

Pressespiegel 2025

Berichterstattung
NOVOMATIC

Erstellt von **Group Marketing & Communications**

Datum **30.06.2025 / KW 26**

Wertvollste österreichische Marken

Markenwert 2025 in Milliarden Euro



Red Bull		19,60
Novomatic		3,86
Spar		2,68
ÖBB		2,33
Erste Group		2,27

VN-GRAFIK, QUELLE: APA/EUROPEAN BRAND INSTITUTE

Österreichische Markenwert-Studie 2025: NOVOMATIC mit Top-Platzierungen bei Markenwert und ESG

Der Gaming-Konzern NOVOMATIC glänzt in seinem 45. Jubiläumsjahr doppelt: Laut der Österreichischen Markenwert-Studie 2025 des European Brand Institute (EBI) behauptet sich NOVOMATIC erneut auf Platz 2 der wertvollsten Unternehmensmarken Österreichs und erreicht auch im ESG-Ranking den zweiten Platz.



Mit langer Tradition präsentiert das European Brand Institute auch heuer wieder die landesweit wertvollsten und nachhaltigsten Markenunternehmen Österreichs. Im 22. Ranking des EBI behauptet sich NOVOMATIC mit einer Steigerung von +3,1% auf einen Markenwert von 3,859 Milliarden Euro zum bereits sechsten Mal in Folge als zweitwertvollste Unternehmensmarke des Landes. Mit dieser Platzierung folgt Europas größter Gaming-Technologie Konzern abermals dem langjährigen Rankingsieger Red Bull.

Ein besonders starkes Zeichen setzt NOVOMATIC auch im Bereich Nachhaltigkeit und erreicht im EBI Sustainable Brand Ranking erstmals Platz 2. Diese Top-Platzierung würdigt das umfassende ESG-Engagement des Unternehmens, das von Umweltmaßnahmen über soziale Verantwortung bis hin zu verantwortungsvoller Unternehmensführung reicht. Bestätigt wird dies nicht nur durch unabhängige ESG-Rating-Agenturen, sondern auch durch Leuchtturmprojekte wie die konzernweit größte Photovoltaik-Anlage, die NOVOMATICS konsequent verfolgte Nachhaltigkeitsstrategie unterstreicht.

"Der Markenwert ist ein zentraler Indikator für unternehmerische Stärke, Wiedererkennbarkeit und Vertrauen. Die ausgezeichneten Platzierungen in beiden Rankings bestätigen eindrucksvoll die Wirksamkeit unserer langfristigen Markenstrategie, den Erfolg unseres konsequenten Expansionskurses und unsere Innovationskraft. Gleichzeitig spiegeln sie die erfolgreiche Umsetzung unseres umfassenden ESG-Programms wider", hebt **Mag. Stefan Krenn**, Vorstand der NOVOMATIC AG, hervor.



Mag. Stefan Krenn, Vorstand der NOVOMATIC AG © NOVOMATIC

Die Österreichische Markenwert-Studie wird jährlich vom EBI durchgeführt. 2025 wurden 180 Markenunternehmen aus 16 Branchen analysiert – über 45% davon in österreichischem Eigentum. Die Markenbewertung erfolgt nach internationalen Standards gemäß ISO 10668 und ISO 20671.

Mit den herausragenden Platzierungen kann NOVOMATIC auch im Jubiläumsjahr die Position als eines der bedeutendsten österreichischen Leitunternehmen mit globaler Präsenz festigen.

vienna-economic-forum.com, 27.6.2025

Vienna Economic Forum Kooperationspartner NOVOMATIC mit Top-Platzierungen bei Markenwert und ESG

27 Juni 2025



Vienna Economic Forum freut sich, dem langjährigen Kooperationspartner NOVOMATIC AG zur erneuten Anerkennung durch die Österreichische Markenwert-Studie 2025 des European Brand Institute (EBI) zu gratulieren.

Im aktuellen Ranking behauptet sich NOVOMATIC erneut unter den zwei wertvollsten Unternehmensmarken Österreichs. Zum sechsten Mal in Folge nimmt der internationale Gaming-Technologiekonzern damit eine Spitzenposition unter den führenden Markenunternehmen des Landes ein.

Erstmals erreicht NOVOMATIC auch im ESG-Ranking Platz 2 und setzt damit ein starkes Zeichen für nachhaltige Unternehmensführung. Die Auszeichnung würdigt das umfassende Engagement in den Bereichen Umwelt, Soziales und verantwortungsvolle Unternehmenspraxis.

Vienna Economic Forum sieht in diesem Erfolg einen weiteren Beleg für die internationale Stärke und strategische Weitsicht eines seiner bedeutendsten Kooperationspartner.



Das sind die zehn wertvollsten Marken in Österreich - Quelle: European Brand Institute

Die wertvollsten Marken Österreichs stehen fest, Red Bull dominiert

Zum 22. 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 39 Milliarden Euro wert, mit einer Markenwertsteigerung von insgesamt +2,7 Prozent im Vergleich zum Vorjahr. Das höchste relative Markenwertwachstum konnte Finanzdienstleister Erste Group Bank (+3,6%), gefolgt von Red Bull (+3,3%) und Novomatic (+3,1%) verzeichnen.

Das Red-Bull-Imperium verzeichnete 2024 einen Zuwachs des Markenwerts um 621 Millionen Euro (+3,3 %). Mit einem Markenwert von 19,6 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 3,9 Milliarden Euro (+3,1 %). Die Top 3 komplett macht der Lebensmittelhändler Spar Österreich Gruppe mit einem Markenwert von 2,7 Milliarden Euro (+2,9 %). Danach folgen der Mobilitäts- und Logistikdienstleister ÖBB (+2,9 %, 2,3 Mrd.), der Finanzdienstleister Erste Group Bank (+3,6 %, 2,3 Mrd.), der Luxusgüterkonzern Swarovski (+3 %, 2,3 Mrd.), die Raiffeisen Banken Gruppe (+1,2 %, 2,1 Mrd.), das Energieunternehmen Verbund (+0,3 %, 1,6 Mrd.), der Möbelschmied XXXLutz-Gruppe (+1,8 %, 1,2 Mrd.) und der Mineralölkonzern OMV (-5,9 %, 1,2 Mrd.).

