der Dachmarke Novoline ist man für die kommenden drei Jahre

Hauptsponsor des Fußball-Zweitligisten 1. FC Kaiserslautern – die Binger Löwen erobern damit die Trikots der "Roten Teufel". In der Heimat am Rhein stehen die Automaten- und Online-Gaming-Spezialisten unter anderem für Kunstsponsoring (und reichlich Gewerbesteuer).

Bereits auf der Frankfurter Herbstmesse 1952 präsentierte man die ersten Prototypen elektromechanisch betriebener Geldspielgeräte. Wenige Monate später stellte die inzwischen 20-köpfige Belegschaft das erste Geldspielgerät in Serie her – den Rotamint. Allein in Braunschweig wurden mehr als 25 000 Exemplare produziert.

Rasch kristallisierte sich heraus, dass es einen neuen Standort braucht, um den Anforderungen des Wachstums gerecht zu werden. 1956 wurde der Firmensitz nach Bingen am Rhein verlegt. Seit 1954 entstand hier bereits ein neues Werk. Hier kamen der Expansionsdrang des Unternehmens und das investorenfreundliche Umfeld der Stadt zusammen. Fortan schrieben die Löwen am Rhein ihre Erfolgsgeschichte weiter: NSM Apparatebau entwickelte sich zu Europas größtem Hersteller münzbetriebener Geldspielgeräte.

1956 präsentierte NSM auch seine erste Jukebox "Fanfare 60". In dieser Zeit waren Musikboxen ein entscheidender Umsatzbringer. Sie bildeten bis in die späten 1990er-Jahre ein zusätzliches Standbein des Unternehmens – heute sind sie fast schon vergessen.

Die große Nachfrage machte bereits kurz nach dem Umzug eine Erweiterung des Werksgeländes nötig. So entstand die charakteristische Shedhalle, in der seit 1959 große Teile der Produktion untergebracht sind – und das bis heute. In den 1960er-Jahren stehen Löwen-Automaten und NSM Apparatebau für das Wirtschaftswunder. In Bingen war die Basis für die Entwicklung und Produktion von Automaten geschaffen, die in den kommenden Jahrzehnten den Markt prägen würden. In den 1970ern wurden in den beiden wichtigsten

Produktkategorien neue Meilensteine erreicht. So verließ das 500 000. Geldspielgerät die Fertigung, die 100 000. Musikbox wurde ausgeliefert. 1970 wurde eine Maschinenhalle errichtet, ab 1972 erhielt der Standort einen Erweiterungsbau am Hauptgebäude.

Marktführer im E-Dart-Bereich

Unter der Marke Löwen wurde, anfangs mit Geräten des US-amerikanischen Herstellers Valley, ab 1986 der elektronische Darts-Sport in Deutschland und Europa etabliert. Heute ist E-Darts mit seiner Organisationsstruktur und Millionen Aktiver ein Erfolg, der seinesgleichen sucht. In den 1990ern baute Löwen seine bis heute führende Rolle im E-Darts-Sport aus.

Mit der Übernahme 2003 bereicherte Novomatic, heute einer der größten Gaming-Technologiekonzerne der Welt, das Binger Unternehmen mit weiterem Know-how im Bereich Gaming-Technology. Gemeinsam revolutionierte man den deutschen Markt mit den Multigamern der Marke Novoline – den ersten Geldspielgeräten mit mehr als einem Spiel.

2016 gründete Löwen Entertainment die Gesellschaft für Spielerschutz und Prävention, die ebenfalls in Bingen ihren Sitz hat. 2019 erhielt man erstmals die internationale Spielerschutzzertifizierung G 4, die als strengster Standard in diesem Bereich gilt.

In den 2020er-Jahren stellte Löwen Entertainment seinem Angebot für Spielhallen und Gastronomie ein Online-Angebot zur Seite. Wie bei Sportwetten zählt eine Tochtergesellschaft von Löwen zu den ersten Anbietern, die eine deutsche Erlaubnis für die Veranstaltung virtueller Automatenspiele bekommen haben.

Mit der Marke Novoline veranstaltet die Unternehmensgruppe außerdem virtuelle Automatenspiele und unter der Marke AdmiralBet auch Online-Sportwetten. Rund 800 Mitarbeiter sind heute bei den Löwen beschäftigt, davon rund 500 in Bingen. Seit 2003 ist Löwen Entertainment Teil

der Novomatic AG, Europas führendem integrierten Gaming-Technologiekonzern mit mehr als 24 500 Mitarbeitern weltweit. Die Geschäftsführung von Löwen bilden Christian Ar-

ras (Vorsitzender), Oliver Bagus, Dr. Daniel Henzgen und Jakob Rothwangl. Uwe Christiansen sitzt dem Aufsichtsrat vor.

(Abbildungen)

Frisch fertiggestellt diente die Binger Neuansiedlung 1956 als Fotomotiv mit dem passenden Gefährt im Vordergrund. Fotos: Archiv Löwen Entertainment

Geschäftsführer Daniel Henzgen inmitten von Löwen Foto: Rainer Gräff

Red Bull, Novomatic und Spar bleiben Österreichs wertvollste Marken

Ranking. Die zehn größten Firmen kommen auf 38,2 Mrd. Euro Markenwert, die Hälfte entfällt auf Red Bull. Die OMV verzeichnete den höchsten Marktwertverlust.

Wien. Am Mittwoch präsentierte das European Brand Institute seine jährliche Markenwertstudie. An der Spitze der wertvollsten Marken Österreichs hat sich nichts geändert: Der Salzburger Energydrink-Hersteller Red Bull, der Glücksspielkonzern Novomatic und das Handelsunternehmen Spar führen das Ranking unverändert an. Dahinter folgen die ÖBB und die Erste Group, die sich im Vergleich zu Vorjahresranking um jeweils einen Rang verbesserten. Swarovski rutschte vom vierten auf den sechsten Platz.

Zusammen sind die Top-10-Marken 38,2 Milliarden Euro wert, fast die Hälfte davon entfällt auf Red Bull (18,9 Mrd. Euro). Der Salzburger Energydrink-Hersteller ist das einzige österreichische Unternehmen, das auch im weltweiten Top-100-

Wertvollste Marken

Markenwert 2024 in Mrd. Euro (zum Vorjahr in %)

1.	Red Bull	18,98	+3,2 %	
2.		3,75	+8,7 %	Novomatic
3.		2,60	+3,4 %	Spar
4.		2,26	+4,1 %	ÖBB
5.		2,19	+1,0 %	Erste Group
6.		2,19	+0,4 %	Swarovski
7.		2,04	+0,3 %	Raiffeisen
8.		1,61	+2,3 %	Verbund
9.		1,28	-15,1 %	OMV
10.		1,25	+8,5 %	Pierer Mobility

Quelle: APA, European Brand Institute - Grafik: „Die Presse“ - PW

Ranking vertreten ist. Das stärkste relative Wachstum verzeichnete Novomatic. Der Glücksspielkonzern steigerte seinen Markenwert um fast neun Prozent auf rund 3,7 Milliarden Euro. Auch der Mobilitätskonzern Pierer Mobility verzeichnete ein sattes Plus.

Als einziges der wertvollsten heimischen Unternehmen hat der Mineralölkonzern OMV an Marktwert verloren. Das schwierige Marktumfeld bescherte dem Konzern ein Minus von 15,1 Prozent auf einen Wert von knapp 1,3 Mrd. Euro und Platz neun.

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

Red Bull, Novomatic und Spar als wertvollste Marken

WIEN. An der Spitze der wertvollsten Marken Österreichs hat sich auch 2024 nichts geändert: Der Salzburger Energydrink-Hersteller Red Bull, der Glücksspielkonzern Novomatic und das Handelsunternehmen Spar führen das Ranking an, zeigt die aktuelle Markenwertstudie des European Brand Institute. Die Marken der ÖBB und der Erste Group verbesserten sich im Vergleich zu 2023 um jeweils einen Rang auf Platz 4 bzw. 5, die Marke von Swarovski verschlechterte sich um zwei Ränge auf Platz 6. Zusammen sind die Top-10-Firmen

38,2 Mrd. Euro wert, fast die Hälfte davon fällt auf Red Bull (18,9 Mrd).

Red Bull ist auch das einzige österreichische Unternehmen, das im weltweiten Top-100-Ranking vertreten ist, das im Vorjahr von Apple und Google angeführt wurde. Zugelegt hat im heimischen Ranking die Pierer Mobility, mit einem Plus von 8,5 Prozent kam die KTM-Mutter auf über 1,2 Mrd. Euro Wert (Platz 10). Die Studie berücksichtigt nur Firmen, die zu mehr als 45 Prozent in österreichischem Eigentum sind. Deswegen sind etwa der Spar-Mitbewerber Rewe oder Austrian Airlines nicht in der Wertung. SN, APA



MARKENWERT

Red Bull bleibt an der Spitze

An der Spitze der wertvollsten Marken Österreichs hat sich 2024 nichts geändert: Red Bull, der Glücksspielkonzern Novomatic und Spar führen das Ranking an, zeigt die Studie des European Brand Institute. ÖBB und Erste Group verbesserten sich um jeweils einen Rang auf Platz 4 bzw. 5, Swarovski rutschte auf Platz 6 ab.

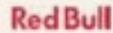
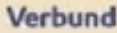
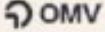
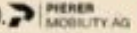
Red Bull bleibt die wertvollste Marke in Österreich

WIEN. Der Salzburger Energydrink-Hersteller Red Bull führt wie 2023 die Liste der wertvollsten Unternehmen in Österreich an. Die Studie des European Brand Institute berücksichtigt nur Unternehmen, die zu mindestens 45 Prozent in österreichischem Eigentum sind.

Wertvollste österreichische Marken

Markenwert 2024 in Milliarden Euro

gegenüber
2023

1.		18,98	+ 3,2 %
2.		3,75	+ 8,7 %
3.		2,60	+ 3,4 %
4.		2,26	+ 4,1 %
5.		2,19	+ 1,0 %
6.		2,19	+ 0,4 %
7.		2,04	+ 0,3 %
8.		1,61	+ 2,3 %
9.		1,28	- 15,1 %
10.		1,25	+ 8,5 %

Grafik: ÖDN, APA, Quelle: European Brand Institute

Wertvollste österreichische Marken

Markenwert 2024 in Milliarden Euro gegenüber 2023

1.			18,98	+ 3,2 %
2.			3,75	+ 8,7 %
3.			2,60	+ 3,4 %
4.			2,26	+ 4,1 %
5.			2,19	+ 1,0 %
6.			2,19	+ 0,4 %
7.			2,04	+ 0,3 %
8.			1,61	+ 2,3 %
9.			1,28	- 15,1 %
10.			1,25	+ 8,5 %

Quelle: European Brand Institute; Grafik: Austria Presse Agentur



Red Bull erneut kostbarste Marke

Wien – An der Spitze der wertvollsten Marken Österreichs hat sich auch 2024 nichts geändert: Der Energydrink-Hersteller Red Bull, der Glücksspielkonzern Novomatic und das Handelsunternehmen Spar führen das Ranking an, zeigt die aktuelle Markenwertstudie des European Brand Institute. Die Marken der ÖBB und der Erste Group verbesserten sich im Vergleich zu 2023 um jeweils einen Rang auf Platz 4 bzw. 5, die Marke von Swarovski verschlechterte sich um zwei Ränge auf Platz 6.

Zusammen sind die Top-10-Firmen 38,2 Mrd. Euro

wert, fast die Hälfte davon fällt auf Red Bull (18,9 Mrd. Euro). Red Bull ist das einzige österreichische Unternehmen, das im weltweiten Top-100-Ranking vertreten ist.

Das stärkste relative Wachstum verzeichnete Novomatic. Der Glücksspielkonzern steigerte seinen Markenwert um fast 9 Prozent auf rund 3,7 Mrd. Euro. Das zweithöchste Wachstum erzielte der Mobilitätskonzern Pierer Mobility mit einem Plus von 8,5 Prozent auf über 1,2 Mrd. Euro und blieb damit auf Platz 10 der wertvollsten Markenunternehmen, gefolgt von den ÖBB. (APA)

Wertvollste österreichische Marken

Markenwert 2024 in Milliarden Euro



Red Bull	18,98
Novomatic	3,75
Spar	2,60
ÖBB	2,26
Erste Group	2,19

VN-GRAFIK, QUELLE: APA/EUROPEAN BRAND INSTITUTE

Wertvollste Marken

WIEN An der Spitze der wertvollsten Marken Österreichs hat sich auch 2024 nichts geändert: Der Energydrink-Hersteller Red Bull, der Glücksspielkonzern Novomatic und das Handelsunternehmen Spar führen das Ranking an, so die Studie des European Brand Institute.

www.weekend.at , 27.6.2024



Das Panel der EBI-Präsentation, v. li.: Herbert Kovar, Deloitte Österreich, Monika Racek, Admiral Casinos & Entertainment, Gerhard Hrebicek, EBI und Gerhard Ganzger, LPG Lawyers

Martin Lusser

Zum 21. Mal hat das European Brand Institute (EBI) seine Österreichische Markenwert Studie durchgeführt und jetzt die Ergebnisse präsentiert.

Die Studie

Das European Brand Institute hat dafür den Beitrag der Marken zur nachhaltigen Entwicklung in Österreich in folgenden Branchen untersucht:

- Verkehr,
- Versorgungsinfrastruktur,
- Energie,
- Gesundheits- und Sozialinfrastruktur,
- Finanzen
- Medien

Die 4 Kategorien: Brand Leadership, Product/Services, Social Responsibility und Investment in Österreich.

Pflicht und Chance

Laut Gerhard Hrebicek, Präsident des European Brand Institute und Studienautor, „wird das diesjährige Wachstum des Markenwerts bei den TOP 10 Markenunternehmen sowie in der Gesamtpopulation besonders durch ein gesteigertes Bewusstsein für Nachhaltigkeit angetrieben. ESG-Reporting wird nicht nur zur Pflicht, sondern auch zu einer strategischen Chance.“



Dr. Gerhard Hrebicek, President European Brand Institute

Martin Lusser

„Marken sind die wertvollsten, aber wahrscheinlich noch immer am wenigsten verstandenen Wirtschaftsgüter. Nachhaltigkeit treibt das Markenwertwachstum voran und stärkt das Vertrauen aller Stakeholder.“

Gerhard Hrebicek

Wertvolle Marken

Der Markenwert korreliert positiv mit mehreren wichtigen Leistungsindikatoren wie Umsatz, Gewinn, Netto-Gewinn, Eigenkapitalrendite, Aktienkurs, Unternehmenswert und anderen finanziellen Kennzahlen.

Wachstum

Die zehn wertvollsten Austro-Markenunternehmen sind zusammen mehr als EUR 38,2 Mrd. wert, mit einer positiven Markenwertentwicklung von insgesamt +2,7%. Das höchste relative Markenwertwachstum konnten der Gaming-Technologiekonzern NOVOMATIC (+8,7%), Pierer Mobility (+8,5%), gefolgt von ÖBB (+4,1%) verzeichnen.

Die Top 10 der Österreichischen Markenwertstudie

Das Red Bull Imperium verzeichnete 2023 dank Rekordumsätzen in nahezu allen Zielmärkten und verstärkten Markeninvestitionen einen Zuwachs des Markenwerts um EUR 580 Mio. (+3,2%). Mit einem Markenwert von EUR 18,979 Mrd. führt Red Bull als einziges österreichisches Unternehmen in den GLOBAL TOP 100 unangefochten das Ranking der wertvollsten heimischen Markenunternehmen an und nähert sich erstmals der EUR 19 Milliarden Marke.

TOP 10 BRAND CORPORATIONS AUSTRIA 2024

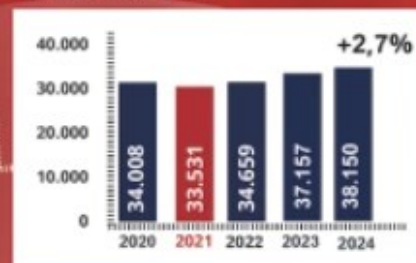
RANK	BRAND CORPORATION	BRAND VALUE*	+ / -
1.	Red Bull	18.979	↑ 3,2%
2.	NOVOMATIC	3.745	↑ 8,7%
3.	SPAR	2.600	↑ 3,4%
4.	ÖBB	2.264	↑ 4,1%
5.	ERSTE	2.191	↑ 1,0%
6.	SWAROVSKI	2.187	↑ 0,4%
7.	Raiffeisen	2.042	↑ 0,3%
8.	Verbund	1.609	↑ 2,3%
9.	OMV	1.283	↓ -15,1%
10.	PIERER MOBILITY AG	1.251	↑ 8,5%

* Markenwert in Mio. EUR im Vergleich zum Vorjahr

*Markenwertermittlung erfolgte nach aktuellen internationalen Standards ISO 20671 und ISO 10668 basierend auf „TREND TOP 500 der umsatzstärksten Unternehmen Österreichs“ vom Juni 2024 - Geschäftsjahr 2023

21. ÖSTERREICHISCHE MARKENWERT STUDIE

Entwicklung Markenwert TOP 10 Vergleich 2020-2024



TOP 10 BRAND CORPORATIONS BRAND VALUE
> 38,2
 MRD EUR

Growth Leader TOP 10 Brand Corporations 2024 relativ

1.	NOVOMATIC	+8,7%
2.	PIERER MOBILITY AG	+8,5%
3.	ÖBB	+4,1%

Growth Leader TOP 10 Brand Corporations 2024 absolute

	in Mio. EUR
1. Red Bull	+580
2. NOVOMATIC	+299
3. PIERER MOBILITY AG	+98

© 2024 European Brand Institute

www.europeanbrandinstitute.com

Silber geht an...