Sustainable Brand Rating Austria 2025: Nachhaltigkeit stärkt den Markenwert



Bereits zum sechsten Mal in Folge wurden die ÖBB als führendes Markenunternehmen Österreichs im Bereich Nachhaltigkeit ausgezeichnet. Auf den weiteren Plätzen des *Sustainable Brand Rating Austria 2025* folgen Novomatic und Spar.

NOVOMATIC erneut unter Österreichs Top-Marken

Der österreichische Glücksspielkonzern NOVOMATIC zählt auch im Jahr 2025 zu den wertvollsten Marken des Landes. Laut der aktuellen Studie des European Brand Institute (EBI) belegt das Unternehmen **zum sechsten Mal in Folge den zweiten Platz im nationalen Markenwert-Ranking**. Direkt hinter dem bekannten Getränkehersteller Red Bull festigt NOVOMATIC damit seine Position als führender Technologiekonzern im Glücksspielsektor.

Konstanter Markenwert mit leichtem Wachstum

Im Rahmen des 22. EBI-Rankings wurde der Markenwert von NOVOMATIC mit 3,859 Milliarden Euro beziffert. Das entspricht einem Anstieg um 3,1 Prozent im Vergleich zum Vorjahr. Bewertet wurden insgesamt 180 Unternehmen aus 16 verschiedenen Branchen. Über 45 Prozent der untersuchten Marken sind österreichischer Herkunft. Die Bewertung erfolgte nach internationalen Normen (ISO 10688 und ISO 20671) und berücksichtigt sowohl wirtschaftliche Kennzahlen als auch Markenimage, Innovationskraft und Marktposition.

NOVOMATIC ist in mehr als 100 Ländern aktiv und gehört zu den größten Gaming-Technologieunternehmen Europas. Der Konzern entwickelt sowohl landbasierte als auch digitale Lösungen für den Glücksspielmarkt und beschäftigt weltweit tausende Mitarbeiter. Die konstante Präsenz im vorderen Bereich des Rankings wird als Zeichen für eine klare Markenstrategie und nachhaltige Unternehmensführung interpretiert.

Zweiter Platz auch im Nachhaltigkeitsranking

Zum ersten Mal wurde NOVOMATIC in diesem Jahr auch im EBI Sustainable Brand Ranking mit dem zweiten Platz ausgezeichnet. Damit gehört das Unternehmen nicht nur wirtschaftlich, sondern auch im Bereich der Nachhaltigkeit zu den führenden Marken Österreichs. Das ESG-Ranking (Environmental, Social, Governance) würdigt Maßnahmen im Bereich Umweltschutz, soziale Verantwortung und gute Unternehmensführung.

Besonders hervorgehoben wurde in der Analyse unter anderem das größte Photovoltaik-Projekt des Konzerns. Es gilt als Beispiel für die Integration ökologischer Maßnahmen in die Konzernstrategie. Darüber hinaus flossen auch freiwillige soziale Engagements, interne Umweltziele und Maßnahmen zur verantwortungsvollen Unternehmensführung in die Bewertung ein.

Vorstand sieht Markenposition als Ergebnis langfristiger Strategie

Laut NOVOMATIC-Vorstand Stefan Krenn sei der Markenwert ein zentraler Indikator für Stärke und Vertrauen am Markt. Die guten Ergebnisse in beiden Rankings zeigten, dass sich langfristige Markenpflege und nachhaltiges Wachstum auszahlen. Neben wirtschaftlichem Erfolg sei auch das strukturierte ESG-Programm ein maßgeblicher Faktor für die aktuelle Positionierung im Markt.

Krenn betont, dass NOVOMATIC diesen Kurs auch künftig fortsetzen will. Die Verbindung von Innovationskraft, globaler Ausrichtung und Verantwortungsbewusstsein solle die Grundlage für weiteres Wachstum bilden.

Parallel dazu zeigen auch andere Entwicklungen in Österreich, dass der Markt zunehmend an Dynamik gewinnt, so etwa durch die **erneute Lizenzvergabe an Bet3000 für Sportwetten**, die als Signal für eine offene Regulierung gewertet wird.

Bedeutung für die Glücksspielbranche

Die Resultate des diesjährigen EBI-Rankings zeigen, dass Nachhaltigkeit und Markenstärke im Glücksspielsektor zunehmend an Bedeutung gewinnen. Regulatorische Anforderungen, gesellschaftliche Diskussionen und ein wachsendes Bewusstsein für ESG-Themen zwingen viele Unternehmen der Branche zum Umdenken. NOVOMATIC sieht sich dabei gut aufgestellt, sowohl auf wirtschaftlicher als auch auf ethischer Ebene.

Top-Unternehmen Österreich

Stärkste Marken Österreichs 2025: Markenwertstudie zeigt Newcomer in Top 10

27.06.2025 Lesezeit: ca. 4 Minuten



Welche Marken aus Österreich 2025 zu den wertvollsten zählen? Die Markenwertstudie zeigt, wie Digitalisierung und Nachhaltigkeit den Markenwert beeinflussen. Welches Unternehmen als einziges Verluste gemacht hat und welches neu in den Top 10 ist.

Inhalt

- Digitalisierung, Nachhaltigkeit und KI stärken Markenwert
- Sustainable Brand Rating: ESG als Erfolgsfaktor
- Red Bull, Novomatic und Spar unter den Top-Marken 2025
- Erste Group, Swarovski und Raiffeisen mit stabilen Werten
- Verbund, XXXLutz und OMV komplettieren Top 10
- Digitalisierung wird Schlüsselfaktor für Markenstrategie
- Grundlage der Markenwertstudie



Gerd Genzer (Managing Partner UGP), Herbert Kover (Managing Partner Tax, Deloitte Österreich), Monice Rintarabecher (Geschäftsführerin Leitbetriebe Austria), Gerhard Hinkelböck (Präsident European Brand Institute) - © European Brand Institute/ARA-Fotografie/Martin Lusser

Zum 22. Mal hat das European Brand Institute (EBI) seine Markenwertstudie durchgeführt und die stärksten Marken Österreichs identifiziert.

Die Ergebnisse der Markenwertstudie wurden am 25. Juni 2025 präsentiert.

Laut Gerhard Hrebicek, Präsident des European Brand Institute, wird das Wachstum des Markenwerts in diesem Jahr besonders durch digitale Transformation und Nachhaltigkeit getrieben. Der digitale Anteil am Markenwert wachse mittlerweile überproportional im Vergleich zum Gesamt-Markenwert.

"Nachhaltigkeits-Reporting ist in österreichischen Unternehmen inzwischen fest verankert und der Einsatz von digitalen Technologien inklusive Künstlicher Intelligenz (KI) nimmt rasant zu", so Hrebicek.

Trotz einer weiterhin angespannten wirtschaftlichen Lage mit einem dritten Rezessionsjahr in Folge und dem [europaweit niedrigsten BIP-Wachstum](#) zeigt sich die Markenlandschaft äußerst widerstandsfähig. Mit Ausnahme eines einzigen Unternehmens (mehr dazu weiter unten) haben alle Marken unter den Top 10 zugelegt.

Download Manuals (PDF)

View, Download & Print User Manuals for Free!



Manuals Library

Die zehn wertvollsten Markenunternehmen Österreichs steigerten ihren Markenwert um durchschnittlich +2,7 %, während das Wirtschaftswachstum bei -1,2 % lag.

Nie mehr die wichtigsten Nachrichten über Österreichs Wirtschaft und Politik verpassen. Abonnieren Sie unseren wöchentlichen Newsletter: [Hier geht's zur Newsletter-Anmeldung!](#)



Die wertvollsten österreichischen Marken 2025. Markenwert in Mrd. Euro, Veränderung zu 2024 in Prozent, Quelle: European Brand Institute - © APA, Quelle: European Brand Institute

Digitalisierung, Nachhaltigkeit und KI stärken Markenwert

Für Hrebicek ist klar: "Eine starke Markenlandschaft ist kein Nebenschauplatz – sie ist ein zentraler Wirtschaftsfaktor für die Zukunft des Standorts Österreich."

Er fordert einen Schulterschluss von Startups, KMU und Großunternehmen, um strategisches Markenmanagement, Digitalisierung und nachhaltiges Wachstum zu fördern.

Insgesamt liegt der kombinierte Markenwert der zehn stärksten Marken Österreichs bei über 39 Milliarden Euro.

Das stärkste relative Wachstum verzeichnete die Erste Group Bank mit +3,6 %, gefolgt von [Red Bull](#) (+3,3 %) und [Novomatic](#) (+3,1 %).



Austrian Brand Value Study 2025: NOVOMATIC ranks highly in brand value and ESG

June 26, 2025

The international gaming technology group NOVOMATIC has yet another reason to celebrate in its 45th anniversary year.

In the Austrian Brand Value Study 2025, which was conducted by the European Brand Institute (EBI), NOVOMATIC has once again been named Austria's second most valuable brand and also achieved an impressive second place for the first time in the ESG ranking.

Gumpoldskirchen – The European Brand Institute has presented the results of this year's study of Austria's most valuable and sustainable brands. In the 22nd EBI ranking, NOVOMATIC has maintained its position as the second most valuable corporate brand in the country for the sixth time in a row, with an increase in brand value of 3.1% to EUR 3.859 billion. Achieving this ranking means that Europe's largest gaming technology group is once again just behind the longtime leader of the ranking, Red Bull.

NOVOMATIC is also setting a particularly stellar example in the area of sustainability, occupying second place in the EBI Sustainable Brand Ranking for the very first time. This top position recognizes the company's comprehensive ESG commitment, which ranges from environmental measures and social responsibility to responsible corporate governance. This commitment is confirmed by not only independent ESG rating agencies but also flagship projects such as the Group's largest photovoltaic system, which highlights NOVOMATIC's unwavering commitment to its sustainability strategy.

"Brand value is a key indicator of corporate strength, recognition, and trust. The company's excellent performance in both rankings clearly demonstrates the effectiveness of our long-term brand strategy, the success of our growth plan, and our innovative power. At the same time, this performance reflects the success of our efforts to implement our comprehensive ESG program," says **Stefan Krenn, Executive Board Member of the NOVOMATIC AG**.

The Austrian Brand Value Study is carried out annually by EBI. 180 corporate brands – over 45 percent of which are Austrian owned – from 16 different industries were analysed in 2025. The brands are valued in accordance with international standards (ISO 10688 and ISO 20671).

This outstanding performance underlines that NOVOMATIC has successfully consolidated its position as one of Austria's leading companies with a global presence in its anniversary year.

The NOVOMATIC AG Group is, as a producer and operator, one of the largest gaming technology groups in the world and employs more than 20,000 people. The Group was founded by the industrialist Professor Johann F. Graf in 1980 and has locations in more than 50 countries, and exports innovative gaming equipment, system solutions, lottery system solutions, and services to about 130 countries. The Group operates gaming terminals and video lottery terminals (VLTs) in its own approximately 2,100 own electronic and regular casinos, as well as via rental models.

The NOVOMATIC AG Group is active as a full-service provider in all segments of the gaming industry through its numerous international subsidiaries, offering a comprehensive omni-channel product portfolio for partners and customers worldwide. This ranges from terrestrial gaming products and services, through management systems, cash management solutions, and online, mobile, and social gaming solutions, to lottery and sports betting solutions, as well as a whole host of other first-rate products and services. For more information, please visit www.novomatic.com

intergamingonline.com, 26.6.2025

The international gaming technology group Novomatic has yet another reason to celebrate in its 45th anniversary year.



In the Austrian Brand Value Study 2025, which was conducted by the European Brand Institute, Novomatic has once again been named Austria's second most valuable brand and also achieved second place for the first time in the ESG ranking.

Novomatic maintained its position as the second most valuable brand in the country for the sixth time in a row, with an increase in brand value of 3.1 per cent to €3.859bn.

Achieving this ranking means that Europe's largest gaming technology group is once again just behind the long-time leader of the ranking, Red Bull.

Novomatic has also set a new water mark in sustainability, occupying second place in the EBI Sustainable Brand Ranking for the first time.

This position recognises the company's comprehensive ESG commitment, which ranges from environmental measures and social responsibility to responsible corporate governance.

Austrian Brand Value Study 2025: NOVOMATIC Ranks Highly in Brand Value and ESG



Published 23 hours ago on June 26, 2025
By Niji Narayan



From turnkey to standalone

DISCOVER



Reading Time: < 1 minute

The European Brand Institute has presented the results of this year's study of Austria's most valuable and sustainable brands. In the 22nd EBI ranking, NOVOMATIC has maintained its position as the second most valuable corporate brand in the country for the sixth time in a row, with an increase in brand value of 3.1% to EUR 3.859 billion. Achieving this ranking means that Europe's largest gaming technology group is once again just behind the longtime leader of the ranking, Red Bull.