Die hohe Innovationskraft, herausragende Produktperformance, erfolgreiche internationale Expansion und das von internationalen ESG-Rating-Agenturen bestätigte Top-Engagement bescherten Europas führendem Gaming-Technologiekonzern NOVOMATIC erneut eine Markenwertsteigerung von +8,7% auf EUR 3,745 Mrd. Damit wurde NOVOMATIC wiederholt als zweitwertvollstes Markenunternehmen Österreichs bestätigt.

Auch am Stockerl

Österreichs beliebtester Lebensmittelhändler, die SPAR Österreich Gruppe, setzt mit nachhaltigen Projekten neue Maßstäbe im Handel. Das Unternehmen konnte seine Marktführerschaft weiter ausbauen, den Expansionskurs in allen Geschäftsbereichen erfolgreich fortsetzen und mit einem Markenwertzuwachs von +3,4% auf EUR 2,600 Mrd. seinen Podestplatz behaupten

Der Nachhaltigkeitsfaktor

Das zum fünften Mal durchgeführte Sustainable Brand Rating zeigte, dass die untersuchten Markenunternehmen ihre Scores verbessern konnten und Investitionen in Nachhaltigkeit wirken.



Gerald Ganzger, Managing Partner L&P Lawyers

Martin Lusser

„ Nachhaltiges Handeln zahlt sich tatsächlich auch bei der Entwicklung und Verwaltung von Marken aus. Es erhöht den Wert der Marken und somit auch den wirtschaftlichen Wert des Unternehmens. „

Gerald Ganzger

Wichtige Stütze

Zum fünften Mal in Folge sind die ÖBB Österreichs führendes Markenunternehmen im Bereich Nachhaltigkeit, gefolgt von Erste Group Bank und NOVOMATIC. Besonders in schwierigen Zeiten zeigt sich, dass gemeinwirtschaftliche Markenunternehmen in systemrelevanten Branchen, wie APG (Austrian Power Grid) und das Rote Kreuz, eine unverzichtbare Stütze für Wirtschaft und Gesellschaft sind.

Nachhaltigkeit: die Branchen Leader

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



„ Wir haben vor Jahren begonnen, das Thema Responsibility als wesentlichen Markenkern in unser Zentrum zu rücken. Es freut uns, dass diese ehrlich gemeinte Umsetzung Widerhall findet. „

Monika Racek



Dr. Monika Racek, CEO Admiral Casinos & Entertainment AG

Martin Lusser

Wandel meistern mit Marken

„Wir erleben aktuell ein globales Phänomen: Herkömmliche Geschäftsmodelle gehen zu Ende und neue entstehen. Unternehmen mit gut positionierten Marken fällt es ungleich leichter, diesen Transformationsprozess erfolgreich zu meistern.“ betont Herbert Kovar, Managing Partner Tax & Legal, Deloitte Österreich.



Herbert Kovar

Martin Lusser

Die Kriterien

Der Kriterienkatalog mit 52 Indikatoren, abgeleitet aus den UN-Nachhaltigkeitszielen (SDGs) der Agenda 2030 sowie ISO 20671, wurde mit dem „EBI Scoring Model“ bewertet und in ein „Sustainable Brand Rating“ übergeführt. 030 sowie ISO 20671, wurde mit dem „EBI Scoring Model“ bewertet und in ein „Sustainable Brand Rating“ übergeführt. Darüber hinaus wurden auch Österreichs wertvollste Markenunternehmen auf Nachhaltigkeit bzw. extern wahrgenommenes nachhaltiges Handeln untersucht.

Das Institut

Das European Brand Institute (EBI), Partner von UNIDO, ist Europas führendes Institut für die Bewertung von immateriellen Vermögenswerten. Die Hauptaktivitäten konzentrieren sich auf Marken- und Patentbewertungen.

„ Unternehmen erkennen, dass die Offenlegung von Nachhaltigkeits- und ESG-Informationen ihre Performance und die Wahrnehmung durch Investoren und Finanzierungspartner positiv beeinflusst. Unsere Ergebnisse belegen, dass ESG-Werte positiv mit dem Markenwert erhöht. „

Gerhard Hrebicek

Durch laufende Forschung sowie Beteiligung an der internationalen Standardisierung der Marken- und Patentbewertung trägt EBI zu einer nachhaltigen Entwicklung in Europa und weltweit bei.



EBI President Gerhard Hrebicek mit Beiräten und Experten.

Martin Lusser

volksblatt.at, 26.6.2024

Red Bull, Novomatic und Spar sind die wertvollsten Marken

Top-10 der österreichischen Firmen sind 38,2 Milliarden Euro wert

Online seit: 26. Juni 2024



© OlegDoroshin – stock.adobe.com

An der Spitze der wertvollsten Marken Österreichs hat sich auch 2024 nichts geändert: Der Salzburger Energydrink-Hersteller Red Bull, der Glücksspielkonzern Novomatic und das Handelsunternehmen Spar führen das Ranking an, zeigt die aktuelle Markenwertstudie des European Brand Institute.

Die Marken der ÖBB und der Erste Group verbesserten sich im Vergleich zu 2023 um jeweils einen Rang auf Platz 4 bzw. 5, die Marke von Swarovski verschlechterte sich um zwei Ränge auf Platz 6.

Zusammen sind die Top-10-Firmen 38,2 Mrd. Euro wert, fast die Hälfte davon fällt auf Red Bull (18,9 Mrd. Euro). Red Bull ist das einzige österreichische Unternehmen, das auch im weltweiten Top-100-Ranking vertreten ist.

Wertvollste österreichische Marken

Markenwert 2024 in Milliarden Euro

gegenüber 2023

1.	Red Bull		18,98	+ 3,2 %
2.	NOVOMATIC		3,75	+ 8,7 %
3.	SPAR 		2,60	+ 3,4 %
4.	ÖBB		2,26	+ 4,1 %
5.	ERSTE Group 		2,19	+ 1,0 %
6.	SWAROVSKI		2,19	+ 0,4 %
7.			2,04	+ 0,3 %
8.	Verbund		1,61	+ 2,3 %
9.	 OMV		1,28	– 15,1 %
10.	 PIERER MOBILITY AG		1,25	+ 8,5 %

Grafik: © APA, Quelle: European Brand Institute

APA

Das stärkste relative Wachstum verzeichnete Novomatic. Der Glücksspielkonzern steigerte seinen Markenwert um fast 9 Prozent auf rund 3,7 Mrd. Euro. Das zweithöchste Wachstum erzielte der Mobilitätskonzern Pierer Mobility mit einem Plus von 8,5 Prozent auf über 1,2 Mrd. Euro und blieb damit auf Platz 10 der wertvollsten Markenunternehmen, gefolgt von den ÖBB, die ein Plus von 4,1 Prozent auf über 2,2 Mrd. Euro erzielten.

Auch die Marke der Raiffeisen Bankengruppe legte mit einem Markenwert von gut 2 Mrd. Euro leicht um 0,3 Prozent zu und belegt Platz 7. Der Energiekonzern Verbund steigerte seinen Markenwert um 2,3 Prozent auf 1,6 Mrd. Euro und belegt damit Platz 8. Lediglich der Mineralölkonzern OMV verlor in den Top 10 an Markenwert und kommt nach einem Minus von 15,1 Prozent auf knapp 1,3 Mrd. Euro und Platz 9.

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

WIRTSCHAFT

Red Bull, Novomatic und Spar wertvollste Marken Österreichs



Red Bull weiterhin wertvollste Unternehmensmarke Österreichs ©APA/GETTY IMAGES NORTH AMERICA

An der Spitze der wertvollsten Marken Österreichs hat sich auch 2024 nichts geändert: Der Salzburger Energydrink-Hersteller Red Bull, der Glücksspielkonzern Novomatic und das Handelsunternehmen Spar führen das Ranking an, zeigt die aktuelle Markenwertstudie des European Brand Institute. Die Marken der ÖBB und der Erste Group verbesserten sich im Vergleich zu 2023 um jeweils einen Rang auf Platz 4 bzw. 5, die Marke von Swarovski verschlechterte sich um zwei Ränge auf Platz 6.