NOVOMATIC is also setting a particularly stellar example in the area of sustainability, occupying second place in the EBI Sustainable Brand Ranking for the very first time. This top position recognises the company's comprehensive ESG commitment, which ranges from environmental measures and social responsibility to responsible corporate governance. This commitment is confirmed by not only independent ESG rating agencies but also flagship projects such as the Group's largest photovoltaic system, which highlights NOVOMATIC's unwavering commitment to its sustainability strategy.

"Brand value is a key indicator of corporate strength, recognition, and trust. The company's excellent performance in both rankings clearly demonstrates the effectiveness of our long-term brand strategy, the success of our growth plan, and our innovative power. At the same time, this performance reflects the success of our efforts to implement our comprehensive ESG program," said Stefan Krenn, Executive Board Member of the NOVOMATIC AG.

The Austrian Brand Value Study is carried out annually by EBI. 180 corporate brands – over 45% of which are Austrian owned – from 16 different industries were analysed in 2025. The brands are valued in accordance with international standards (ISO 10688 and ISO 20671).

This outstanding performance underlines that NOVOMATIC has successfully consolidated its position as one of Austria's leading companies with a global presence in its anniversary year.

yogonet.com, 26.6.2025

SECOND PLACE IN SUSTAINABILITY RANKING

NOVOMATIC ranks second in Austria's most valuable brands for sixth year running



The **European Brand Institute** has presented the results of this year's study of **Austria's most valuable and sustainable brands**. In the 22nd EBI ranking, **NOVOMATIC** has maintained its position as the second most valuable corporate brand in the country for the sixth time in a row, with an increase in brand value of 3.1% to EUR 3.859 billion (\$4.49 billion).

"Achieving this ranking means that Europe's largest gaming technology group is once again just behind the longtime leader of the ranking, Red Bull," the company stated. **NOVOMATIC** is also setting a major example in the area of sustainability, occupying second place in the EBI Sustainable Brand Ranking for the very first time.

This top position recognizes the company's **ESG commitment**, which ranges from environmental measures and social responsibility to responsible corporate governance. This encompasses flagship projects such as the group's largest photovoltaic system, which highlights its commitment to its sustainability strategy.



“Brand value is a key indicator of corporate strength, recognition, and trust. The company’s excellent performance in both rankings clearly demonstrates the effectiveness of our long-term brand strategy, the success of our growth plan, and our innovative power. **At the same time, this performance reflects the success of our efforts to implement our comprehensive ESG program,**” says Stefan Krenn, Executive Board Member of the NOVOMATIC AG.

The Austrian Brand Value Study is carried out annually by EBI. 180 corporate brands – over 45 percent of which are Austrian owned – from 16 different industries were analyzed in 2025. **The brands are valued in accordance with international standards (ISO 10688 and ISO 20671).**

TOP 500: DAS RANKING

Daten und Fakten der größten Unternehmen Österreichs

Dass die Hoffnung auf ein Ende der Rezession enttäuscht wurde, lässt sich an den **FÜR 2024 ERHOBENEN UNTERNEHMENS DATEN** ablesen. Die Summe der TOP-500-Umsätze liegt trotz überdurchschnittlicher Inflation unter dem Vorjahr. Auch die Gewinnmargen sanken in vielen Fällen.

In Summe setzten die 500 größten Unternehmen Österreichs im Vorjahr rund 615 Milliarden Euro um. Das entspricht einem Rückgang von 1,2 Prozent im Vergleich zu 2023. Klingt nicht dramatisch – ist es aber. Wenn fast die Hälfte der Betriebe einen Rückgang ihres Geschäfts verzeichnen, dann ist schon das allein Ausdruck einer handfesten Rezession. Und unter Berücksichtigung der Inflation fehlen real – also preisbereinigt – schon 25 Milliarden Euro.

Dazu kommt, dass große und sehr große Unternehmen sich generell leichter tun, durch Krisen zu manövrieren, weil sie zumeist international tätig sind und Risiken durch Diversifizierung reduzieren können. Die Schlussfolgerung, dass die österreichische Wirtschaft in ihrer Gesamtheit noch schlechter abgeschnitten hat, ist darum keine sehr gewagte.

Eines der Beispiele, die auf den globalen Märkten hervorragend reüssieren konnten, ist der Catering- und Gastro-



Die Tabelle als Download unter:
trend.at/top500

Konzern Do & Co, der mit einem Rekordumsatz von 2,3 Milliarden Euro auf Rang 50 vorstieß. Es finden sich aber auch noch zahlreiche weitere Gewinner.

Von den in der trend-Tabelle erfassten Unternehmen erzielten 130 einen Umsatz jenseits einer Milliarde Euro. Weitere 115 kamen auf zumindest 500 Millionen. Der Cut für einen Platz im Ranking liegt nach wie vor bei rund 200 Millionen.

Die Ergebniszahlen geben ebenfalls die – noch nicht überwundene – Konjunkturf

urflaute in Österreich wieder. Knapp 200 Unternehmen meldeten ihr operatives Ergebnis (Ebit) für 2024. Bei 56 Prozent fiel die Ebit-Marge niedriger aus als im Jahr davor, mal nur geringfügig, mal sehr deutlich. Die gestiegenen Kosten ließen sich bei der Mehrheit nicht kompensieren – wie das auch bereits im Rezessionsjahr 2023 der Fall war.

Der Abbau von Mitarbeitenden hielt sich dennoch in Grenzen, weil die meisten Betriebe wegen des Fachkräftemangels versuchen, ihre Leute auch in schlechten Zeiten zu halten.

Der trend hat die TOP 500 heuer zum 45. Mal erhoben, das Projekt feiert somit einen halbrunden Geburtstag. Projektleiter war zum zweiten Mal der erfahrene Journalist Arne Johannsen, die professionelle digitale Unterstützung kam wiederum von Josef Chladek.

Eine Prognose für die nächstjährige Rangliste ist angesichts der explosiven Weltlage schwieriger denn je.

VON ANDREAS LAMPL

TABELLENLEITFADEN

→ Gereiht werden die TOP-500-Unternehmen des trend (ab Seite 60) nach dem Nettoumsatz, d. h. zum Beispiel ohne Mineralölsteuer oder bei Speditionen ohne Zolldurchgangsposten. Bei Bauunternehmen zählt die Bauleistung (die Summe von eigenen Aufträgen und Anteilen an Arbeitsgemeinschaften).

→ Die 500 Ränge repräsentieren Unternehmen, die als Einzelfirma bzw. als Gruppenunternehmen mit konsolidierten oder nicht konsolidierten Zahlen angeführt

sind. Tochtergesellschaften werden kursiv und auf ihren fiktiven Platz gesetzt (in Klammer). Auch jene Unternehmen, die als Einkaufs- und Dienstleistungsgesellschaft für ihre Mitglieder tätig sind, finden sich mit ihrem Außenumsatz auf einem Rang in Klammern.

→ Die Fußnoten informieren über wesentliche Ereignisse im Geschäftsjahr.

→ Ein vom Kalenderjahr abweichendes Geschäftsjahr ist durch ein Symbol gekennzeichnet.

→ Bilanzierung nach IFRS ist auch mittels Symbol ersichtlich.

→ Die Angaben zu Branche und Eigentümern geben Aufschluss über den aktuellen Schwerpunkt der Geschäftstätigkeit sowie über die Besitzverhältnisse, wobei der Firmensitz mit den im Internet üblichen Länderkennzeichen vermerkt wird.

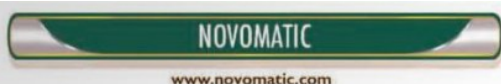
→ Die Ebit-Marge (Ebit = Betriebsergebnis laut Gewinn- und Verlust-Rechnung) informiert über die Ertragskraft des Unternehmens.

→ Sämtliche Angaben wurden überwiegend auf Basis eines elektronischen Fragebogens direkt bei den Unternehmen erhoben; fallweise auch unter Zuhilfenahme eigener Recherche der Redaktion. Bei einer geringen Anzahl von Fällen erfolgte die Ermittlung außerdem mit Unterstützung der KSV1870 Information GmbH.

→ Die aktuelle trend-Tabelle ist ab sofort unter trend.at/top500 auch in einer digitalisierten Version erhältlich.

RANG 2024	RANG 2023	UNTERNEHMEN Gr. = Gruppe • bilanziert nach IFRS ■ abweichendes Geschäftsjahr ◊ siehe Fußnoten unten	TÄTIGKEIT/BRANCHE Tätigkeit/Branche (DL) Dienstleistung (H) Handel (I) Industrie	EIGENTÜMER	NETTO-UMSATZ 2024 in Mio. Euro * konsolidiert	Veränderung zgl. Vj. in %	MITARBEITER 2024 (Jahres- durchschnitt)	Veränderung zgl. 2023 in %	EBIT in % vom Umsatz 2024	EBIT in % vom Umsatz 2023
31	34	RWA Raiffeisen Ware Austria AG Gr. • ◊	Diverses 100 % (H)	RWA Beteiligungsholding GmbH 92,42 %; RWA eGen 5,11 %; UNSER LAGERHAUS Warenhandels-gesellschaft m.b.H. 2,47 %	3.480,90*	-2,71	3.185	3,71	0,65	0,86
32	35	Novomatic AG-Konzern - Gr. •	Freizeit, Sport und Spiel; Elektro/Elektronik	Novo Invest GmbH (Prof. Johann F. Graf - 75,1 %; Mag. Thomas J. Graf - 10 %; DI Ryszard Presch - 5 %; Birgit Wimmer, MSc MBA - 5 %; VZZZ Privatstiftung - 4,9 %) 89,96 %; NOVUM SWISS AG 10,04 %	3.453,00*	6,31	26.264	3,69	-	-
33	31	ams-OSRAM AG Gr. •	Elektro, Elektronik 100 % (I)	Streubesitz 99 %; Management 1 %	3.428,00*	-4,51	19.952	-2,77	15,96	-39,83
(33)	(36)	Siemens in Österreich - Gr. • ◊ ■	Elektro, Elektronik 100 % (I)	Siemens AG 100 %	3.276,00*	2,85	9.500	2,15	-	-
34	30	EVN Gruppe Gr. • ◊ ■	Energieversorgung (Strom, Gas, Mineralöl) 79 %, Sonstige (Umweltdienstleistungen, Sonstige) 21 %	NÖ Landes-Beteiligungsholding GmbH 51 %; Wiener Stadtwerke GmbH 28,4 %; Streubesitz 19,7 %; eigene Aktien 0,9 %	3.256,60*	-13,59	7.568	4,31	13,09	14,02
35	24	Energie AG Oberösterreich Gr. • ◊ ■	Energieversorgung (Strom, Gas, Mineralöl) 80 % (I); Abwasser-, Abfallbeseitigung 20 % (I)	ÖÖ Landesholding GmbH 52,71 %; Raiffeisenlandesbank ÖÖ (Konsortium) 13,98 %; Linz AG für Energie, Telekommunikation, Verkehr und kommunale Dienste 10,36 %; Thwag - Tiroler Wasserkraft AG 8,28 %; Verbund AG 5,2 %; Oberbank AG (Konsortium) 5,18 %; voestalpine Stahl GmbH 2,07 %; ÖÖ Landesbank AG 1,04 %; ÖÖ Versicherung AG 0,52 %; Sparkasse ÖÖ Bank AG 0,52 %; Land ÖÖ 0,1 %; Energie AG Belegschaft Privatstiftung 0,04 %	3.159,70*	-25,67	4.766	2,47	12,6	5,14
36	41	Österreichische Post AG Gr. • ◊	Warentransport und -abwicklung, Finanzdienstleistungen, E-Commerce	Österreichische Beteiligungs AG (ÖBAG) 52,8 %; Streubesitz 47,2 %	3.123,10*	13,95	27.802	2,01	6,64	6,94
(36)	(37)	BMW Vertriebs GmbH • ◊	Kfz und Kfz-Komponenten 100 % (H)	BMW Österreich Holding GmbH (BMW AG, DE) 100 %	3.110,72	2,78	281	15,12	-	-
37	37	Autobahnen- und Schnellstraßen-Finanzierungs-AG (Asfinag) - Gr. • ◊	Infrastruktur 100 % (DL)	Rep. Österreich, BM f. Klimaschutz, Umwelt, Energie, Mobilität, Innovation und Technologie 100 %	3.103,14*	0,39	3.089	3,14	36,19	41,62
(37)	(22)	Wien Energie GmbH • ◊	Energieversorgung (Strom, Gas, Mineralöl) 85 % (I); Abwasser-, Abfallbeseitigung 10 % (I); Telekommunikation 5 % (I)	Wiener Stadtwerke GmbH 100 %	3.042,00	-34,77	2.326	0	-	13,15
38	45	NÖ Landesgesundheits-agentur ◊	Krankenhaus- und Pflegezentrenbetrieb und -management 100 % (DL)	Land Niederösterreich 100 %	2.953,00	15,17	28.000	0	-	-
39	38	Binder Beteiligungs AG (Markenname: binderholz) Gr.	Holz 100 %	Fam. Binder 100 %	2.820,90	-1,84	6.000	0	-	-
40	40	LKW WALTER Internationale Transportorganisation AG ◊ ■	Organisation von Lkw-Komplottladungen auf der Straße und im kombinierten Verkehr (100 %)	Walter Group Holding AG 100 %	2.820,00	1,44	1.643	-1,14	-	-
41	48	Gebrüder Weiss Gesellschaft m.b.H. Gr. ◊	Transport, Logistik	Fam. Weiss 50 %; Fam. Jerie 50 %	2.710,00*	9,72	8.700	1,16	-	-
42	46	Lenzing AG - Gr. • ◊	Chemikalien und chemische Erzeugnisse	Streubesitz 40,78 %; B&C Gruppe 37,25 %; Suzano S.A. 15 %; The Goldman Sachs Group, Inc. 6,97 %	2.683,90*	5,66	7.816	-1,28	3,32	-18,9
43	60	cargo-partner Group Holding AG - Gr. •	Warentransport und -abwicklung 100 % (DL)	Nippon Express Europe (indirekt Nippon Express Japan) 100 %	2.566,00	22,18	4.000	-2,44	-	-
44	80	CAG Holding & Unternehmensgruppe C. Gruppe ◊	Holding 100 % (I)	CAG Handels GmbH & Co KG (Dr. Cornelius Gruppe) 90 %; Dr. Cornelius Gruppe 10 %	2.500,00*	-	10.000	0	-	-
45	53	Austrian Airlines AG (AUA) - Gr. • ◊	Personen-/Warentransport und -abwicklung 100 % (DL)	ÖLB Öst. Luftverkehrsholding GmbH (ÖLB Öst. Luftverkehrs-bet. GmbH - 49,8 % (Öt. Lufthansa AG, DE); ÖLP Öst. Luftverkehrs Privatstiftung - 50,2 % (Borneo Bet. Vmtg. GmbH (Öt. Lufthansa AG, DE)) 100 %	2.457,00*	4,73	5.147	4,59	2,97	5,41