Zusammen sind die Top-10-Firmen 38,2 Mrd. Euro wert, fast die Hälfte davon fällt auf Red Bull (18,9 Mrd. Euro). Red Bull ist das einzige österreichische Unternehmen, das auch im weltweiten Top-100-Ranking vertreten ist.

Das stärkste relative Wachstum verzeichnete Novomatic. Der Glücksspielkonzern steigerte seinen Markenwert um fast 9 Prozent auf rund 3,7 Mrd. Euro. Das zweithöchste Wachstum erzielte der Mobilitätskonzern Pierer Mobility mit einem Plus von 8,5 Prozent auf über 1,2 Mrd. Euro und blieb damit auf Platz 10 der wertvollsten Markenunternehmen, gefolgt von den ÖBB, die ein Plus von 4,1 Prozent auf über 2,2 Mrd. Euro erzielten.

Auch die Marke der Raiffeisen Bankengruppe legte mit einem Markenwert von gut 2 Mrd. Euro leicht um 0,3 Prozent zu und belegt Platz 7. Der Energiekonzern Verbund steigerte seinen Markenwert um 2,3 Prozent auf 1,6 Mrd. Euro und belegt damit Platz 8. Lediglich der Mineralölkonzern OMV verlor in den Top 10 an Markenwert und kommt nach einem Minus von 15,1 Prozent auf knapp 1,3 Mrd. Euro und Platz 9.

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

(APA)

RED BULL, NOVOMATIC UND SPAR WERTVOLLSTE MARKEN ÖSTERREICHS

26. JUNI 2024



Red Bull weiterhin wertvollste Unternehmensmarke Österreichs © APA - Austria Presse Agentur

An der Spitze der wertvollsten Marken Österreichs hat sich auch 2024 nichts geändert: Der Salzburger Energydrink-Hersteller Red Bull, der Glücksspielkonzern Novomatic und das Handelsunternehmen Spar führen das Ranking an, zeigt die aktuelle Markenwertstudie des European Brand Institute. Die Marken der ÖBB und der Erste Group verbesserten sich im Vergleich zu 2023 um jeweils einen Rang auf Platz 4 bzw. 5, die Marke von Swarovski verschlechterte sich um zwei Ränge auf Platz 6.

Zusammen sind die Top-10-Firmen 38,2 Mrd. Euro wert, fast die Hälfte davon fällt auf Red Bull (18,9 Mrd. Euro). Red Bull ist das einzige österreichische Unternehmen, das auch im weltweiten Top-100-Ranking vertreten ist.

Das stärkste relative Wachstum verzeichnete Novomatic. Der Glücksspielkonzern steigerte seinen Markenwert um fast 9 Prozent auf rund 3,7 Mrd. Euro. Das zweithöchste Wachstum erzielte der Mobilitätskonzern Pierer Mobility mit einem Plus von 8,5 Prozent auf über 1,2 Mrd. Euro und blieb damit auf Platz 10 der wertvollsten Markenunternehmen, gefolgt von den ÖBB, die ein Plus von 4,1 Prozent auf über 2,2 Mrd. Euro erzielten.

Auch die Marke der Raiffeisen Bankengruppe legte mit einem Markenwert von gut 2 Mrd. Euro leicht um 0,3 Prozent zu und belegt Platz 7. Der Energiekonzern Verbund steigerte seinen Markenwert um 2,3 Prozent auf 1,6 Mrd. Euro und belegt damit Platz 8. Lediglich der Mineralölkonzern OMV verlor in den Top 10 an Markenwert und kommt nach einem Minus von 15,1 Prozent auf knapp 1,3 Mrd. Euro und Platz 9.

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

www.leadersnet.at, 26.6.2024

Das sind Österreichs wertvollste Markenunternehmen

NEWS, HANDEL, IMMOBILIEN, MOBILITÄT, FINANZEN, ENERGIE & UMWELT, INDUSTRIE

| Redaktion | 26.06.2024

In diesem Jahr wurde das Wachstum des Markenwerts der heimischen Top 10 vor allem durch gesteigertes Bewusstsein für Nachhaltigkeit angetrieben. Zusammen sind sie erstmals mehr als 38 Milliarden Euro wert.



1 von 3 Bildern V.l.n.r.: Herbert Kovar (Managing Partner Tax, Deloitte Österreich), Monika Racek (CEO Admiral Casinos & Entertainment), Gerhard Hrebicek (Präsident European Brand Institute) und Gerald Ganzger (Rechtsanwalt Lansky, Ganzger, Göth, Frankl & Partner) © LEADERSNET

Zum 21. Mal hat das European Brand Institute (EBI) seine Österreichische Markenwert Studie durchgeführt und die wertvollsten Markenunternehmen ermittelt. Die Ergebnisse wurden am 26. Juni 2024 präsentiert. Laut Studienautor Gerhard Hrebicek, Präsident European Brand Institute "wird das diesjährige Wachstum des Markenwerts bei den Top 10 Markenunternehmen sowie in der Gesamtpopulation besonders durch ein gesteigertes Bewusstsein für Nachhaltigkeit angetrieben. ESG-Reporting wird nicht nur zur Pflicht, sondern auch zu einer strategischen Chance".

Positive Markenwertentwicklung

Dem EBI zufolge korreliert der Markenwert positiv mit mehreren wichtigen Leistungsindikatoren wie Umsatz, Gewinn, Netto-Gewinn, Eigenkapitalrendite, Aktienkurs, Unternehmenswert und anderen finanziellen Kennzahlen.

Die zehn wertvollsten Austro-Markenunternehmen sind demnach zusammen mehr als 38,2 Milliarden Euro wert. Zum Vergleich: Im Vorjahr waren es noch rund 34,6 Milliarden Euro (**LEADERSNET berichtete**). Der Zuwachs beträgt also 2,7 Prozent. Das höchste relative Markenwertwachstum konnten Novomatic (+8,7 Prozent), Pierer Mobility (+8,5 Prozent) und die ÖBB (+4,1 Prozent) verzeichnen.

Österreichs nachhaltigste Unternehmen

Das zum fünften Mal durchgeführte "Sustainable Brand Rating", das die nachhaltigsten Unternehmen auszeichnet, habe gezeigt, dass die untersuchten Markenunternehmen ihre Scores verbessern konnten und Investitionen in Nachhaltigkeit wirken. Hrebicek dazu: "Unternehmen erkennen, dass die Offenlegung von Nachhaltigkeits- und ESG-Informationen ihre Performance und die Wahrnehmung durch Investoren und Finanzierungspartner positiv beeinflusst. Unsere Ergebnisse belegen, dass ESG-Werte positiv mit dem Markenwert korrelieren. Dies zeigt, dass sozial verantwortliches Verhalten eines Unternehmens gegenüber Gesellschaft und Stakeholdern den Markenwert erhöht."

Zum fünften Mal in Folge sind die ÖBB Österreichs führendes Markenunternehmen im Bereich Nachhaltigkeit, gefolgt von der Erste Group und Novomatic. Besonders in schwierigen Zeiten zeige sich, dass gemeinwirtschaftliche Markenunternehmen in systemrelevanten Branchen, wie APG (Austrian Power Grid) und das Rote Kreuz, eine unverzichtbare Stütze für Wirtschaft und Gesellschaft seien.

SB ² RANK	UNTERNEHMEN	SEKTOR	SB ² SCORE	BV ³ RANK
1		VERKEHR	AAA	4
2		FINANZEN	AAA	5
3		GAMING	AAA	2
4		RETAIL	AAA	3
5		ENERGIE	AAA	8
6		FINANZEN	AAA	7
7		UTILITIES	AAA	9
8		INDUSTRY	AA+	10
9		LUXURY	AA+	6
10		CONSUMER	AA+	1

© European Brand Institute

Die Branchen Leader sind

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

"Nachhaltiges Handeln zahlt sich tatsächlich auch bei der Entwicklung und Verwaltung von Marken aus. Es erhöht den Wert der Marken und somit auch den wirtschaftlichen Wert des Unternehmens", sagt Gerald Ganzger, Managing Partner LGP Lawyers.

Österreichs wertvollste Markenunternehmen

An der Spitze der wertvollsten Markenunternehmen bleibt alles beim Alten. Der **Red Bull**-Konzern verzeichnete dank Rekordumsätzen in nahezu allen Zielmärkten und verstärkten Markeninvestitionen einen Zuwachs des Markenwerts um 580 Milliarden Euro (+3,2 Prozent). Mit einem Markenwert von 18,979 Milliarden Euro führt Red Bull, das als einziges österreichisches Unternehmen in den Global Top 100 landet, unangefochten das Ranking der wertvollsten heimischen Markenunternehmen an.