European Casinos The Elite, Ausgabe 82—Juni 2025



At this year's Belgrade Future Gaming Show, Novomatic presented a strong presence alongside long-standing partners FAZI and Admiral Bet. The Admiral Bet Pub once again provided excellent catering and hospitality, making the booth a popular place for visitors. A major highlight at the Novomatic booth was the world premiere of the XTENSION LINK™ ULTIMATE - a brand-new



The Novomatic stand moments before the opening of the show

addition to the XTENSION LINK™ series, now fully optimized for multi-screen cabinets. Novomatic also showcased its extensive cabinet portfolio, offering a wide range of premium hardware solutions that perfectly complement its cutting-edge gaming content. The strong visitor interest and positive feedback once again underscored Novomatic's leading role in the region and its commitment to innovative gaming solutions. At the Novomatic stand, Novomatic partner APEX showcased their latest slot machines, jackpot islands, and gaming platforms - all designed to elevate the player experience and set new industry standards.



An electric atmosphere at the stand



AdmiralBet, the general sponsor of the Serbian national water polo team. Pictured here is Serbian water polo player Nikola Jakšić

🇬🇧 NOVOMATIC SIGNS AGREEMENT TO ACQUIRE AINSWORTH VIA SCHEME OF ARRANGEMENT

Novomatic has announced that it has entered into a Scheme Implementation Deed with Ainsworth Game Technology, with the aim of acquiring all of Ainsworth's outstanding shares for a final cash consideration of \$1.00 per share, via a Scheme of Arrangement.

Ainsworth's Independent Board Committee has unanimously recommended that shareholders vote in favour of the transaction. Novomatic already holds a 52.9 per cent stake in Ainsworth, purchased from founder Len Ainsworth in 2016.

The transaction is subject to Ainsworth shareholder approval, as well as other customary conditions, and is expected to close in the second half of 2025.



🇬🇧 NOVOMATIC PREMIERES SAPPHIRE PACKAGE IN CASINO PARTOUCHE D'ANNEMASSE

Following its spectacular launch at ICE 2025, Novomatic announced the first global installation of the "Sapphire Package". The first installation, at Casino Partouche d'Annemasse in [Double click to zoom in.](#) state-of-the-art DIAMOND X™ 3.32 cabinets and a Superia Games™ Link 1. Players can now enjoy an extraordinary linked Jackpot experience brought to life by ultra-modern, high-quality LED signage for stunning visuals and engaging gameplay.



🇬🇧 SPIELBANK BREMEN AND CASINO BREMERHAVEN SWITCH TO NOVOVISION™ CMS

Spielbank Bremen and its branch, Casino Bremerhaven, have chosen to implement NOVOMATIC's visionary Casino management solution in stages, gradually introducing a variety of new and exciting services for their guests.

Both Casinos have always been committed to providing modern gaming entertainment and first-class service. As part of their ongoing modernisation, the management decided to invest in a future-proof CMS, choosing NOVOVISION™ (NV).



🇬🇧 NOVOMATIC ITALIA OFFERS A WELCOME TO THE FUTURE OF GAMING

Novomatic Italia once again welcomed clients and partners to the Open Days at its Rimini headquarters. The event was dedicated to innovation, strategic vision, and the presentation of the latest gaming solutions, further strengthening the company's leadership in the sector.

The 2025 edition of the Open Days marked a key moment for the company: the inauguration of its new showroom in Rimini. A modern and technologically advanced space designed to offer an immersive and interactive experience. The innovative design and meticulously detailed setup allow visitors to explore the entire range of the Novomatic products that are designed for the Italian market.