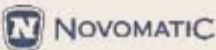
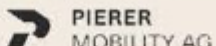
Innovationskraft, Produktperformance, internationale Expansion und ein von internationalen ESG-Rating-Agenturen bestätigtes Top-Engagement bescherten **Novomatic** der Studie zufolge eine Markenwertsteigerung von +8,7 Prozent auf 3,745 Milliarden Euro. Damit wurde Europas führender Gaming-Technologiekonzern wiederholt als zweitwertvollstes Markenunternehmen Österreichs bestätigt.

Die **Spar Österreich** Gruppe konnte ihre Marktführerschaft im Lebensmittelhandel weiter ausbauen, den Expansionskurs in allen Geschäftsbereichen fortsetzen und mit einem Markenwertzuwachs von +3,4 Prozent auf 2,6 Milliarden Euro ihren Podestplatz behaupten.

- **Plätze vier bis sieben**

Österreichs wertvollster Luxusgüterkonzern **Swarovski** fällt trotz leichtem Markenwertzuwachs von +0,4 Prozent und einem Markenwert von 2,178 Milliarden Euro auf Platz 6 zurück. Die **ÖBB** verzeichnen einen Markenwertzuwachs von +4,1 Prozent und erreichen mit einem Markenwert von 2,264 Milliarden Euro Platz 4. Österreichs wertvollste und nachhaltigste Finanzdienstleistungsmarke, die **Erste Group Bank**, konnte mit einem Markenwertzuwachs von einem Prozent und einem Markenwert von 2,191 Milliarden Euro auf Platz 5 vorrücken. Auch die **Raiffeisen Bankengruppe** verzeichnete einen leichten Anstieg von +0,3 Prozent und behauptete mit einem Markenwert von 2,042 Milliarden Euro Platz 7.

Der **Verbund** konnte trotz herausfordernder Rahmenbedingungen auf eine erfolgreiche Geschäftsentwicklung zurückblicken und verzeichnete einen Markenwertzuwachs von +2,3 Prozent auf 1,609 Milliarden Euro. Bei Österreichs führendem Energieversorgungsunternehmen zeige die "2030-Strategie" zur Umsetzung der Energiewende bereits positive Auswirkungen, so das EBI. Bei der **OMV** führte das schwierige Marktumfeld zu einem Rückgang des Markenwerts um -15,1 Prozent. Mit einem Wert von 1,283 Milliarden Euro schafft es der Konzern dennoch auf Platz 9. Mit einer Markenwertsteigerung von +8,5 Prozent auf 1,251 Milliarden Euro komplettiert **Pierer Mobility** die Top 10. Ausschlaggebend dafür seien beim Konzern von Stefan Pierer ein starkes Premium-Markenportfolio, die globale Markenpositionierung sowie Innovation und strategische Partnerschaften.

(2024/+) RANK	BRAND CORPORATION	BRAND VALUE*	+ / -
(1/-) 1.		18.979	↑ 3,2%
(2/-) 2.		3.745	↑ 8,7%
(3/-) 3.		2.600	↑ 3,4%
(5/+1) 4.		2.264	↑ 4,1%
(8/+1) 5.		2.191	↑ 1,0%
(4/-2) 6.	SWAROVSKI	2.187	↑ 0,4%
(7/-) 7.		2.042	↑ 0,3%
(8/-) 8.		1.609	↑ 2,3%
(9/-) 9.		1.283	↓ -15,1%
(10/-) 10.		1.251	↑ 8,5%
* Markenwert in Mio. EUR im Vergleich zum Vorjahr			

Neue Geschäftsmodelle entstehen

"Wir erleben aktuell ein globales Phänomen: Herkömmliche Geschäftsmodelle gehen zu Ende und neue entstehen. Unternehmen mit gut positionierten Marken fällt es ungleich leichter, diesen Transformationsprozess erfolgreich zu meistern. Durch ihre starken Marken wird ihnen gerade von Stakeholdern im Finanzbereich mehr Vertrauen entgegengebracht als den Mitbewerbern" betont Herbert Kovar, Managing Partner Tax & Legal bei Deloitte Österreich.

Monika Racek, CEO Admiral Casinos & Entertainment: "Wir haben vor Jahren begonnen, das Thema Responsibility als wesentlichen Markenkern in unser Zentrum zu rücken. Es freut uns, dass diese ehrlich gemeinte Umsetzung Widerhall findet. Sowohl bei branchenbezogenen Auszeichnungen, als auch jetzt beim Markenwert."

[**www.europeanbrandinstitute.com**](http://www.europeanbrandinstitute.com)



© oe24

NEUES RANKING

Das sind die wertvollsten Marken Österreichs

26.06.24, 11:01

Red Bull, Novomatic und Spar führen das Ranking weiterhin an.

An der Spitze der wertvollsten Marken Österreichs hat sich auch 2024 nichts geändert: Der Salzburger Energydrink-Hersteller Red Bull, der Glücksspielkonzern Novomatic und das Handelsunternehmen Spar führen das Ranking an, zeigt die aktuelle Markenwertstudie des European Brand Institute. Die Marken der ÖBB und der Erste Group verbesserten sich im Vergleich zu 2023 um jeweils einen Rang auf Platz 4 bzw. 5, die Marke von Swarovski verschlechterte sich um zwei Ränge auf Platz 6.

Zusammen sind die Top-10-Firmen 38,2 Mrd. Euro wert, fast die Hälfte davon fällt auf Red Bull (18,9 Mrd. Euro). Red Bull ist das einzige österreichische Unternehmen, das auch im weltweiten Top-100-Ranking vertreten ist.

Wertvollste österreichische Marken

Markenwert 2024 in Milliarden Euro

gegenüber 2023

1.	Red Bull		18,98	+3,2%
2.	NOVOMATIC		3,75	+8,7%
3.	SPAR 		2,60	+3,4%
4.	ÖBB		2,26	+4,1%
5.	ERSTE  Group		2,19	+1,0%
6.	SWAROVSKI		2,19	+0,4%
7.			2,04	+0,3%
8.	Verbund		1,61	+2,3%
9.	 OMV		1,28	-15,1%
10.	 PIERER MOBILITY AG		1,25	+8,5%

Grafik: © APA, Quelle: European Brand Institute

Novomatic wächst am stärksten

Das stärkste relative Wachstum verzeichnete Novomatic. Der Glücksspielkonzern steigerte seinen Markenwert um fast 9 Prozent auf rund 3,7 Mrd. Euro. Das zweithöchste Wachstum erzielte der Mobilitätskonzern Pierer Mobility mit einem Plus von 8,5 Prozent auf über 1,2 Mrd. Euro und blieb damit auf Platz 10 der wertvollsten Markenunternehmen, gefolgt von den ÖBB, die ein Plus von 4,1 Prozent auf über 2,2 Mrd. Euro erzielten.

Auch die Marke der Raiffeisen Bankengruppe legte mit einem Markenwert von gut 2 Mrd. Euro leicht um 0,3 Prozent zu und belegt Platz 7. Der Energiekonzern Verbund steigerte seinen Markenwert um 2,3 Prozent auf 1,6 Mrd. Euro und belegt damit Platz 8. Lediglich der Mineralölkonzern OMV verlor in den Top 10 an Markenwert und kommt nach einem Minus von 15,1 Prozent auf knapp 1,3 Mrd. Euro und Platz 9.

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

RED BULL WEITER ON TOP

Das sind Österreichs wertvollste Marken

Österreich | 26.06.2024 11:52



Energydrink-Legende Red Bull bleibt weiterhin Österreichs wertvollste Marke. (Bild: APA/HERBERT P. OCZERET)

An der Spitze der wertvollsten Marken Österreichs hat sich auch 2024 nichts geändert – Dosen-Legende Red Bull zementiert weiterhin die Führung ein. Hinter dem Salzburger Energydrink-Hersteller rangiert der Glücksspielkonzern Novomatic und das Handelsunternehmen Spar, wie die aktuelle Markenwertstudie des European Brand Institute zeigt.

Die Marken der ÖBB und der Erste Group verbesserten sich im Vergleich zu 2023 um jeweils einen Rang auf Platz 4 bzw. 5, die Marke von Swarovski verschlechterte sich um zwei Ränge auf Platz 6.

Red Bull auch weltweit in den Top 100

Zusammen sind die Top-10-Firmen 38,2 Mrd. Euro wert, fast die Hälfte davon fällt auf Red Bull (18,9 Mrd. Euro). Red Bull ist das einzige österreichische Unternehmen, das auch im weltweiten Top-100-Ranking vertreten ist.

WERTVOLLSTE ÖSTERREICHISCHE MARKEN

Markenwert 2024 in Milliarden Euro

gegenüber 2023

1.	Red Bull		18,98	+3,2 %
2.	NOVOMATIC		3,75	+8,7 %
3.	SPAR 		2,60	+3,4 %
4.	ÖBB		2,26	+4,1 %
5.	ERSTE  Group		2,19	+1,0 %
6.	SWAROVSKI		2,19	+0,4 %
7.			2,04	+0,3 %
8.	Verbund		1,61	+2,3 %
9.	 OMV		1,28	-15,1 %
10.	 PIERER MOBILITY AG		1,25	+8,5 %

Grafik: © APA, Quelle: European Brand Institute

Krone KREATIV

Das stärkste relative Wachstum verzeichnete Novomatic. Der Glücksspielkonzern steigerte seinen Markenwert um fast 9 Prozent auf rund 3,7 Mrd. Euro. Das zweithöchste Wachstum erzielte der Mobilitätskonzern Pierer Mobility mit einem Plus von 8,5 Prozent auf über 1,2 Mrd. Euro und blieb damit auf Platz 10 der wertvollsten Markenunternehmen, gefolgt von den ÖBB, die ein Plus von 4,1 Prozent auf über 2,2 Mrd. Euro erzielten.

OMV mit dickem Minus

Auch die Marke der Raiffeisen Bankengruppe legte mit einem Markenwert von gut 2 Mrd. Euro leicht um 0,3 Prozent zu und belegt Platz 7. Der Energiekonzern Verbund steigerte seinen Markenwert um 2,3 Prozent auf 1,6 Mrd. Euro und belegt damit Platz 8. Lediglich der Mineralölkonzern OMV verlor in den Top 10 an Markenwert und kommt nach einem Minus von 15,1 Prozent auf knapp 1,3 Mrd. Euro und Platz 9.



RANKING

Red Bull und Spar unter wertvollsten Marken Österreichs

Top-10-Firmen sind zusammen 38,2 Mrd. Euro wert

Veröffentlicht: 26. Juni 2024 11:22 Uhr

Red Bull, Novomatic und Spar führen das Ranking der wertvollsten Marken Österreichs an. Die heimischen Top-10-Firmen sind zusammen rund 38,2 Mrd. Euro wert – fast die Hälfte davon entfällt auf den Salzburger Energydrink-Hersteller.

An der Spitze der wertvollsten Marken Österreichs hat sich auch 2024 nichts geändert: Der Salzburger Energydrink-Hersteller Red Bull, der Glücksspielkonzern Novomatic und das Handelsunternehmen Spar führen das Ranking an, zeigt die aktuelle Markenwertstudie des European Brand Institute. Die Marken der ÖBB und der Erste Group verbesserten sich im Vergleich zu 2023 um jeweils einen Rang auf Platz 4 bzw. 5, die Marke von Swarovski verschlechterte sich um zwei Ränge auf Platz 6.

Red Bull einziges heimisches Unternehmen in weltweiten Top 100

Zusammen sind die Top-10-Firmen 38,2 Mrd. Euro wert, fast die Hälfte davon fällt auf Red Bull (18,9 Mrd. Euro). Red Bull ist das einzige österreichische Unternehmen, das auch im weltweiten Top-100-Ranking vertreten ist.

Novomatic mit stärkstem relativem Wachstum

Das stärkste relative Wachstum verzeichnete Novomatic. Der Glücksspielkonzern steigerte seinen Markenwert um fast 9 Prozent auf rund 3,7 Mrd. Euro. Das zweithöchste Wachstum erzielte der Mobilitätskonzern Pierer Mobility mit einem Plus von 8,5 Prozent auf über 1,2 Mrd. Euro und blieb damit auf Platz 10 der wertvollsten Markenunternehmen, gefolgt von den ÖBB, die ein Plus von 4,1 Prozent auf über 2,2 Mrd. Euro erzielten.

OMV verliert Plätze in Top 10

Auch die Marke der Raiffeisen Bankengruppe legte mit einem Markenwert von gut 2 Mrd. Euro leicht um 0,3 Prozent zu und belegt Platz 7. Der Energiekonzern Verbund steigerte seinen Markenwert um 2,3 Prozent auf 1,6 Mrd. Euro und belegt damit Platz 8. Lediglich der Mineralölkonzern OMV verlor in den Top 10 an Markenwert und kommt nach einem Minus von 15,1 Prozent auf knapp 1,3 Mrd. Euro und Platz 9.

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

orf.at, 26.6.2024

Red Bull, Novomatic und Spar bleiben wertvollste Marken

Online seit gestern, 11.06 Uhr

Teilen



An der Spitze der wertvollsten Marken Österreichs hat sich auch 2024 nichts geändert: Der Salzburger Energy-Drink-Hersteller Red Bull, der Glücksspielkonzern Novomatic und das Handelsunternehmen Spar führen das Ranking an, zeigt die aktuelle Markenwertstudie des European Brand Institute.

Die Marken der ÖBB und der Erste Group verbesserten sich im Vergleich zu 2023 um jeweils einen Rang auf Platz vier bzw. fünf, die Marke von Swarovski verschlechterte sich um zwei Ränge auf Platz sechs.

Grafik: APA/ORF; Quelle: European Brand Institute

Wertvollste österreichische Marken				
Markenwert 2024 in Milliarden Euro			gegenüber 2023	
1.			18,98	+ 3,2 %
2.			3,75	+ 8,7 %
3.			2,60	+ 3,4 %
4.			2,26	+ 4,1 %
5.			2,19	+ 1,0 %
6.			2,19	+ 0,4 %
7.			2,04	+ 0,3 %
8.			1,61	+ 2,3 %
9.			1,28	- 15,1 %
10.	 PIERER MOBILITY AG		1,25	+ 8,5 %

Zusammen sind die Top-Ten-Firmen 38,2 Milliarden Euro wert, fast die Hälfte davon fällt auf Red Bull (18,9 Mrd. Euro). Red Bull ist das einzige österreichische Unternehmen, das auch im weltweiten Top-100-Ranking vertreten ist.

Die Studie berücksichtigt nur Unternehmen, die zu mehr als 45 Prozent in österreichischem Eigentum sind. Deswegen sind etwa der Spar-Mitbewerber REWE (unter anderem Billa) und die AUA nicht in der Wertung.

UNTERNEHMEN

Red Bull bleibt Österreichs wertvollste Marke, Novomatic mit starken Zuwächsen

Der Salzburger Energydrinkhersteller ist fast so viel wert wie der Rest der Top Ten zusammen. OMV und Swarovski mit Einbußen

26. Juni 2024, 12:53, [58 Postings](#)



Red Bull bleibt weiter unangefochten die teuerste Marke Österreichs. Im Vorjahr konnte man den Markenwert um weitere 3,2 Prozent auf knapp 19 Milliarden Euro steigern.

IMAGO/Xavi Bonilla

An der Spitze der wertvollsten Marken Österreichs hat sich auch 2024 nichts geändert: Der Salzburger Energydrinkhersteller Red Bull, der Glücksspielkonzern Novomatic und das Handelsunternehmen Spar führen das Ranking an, zeigt die aktuelle Markenwertstudie des European Brand Institute (EBI). Die Marken der ÖBB und der Erste Group verbesserten sich im Vergleich zu 2023 um jeweils einen Rang auf Platz vier beziehungsweise fünf, die Marke von Swarovski verschlechterte sich um zwei Ränge auf Platz sechs.

Zusammen sind die Top-Ten-Firmen 38,2 Milliarden Euro wert, fast die Hälfte davon entfällt auf Red Bull (18,9 Milliarden Euro). Red Bull ist das einzige österreichische Unternehmen, das auch im weltweiten Top-100-Ranking vertreten ist. Im Geschäftsjahr 2023 konnte man mehr als zwölf Milliarden Dosen weltweit verkaufen, der Konzernumsatz stieg erstmals auf über zehn Milliarden Euro.

Über das stärkste relative Wachstum kann sich der Glücksspielkonzern Novomatic freuen. Der Markenwert legte im Geschäftsjahr 2023 um 8,7 Prozent auf 3,7 Milliarden Euro zu. Neben den selbstbetriebenen Spielhallen, Wettbüros und Onlineangeboten sorgte zuletzt auch der Vertrieb von Glücksspielautomaten und entsprechender Technologie für Zuwächse.