🇬🇧 GREENTUBE ALLIANCE WITH CODERE ONLINE

Greentube, the digital gaming division of Novomatic, has strengthened its presence in the Spanish market following its agreement with Codere Online.

Codere Online players in Spain can now enjoy Greentube's popular game content, including the hit titles Lucky Lady's Charm Deluxe, Book of Ra and Sizzling Hot Deluxe.



MEHRFACH AUSGEZEICHNET

ADMIRAL erneut als beliebter Arbeitgeber bestätigt

Doppelter Grund zur Freude bei der Novomatic-Tochter mit Sitz in der Griesfeldstraße in Wiener Neudorf. Das Unternehmen erhält das Gütesiegel „Great Place to Work“ und zwei Zertifizierungen.

WIENER NEUDORF Monika Racek, Vorstandsvorsitzende der Admiral Casinos & Entertainment AG, ist „stolz darauf, ein Arbeitsumfeld zu schaffen, in dem unsere Mitarbeitenden nicht nur gerne arbeiten, sondern sich auch aktiv einbringen können. Gleichzeitig setzen wir konsequent auf klare ethische Standards – das ist kein Widerspruch, sondern unser Erfolgsrezept“.

Die wiederholte Auszeichnung als „Great Place to Work“ basiert auf anonymen Mitarbeiterbefragungen und einer eingehenden Bewertung der Unternehmenskultur. Besonders hervorgehoben wurden Teamgeist, Führungsqualität

und die hohe Identifikation mit den Unternehmenswerten, geht aus dem Bericht hervor.

Mit ISO 37001 erfüllt ADMIRAL internationale Anforderungen an ein effektives Anti-Korruptionsmanagementsystem. Diese Norm unterstützt Organisationen dabei, Korruptionsrisiken zu erkennen, zu vermeiden und bei Verdachtsfällen systematisch zu reagieren. Sie umfasst unter anderem Richtlinien zur Geschäftsethik, Schulungen für Mitarbeitende sowie interne Kontrollmechanismen.

ISO 37301 ist ein internationaler Standard für Compliance-Managementsysteme. Sie bestätigt, dass ADMIRAL über strukturierte Prozesse verfügt,



Zertifikatsübergabe:
Christoph Mondl, Monika
Racek, Paul Kozelsky, Werner
Paar.
Foto: ADMIRAL

um gesetzliche, regulatorische und interne Anforderungen verlässlich einzuhalten – von Datenschutz über Arbeitsrecht bis hin zu unternehmensspezifischen Verhaltensrichtlinien.

Werner Paar und Christoph Mondl, Geschäftsführer von Quality Austria, beurteilten den Ablauf dieser Überprüfung als „Positivbeispiel. Es gibt viele Unternehmen, die in sensiblen Bereichen tätig sind und einer externen Prüfung kritisch gegenüberstehen. ADMIRAL al-

lerdings war während des gesamten Verlaufs sehr engagiert und hat dadurch deutlich gemacht, wie hoch der Stellenwert von Compliance im Unternehmen ist“.

Für ADMIRAL-Sportwetten-Geschäftsführer Paul Kozelsky steht fest: „Nachhaltiger Unternehmenserfolg ist für uns untrennbar mit Vertrauen und Verantwortung verbunden – gegenüber unseren Mitarbeitenden, unserer Kundschaft und der Gesellschaft.“

Studie 2025: Novomatic mit Top-Platzierungen bei Markenwert und ESG

Laut der Österreichischen Markenwert-Studie 2025 des European Brand Institute (EBI) behauptet sich NOVOMATIC erneut auf Platz 2 der wertvollsten Unternehmensmarken Österreichs und erreicht erstmals auch im ESG-Ranking den hervorragenden zweiten Platz. ESG ist die Abkürzung für "Environmental, Social and Governance", was Umwelt, Soziales und Unternehmensführung bedeutet. Es handelt sich um Kriterien, die zur Bewertung der Nachhaltigkeit und ethischen Praxis von Unternehmen herangezogen werden.

Zweitwertvollste Unternehmensmarke des Landes

Das European Brand Institute präsentierte kürzlich die landesweit wertvollsten und nachhaltigsten Markenunternehmen Österreichs. Im 22. Ranking des EBI behauptet sich Novomatic mit einer Steigerung von 3,1 Prozent auf einen Markenwert von 3,859 Milliarden Euro zum bereits sechsten Mal in Folge als zweitwertvollste Unternehmensmarke des Landes. Mit dieser Platzierung folgt Europas größter Gaming-Technologie-Konzern abermals dem langjährigen Rankingsieger Red Bull.

Ein besonders starkes Zeichen setzt Novomatic auch im Bereich Nachhaltigkeit und erreicht im EBI Sustainable Brand Ranking erstmals Platz 2. Diese Top-Platzierung würdigt das umfassende ESG-Engagement des Unternehmens, das von Umweltmaßnahmen über soziale Verantwortung bis hin zu verantwortungsvoller Unternehmensführung reicht. Bestätigt wird dies nicht nur durch unabhängige ESG-Rating-Agenturen, sondern auch durch Leuchtturmprojekte wie die konzernweit größte Photovoltaik-Anlage, die die Nachhaltigkeitsstrategie von Novomatic unterstreicht.



Top 10 Austria Brand Corporations 2025.



Sustainable Brand Rating Austria 2025.

Indikator für unternehmerische Stärke, Wiedererkennbarkeit und Vertrauen

„Der Markenwert ist ein zentraler Indikator für unternehmerische Stärke, Wiedererkennbarkeit und Vertrauen. Die ausgezeichneten Platzierungen in beiden Rankings bestätigen eindrucksvoll die Wirksamkeit unserer langfristigen Markenstrategie, den Erfolg unseres konsequenten Expansionskurses und unsere Innovationskraft. Gleichzeitig spiegeln sie die erfolgreiche Umsetzung unseres umfassenden ESG-Programms wider“, hebt Mag. Stefan Krenn, Vorstand der Novomatic AG, hervor.

Die Österreichische Markenwert-Studie wird jährlich vom EBI durchgeführt. 2025 wurden 180 Markenunternehmen aus 16 Branchen analysiert – über 45 Prozent davon in österreichischem Eigentum. Die Markenbewertung erfolgt nach internationalen Standards gemäß ISO 10668 und ISO 20671.