Wertvollste österreichische Marken



Markenwert 2024 in Milliarden Euro

gegenüber 2023

1.	Red Bull		18,98	+ 3,2 %
2.	NOVOMATIC		3,75	+ 8,7 %
3.	SPAR 		2,60	+ 3,4 %
4.	ÖBB		2,26	+ 4,1 %
5.	ERSTE  Group		2,19	+ 1,0 %
6.	SWAROVSKI		2,19	+ 0,4 %
7.			2,04	+ 0,3 %
8.	Verbund		1,61	+ 2,3 %
9.	 OMV		1,28	– 15,1 %
10.	 PIERER MOBILITY AG		1,25	+ 8,5 %

Grafik: © APA, Quelle: European Brand Institute



Auch der drittplatzierte Handelsriese Spar kann auf ein umsatzstarkes Geschäftsjahr und damit einhergehend gesteigertes Markenwachstum zurückblicken. Im Vorjahr konnte man sich im Lebensmittelsektor wichtige Marktanteile der schwächelnden Diskonter sichern, den Bruttoverkaufsumsatz auf 9,88 Milliarden Euro steigern. Besonders die Eigenmarken, zu denen Konsumenten in der Teuerungskrise vermehrt greifen, ließen die Erlöse kräftig wachsen. Zugleich schrumpfte ob hoher Energie- und Personalkosten der konzernweite Gewinn – Sporthandelstochter Hervis und Einkaufszentrenbetreiber Ses (Spar European Shopping Centers) mit einberechnet – um 16 Prozent auf 221 Millionen Euro.

OMV und Swarovski schwächeln

Einbußen mussten hingegen Swarovski und OMV hinnehmen. Der sich im Umbruch befindende Kristallkonzern büßte ob geringen Markenwachstums zwei Plätze ein und befindet sich nun an sechster Stelle. Der wegen der langfristigen Gaslieferverträge mit Russland in Kritik geratene Mineralöl- und Chemiekonzern verweilt auf Rang neun, muss aber einen Einbruch des Markenwerts von 15 Prozent verkraften.

In den Top Ten etablieren konnte sich Pierer Mobility. Nachdem er im Geschäftsjahr 2022 den Möbelkonzern XXXLutz aus dem Ranking gedrängt hatte, konnte der Motorradhersteller dank eines starken Markenwachstums von 8,5 Prozent die Lücke zur OMV weiter schließen.

Die Studie berücksichtigt nur Unternehmen, die zu mehr als 45 Prozent in österreichischem Eigentum sind. Deswegen sind etwa der Spar-Mitbewerber Rewe (unter anderem Billa) oder Austrian Airlines nicht in der Wertung. (APA, dwo, 26.6.2024)

ÖSTERREICH

Österreichs wertvollste Marken: Red Bull, Novomatic und Spar an der Spitze

1 KOMMENTAR

Von . - 26.06.2024 11:23 (Akt. 26.06.2024 20:02)



Red Bull, Novomatic und Spar bleiben Österreichs wertvollste Marken. ©APA/Pixabay/Canva

Bei den wertvollsten Marken Österreichs hat sich auch im Jahr 2024 nichts an der Spitze geändert.

 Red Bull & Co.: Das sind Österreichs ...

Laut einer Studie des European Brand Institute dominieren Red Bull, Novomatic und Spar als

führende Marken in Österreich. ÖBB und Erste Group kletterten um einen Platz nach oben auf die Ränge 4 und 5, während Swarovski um zwei Positionen auf den sechsten Platz fiel.

Österreichs wertvollste Marken sind zusammen 38,2 Mrd. Euro wert

Zusammen sind die Top-10-Firmen 38,2 Mrd. Euro wert, fast die Hälfte davon fällt auf Red Bull (18,9 Mrd. Euro). Red Bull ist das einzige österreichische Unternehmen, das auch im weltweiten Top-100-Ranking vertreten ist. Das stärkste relative Wachstum verzeichnete Novomatic. Der Glücksspielkonzern steigerte seinen Markenwert um fast 9 Prozent auf rund 3,7 Mrd. Euro. Das zweithöchste Wachstum erzielte der Mobilitätskonzern Pierer Mobility mit einem Plus von 8,5 Prozent auf über 1,2 Mrd. Euro und blieb damit auf Platz 10 der wertvollsten Markenunternehmen, gefolgt von den ÖBB, die ein Plus von 4,1 Prozent auf über 2,2 Mrd. Euro erzielten.

Wertvollste österreichische Marken

Markenwert 2024 in Milliarden Euro

gegenüber 2023

1.			18,98	+ 3,2 %
2.			3,75	+ 8,7 %
3.			2,60	+ 3,4 %
4.			2,26	+ 4,1 %
5.			2,19	+ 1,0 %
6.			2,19	+ 0,4 %
7.			2,04	+ 0,3 %
8.			1,61	+ 2,3 %
9.			1,28	- 15,1 %
10.			1,25	+ 8,5 %

Auch die Marke der Raiffeisen Bankengruppe legte mit einem Markenwert von gut 2 Mrd. Euro leicht um 0,3 Prozent zu und belegt Platz 7. Der Energiekonzern Verbund steigerte seinen Markenwert um 2,3 Prozent auf 1,6 Mrd. Euro und belegt damit Platz 8. Lediglich der Mineralölkonzern OMV verlor in den Top 10 an Markenwert und kommt nach einem Minus von 15,1 Prozent auf knapp 1,3 Mrd. Euro und Platz 9. Die Studie berücksichtigt nur Unternehmen, die zu mehr als 45 Prozent in österreichischem Eigentum sind. Deswegen sind etwa der Spar-Mitbewerber Rewe (unter anderem Billa) oder Austrian Airlines nicht in der Wertung.

kurier.at, 26.6.2024

WIRTSCHAFT

Neues Ranking: Das sind die 10 wertvollsten Marken in Österreich



Wer sich bei den Top-10 der Markenwertstudie verbessert hat und wer abgerutscht ist. Nachhaltigkeit steigert den Firmenwert

Der Salzburger Energydrink-Hersteller **Red Bull** bleibt auch weiterhin die mit Abstand wertvollste Marke in Österreich. Dahinter folgen der Glücksspielkonzern **Novomatic** und das Handelsunternehmen **Spar**. Dies geht aus der aktuellen Markenwertstudie des European Brand Institute hervor.

Mit einem Markenwert von fast 19 Milliarden Euro ist das Dosenimperium das einzige österreichische Unternehmen, das auch im weltweiten Top-100-Ranking vertreten ist. "Wenn wir Red Bull nicht hätten, wären wir fast ein Marken-Entwicklungsland", fasst Gerhard Hrebicek, Herausgeber der Österreichischen Markenwertstudie, die Ergebnisse zusammen. Die Marke Red Bull ist damit so viel wert wie fast die Hälfte der Top-10-Marken in Österreich zusammen.

Insgesamt konnten die zehn wertvollsten Marken ihren Wert um 2,7 Prozent auf 38 Mrd. Euro steigern.

Wertvollste österreichische Marken

Markenwert 2024 in Milliarden Euro

gegenüber 2023

1.	Red Bull		18,98	+3,2 %
2.	NOVOMATIC		3,75	+8,7 %
3.	SPAR 		2,60	+3,4 %
4.	ÖBB		2,26	+4,1 %
5.	ERSTE  Group		2,19	+1,0 %
6.	SWAROVSKI		2,19	+0,4 %
7.			2,04	+0,3 %
8.	Verbund		1,61	+2,3 %
9.	 OMV		1,28	-15,1 %
10.	 PIERER MOBILITY AG		1,25	+8,5 %

Grafik: © APA, Quelle: European Brand Institute

Die Marken der **ÖBB** und der **Erste Group** verbesserten sich im Vergleich zu 2023 um jeweils einen Rang auf Platz 4 bzw. 5, die Marke von **Swarovski** verschlechterte sich um zwei Ränge auf Platz 6. Am meisten an Markenwert einbüßen musste der Mineralölkonzern **OMV** (-15 Prozent).

Das stärkste relative Wachstum verzeichnete **Novomatic**. Der Glücksspielkonzern steigerte seinen Markenwert um fast 9 Prozent auf rund 3,7 Mrd. Euro. Das zweithöchste Wachstum erzielte der Mobilitätskonzern **Pierer Mobility** mit einem Plus von 8,5 Prozent auf über 1,2 Mrd. Euro und blieb damit auf Platz 10 der wertvollsten Markenunternehmen, gefolgt von den **ÖBB**, die ein Plus von 4,1 Prozent auf über 2,2 Mrd. Euro erzielten.

Auch die Marke der **Raiffeisen Bankengruppe** legte mit einem Markenwert von gut 2 Mrd. Euro leicht um 0,3 Prozent zu und belegt Platz 7. Der Energiekonzern **Verbund** steigerte seinen Markenwert um 2,3 Prozent auf 1,6 Mrd. Euro und belegt damit Platz 8.

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

ÖBB ist Nachhaltigkeitssieger

Bei den Nachhaltigkeitsmarken führen die **ÖBB** das Ranking an, gefolgt von der **Erste Group**, **Pierer Mobility** und **Spar**. "Es gibt eine starke Korrelation zwischen Nachhaltigkeit und Marken- und Unternehmenswert", sagt Hrebicek. „Eine gut gepflegte Marke führt auch dazu, dass ein Unternehmen besser performt“, ergänzt **Herbert Kovar**, Managing Partner bei Deloitte. Sowohl bei der Mitarbeiter-Rekrutierung als auch bei der Finanzierung könne eine erfolgreiche Marke helfen. Bei einem Transformationsprozess werde eine schlecht gepflegte Marke zur Herausforderung.

"Marken sind ein nachhaltiger Wirtschaftswert"

Marken müssten professionell gemanaged werden, betont auch Gerald Ganzger, Managing Partner bei L&P Lawyers. Jungunternehmen täten gut daran, sich rasch eine Marke zu schaffen und sie gleich einzutragen. Die Schutzdauer sei dann unbegrenzt. Die älteste österreichische Marke stammt aus dem Jahr 1859. „Marken sind nicht umzubringen, sie sind ein nachhaltiger Wirtschaftswert“.



26.06.2024

Novoliner-Tour endet mit positiver Bilanz

Die Novoliner-Tour, die anlässlich des 75-jährigen Jubiläums von Löwen Entertainment stattfand, war ein Erfolg. Über 1.000 Besucherinnen und Besucher strömten bis zum Abschluss der Eventreihe am 25. Juni 2024 in die Niederlassungen des Unternehmens. Sie informierten sich über das aktuelle Produktportfolio und erlebten den deutschlandweit tourenden Novoliner-Truck live.

„myNovo VIP“ begeisterte Kundinnen und Kunden

Im Zentrum der Tour standen die neue Software-Generation Novoline 2024 und das innovative Spielgastkonzept „myNovo VIP“. Dieses Produkt hat nach Herstellerangaben das Potenzial, das Spielhallengeschäft grundlegend zu verändern. Zusätzlich wurden das Geldspielgerät-Flaggschiff „Spirit“, die Geldwechsler der „Novo Cash X-Serie“, die Unternehmenssoftware „Casinonet“ sowie das Online-Partnerschaftsmodell „Novoline.de“ vorgestellt. Auch das „Löwen Dart-Gerät HB10“ wurde mit einer bald erscheinenden neuen Software-Version präsentiert. Gewinnspiele und die Möglichkeit, sich mit Profi-Darterinnen und -Dartern zu messen, rundeten das Programm der Novoliner-Tour ab.

„Die Bilanz unserer Novoliner-Tour fällt mehr als positiv aus. Wir haben starke Neuheiten vorgestellt und sehr viele gute Gespräche mit unseren Geschäftspartnerinnen und -partnern geführt. Das Feedback war super“, sagt Andreas Hingerl, Vertriebsdirektor von Löwen Entertainment. „Besonderes Interesse hat natürlich unser revolutionäres Spielgastkonzept myNovo VIP geweckt. myNovo VIP bietet den Spielgästen ein attraktives Zusatzangebot mit mehr exklusiven Spielen, mehr Individualität und mehr Service. Gleichzeitig bekommen Unternehmerinnen und Unternehmer ein Werkzeug an die Hand, mit dem sie Spielgäste an ihre Spielhalle binden und neue gewinnen können. Ich bin mir sicher: Dieses Produkt wird sowohl Spielgäste als auch Unternehmerinnen und Unternehmer begeistern.“

cdcgaming.com, 25.6.2024

Novomatic Americas names Alexander Merwald CEO



Photo: CDC Gaming Reports



Rege Behe, CDC Gaming Reports

[Share this article](#)

June 25, 2024 11:29 AM

Novomatic Americas this week announced the appointment of Alexander Merwald as the company's new CEO. Merwald succeeds Rick Meitzler, who was an executive with Novomatic for more than a decade.

Story continues below

PLAYER BUDGET

KNOW EVERY PLAYER'S PERSONAL BUDGET

[LEARN MORE](#)

A C R E S

Merwald has been with Novomatic since 2012, first serving as the head of Novomatic AG's mergers & acquisitions department. He was appointed managing director of Novomatic AG Africa in 2021.

Merwald will join other members of Novomatic Americas' management board, including Chief Financial Officer Len Busche and Chief Compliance Officer Sabine Stoppel.

Novomatic Americas Announces Leadership Transition

June 25, 2024



BUFFALO GROVE, IL – Novomatic Americas has announced the appointment of Alexander Merwald as CEO, succeeding Rick Meitzler. Meitzler is leaving after many years of dedicated service, during which he contributed significantly to the success of Novomatic's U.S. business.

Merwald, an experienced leader, has been with the Novomatic Group since 2012, when he took over the role as head of Novomatic AG's Group M&A department. He was appointed as Managing Director of Novomatic Africa in 2021 where he contributed to the restructuring of the company and continues expanding in the sales and rental segment in the region.

The new Management Board of Novomatic Americas consists of Alexander Merwald (CEO), Len Busche (CFO) and Sabine Stoppel (CCO).

Greentube launches new interactive instalment

Greentube, the NOVOMATIC Interactive division, has released the latest instalment in its Piggy Prizes series, with Piggy Prizes, Wish of Riches, incorporating spins, rewinds and bold free games.

In the base game, players will find 15 individual reels set on the 5×3 grid adorned with swords, coins and the genie symbol in the centre of its 40 paylines. Coin and fixed pot symbols appear secured in chains and padlocks, which can be released when the genie symbol lands in the middle reel position.



The magic spin feature can randomly activate at the start of each spin, ensuring the genie symbol appears in the centre reel, increasing the chance for bigger wins.

This latest entry to Greentube's portfolio, is the sequel to the popular Piggy Prizes series and it follows in the footsteps of other recent releases including Silver Lux: Big Win Spinner.

Bernd Baumert, director of games production and operations at Greentube, said: "Piggy Prizes: Wish of Riches, is a magical addition to our expanding portfolio and enriches the successful Piggy Prizes family.

"We are confident that players will be captivated by the blend of classic slot elements and modern features, particularly the innovative Magic Spin and Magic Rewind modifiers. This game is a must-play for anyone seeking an immersive and rewarding slot experience. See if the Genie grants the wish."

Löwen Entertainment: Novoliner-Tour begeisterte Besucher mit Truck und neuen Produkten

"Die Novoliner-Tour anlässlich des 75-jährigen Jubiläums von Löwen Entertainment war ein großer Erfolg", so das Binger Unternehmen über die Eventreihe, die vom 4. bis zum heutigen 25. Juni in sechs Niederlassungen weit über 1 000 Besucher erreicht habe.



Hingucker: Novoliner-Truck

Im Zentrum der Veranstaltungen stand das aktuelle Produktportfolio von Löwen Entertainment und, als echter Hingucker, der Novoliner-Truck. Bei den Veranstaltungen wurden die neue Software-Generation "Novoline 2024" und das Spielgastkonzept "myNovo VIP" vorgestellt - "ein Produkt, das das Potenzial hat, ein Gamechanger für das Spielhallengeschäft zu werden", so das Unternehmen aus Bingen.

Daneben wurden das Geldspielgerät-Flaggschiff "Spirit", Geldwechsler der NOVO Cash X-Serie, die Unternehmenssoftware Casinonet und das Online-Partnerschaftsmodell Novoline.de vorgestellt. Das Löwen Dart-Gerät HB10 wurde mit der demnächst erscheinenden neuen Software-Version präsentiert. Zusätzliche Gewinnspiele und die Möglichkeit, sich mit Profi-Darterinnen und -Dartern zu messen, rundeten das Programm der Novoliner-Tour ab.

Spielgäste als auch Unternehmer begeistern

"Die Bilanz unserer Novoliner-Tour fällt mehr als positiv aus. Wir haben starke Neuheiten vorgestellt und sehr viele gute Gespräche mit unseren Geschäftspartnerinnen und -partnern geführt. Das Feedback war super", sagt Andreas Hingerl, Vertriebsdirektor von Löwen Entertainment. "Besonderes Interesse hat natürlich unser revolutionäres Spielgastkonzept "myNovoVIP" geweckt. myNovo VIP bietet den Spielgästen ein attraktives Zusatzangebot mit mehr exklusiven Spielen, mehr Individualität und mehr Service. Gleichzeitig bekommen Unternehmerinnen und Unternehmer ein Werkzeug an die Hand, mit dem sie Spielgäste an ihre Spielhalle binden und neue gewinnen können. Ich bin mir sicher: Dieses Produkt wird sowohl Spielgäste als auch Unternehmerinnen und Unternehmer begeistern."