Mit den herausragenden Platzierungen kann Novomatic auch im Jubiläumsjahr die Position als eines der bedeutendsten österreichischen Leitunternehmen mit globaler Präsenz festigen.

Red Bull verleiht Markenwert Flügel

Energydrink-Marke ist fast 20 Mrd. € wert, es folgen Novomatic und Spar.

Während die Wirtschaft stöhnt, zeigen Österreichs Top-Marken Muskeln – angeführt vom Überflieger Red Bull. Laut European Brand Institute dominiert der Energydrink-Riese mit 19,6 Mrd. Euro Markenwert (+3,3%, Grafik) nicht nur die heimische Liga – Red Bull bleibt als einziges österreichisches Unternehmen in den globalen Top 100 der wertvollsten Marken und liegt dort etwa auf Platz 80.

Die Erfolgsfaktoren: Der Einsatz von KI in der Werbung und massive Investitionen in Sport und Sponsoring machen Red Bull zur unschlagbaren Marketing-Maschine, so die Studienmacher Gerhard Hrebicek. Durch aggressives Marketing überflügelt der Konzern die Konkurrenz im Energydrink-Segment.

Im Ranking sind nur Unternehmen, die sich zu mehr als 45% in österreichischem Eigentum befinden. Auf Platz 2 behauptet sich Glücksspiel-Riese Novomatic mit 3,86 Mrd. Euro (+3,1%). Knapp dahinter: Handelsriese Spar (2,68 Mrd. Euro, +2,9%).

Der Lebensmittelkonzern zeige, wie Regionalität und Digitalisierung Hand in Hand gehen, von smarten Lieferketten bis zu plastikreduzierten Verpackungen.

Mit 2,33 Mrd. Euro (+2,9%) fahren die ÖBB auf Platz 4 als einer der europäischen Vorreiter in Sachen grüne Mobilität. Der Ausbau von Infrastruktur und Flotte stärken die Marktposition. Außerdem sind die ÖBB, wie auch Spar, ein Top-Lehrlingsausbildner.

Swarovski punktet mit Image-Verjüngungskur

Das Comeback des Jahres feiert Swarovski: Mit 2,25 Mrd. Euro (+3,0%) klettert der Kristall-König auf Platz 6 – befeuert durch neue Kollektionen, Influencer-Kooperationen und eine radikale Verjüngungskur des Markenimages.

Der Aufsteiger ist aber XXXLutz: Der Möbelriese katapultiert sich dank der internationalen Expansion mit 1,21 Mrd. Euro in die Top 10.



Foto: European Brand Institute

Gerhard Hrebicek, Präsident des European Brand Institute, errechnete die wertvollsten Marken Österreichs. Red Bull punktet etwa mit KI in der Werbung und Sportsponsoring, Spar mit Regionalität, die ÖBB mit Nachhaltigkeit.

Vergil Siegl



Red Bull bleibt wertvollste Marke Österreichs

Ranking. Mit Ausnahme der OMV konnten alle Top-10-Unternehmen an Wert zulegen.

Von Robert Kleedorfer

Bereits zum 22. Mal hat das European Brand Institute (EBI) im Rahmen der Markenwert-Studie Österreichs wertvollste Markenunternehmen ermittelt. „Die Top-10-Unternehmen verzeichnen ein Markenwertwachstum von plus 2,7 Prozent, deutlich über dem Wirtschaftswachstum von minus 1,2 Prozent, und beweisen damit ihre Stabilität“, erklärt Gerhard Hrebicek, Präsident des European Brand Institute und Autor der Studie.

Im Ranking der Top-Marken hat sich gegenüber dem Vorjahr kaum etwas geändert. Red Bull bleibt mit großem Abstand die wertvollste Marke (vor Novomatic und

Spar, siehe Grafik). Mit 19,6 Milliarden Euro ist sie etwa so viel wert wie die neun dahinter folgenden Marken zusammen. Neu in den Top 10 ist XXXLutz auf Rang 9, die die in die Insolvenz gerutschte Pierer Mobility ersetzt hat. Mit Ausnahme der OMV haben alle zehn Marken zugelegt, bei der OMV war es der zweite Verlust in Folge. „Ich glaube nicht, dass es mit der OMV weiter nach unten geht. Bei einer Repositionierung kann so etwas vorkommen“, so Hrebicek.

Die zehn Top-Marken sind zusammen 39 Milliarden Euro wert. Das höchste relative Markenwertwachstum verzeichnete die Erste Group (+3,6 Prozent), gefolgt von Red Bull (+3,3 Prozent) und

Novomatic (+3,1 Prozent). Laut Hrebicek war 2024 für Red Bull ein Erfolgsjahr. „Durch konsequente digitale Transformation, den smarten Einsatz von KI und massive Markeninvestitionen in Sport und Sponsoring erzielte das Unternehmen Rekordumsätze.“ Red Bull bleibt auch als einziges heimisches Unternehmen in den Global Top 100 (um Rang 80) vertreten.

Digitalisierung

Der digitale Anteil am Markenwert wachse überproportional im Vergleich zum Gesamt-Markenwert, sagt Hrebicek. Neben der digitalen Transformation sei auch das gestiegene Bewusstsein für Nachhaltigkeit für das Wachstum des Markenwerts aus-

schlaggebend. „In Zukunft wird die Digitalisierung der Geschäftsmodelle entscheidend für den nachhaltigen Erfolg von Unternehmen sein“, ergänzt Herbert Kovar, Managing Partner bei Deloitte Österreich. „Unternehmen mit gut etablierten Marken wird die Digitalisierung leichter fallen, da sie besser an Fremd- und Eigenkapitalquellen kommen, um diesen Transformationsprozess zu finanzieren.“

„Eine starke Markenlandschaft“ sei „ein zentraler Wirtschaftsfaktor für die Zukunft des Standorts Österreich“, sagt Hrebicek. Er wünscht sich eine „breit getragene Markeninitiative als wirtschaftspolitischen Impuls“.

Die Presse, 26.06.2025

Studie. Red Bull führt einmal mehr das Marken-Ranking der heimischen Firmen mit großem Abstand an. Warum wachsen die Marken in Österreich so langsam?

Wertvollste österreichische Marken

Markenwert 2025 in Mrd. Euro
(Veränderung gegenüber 2024 in Prozent)



Quelle: European Brand Institute - Grafik: „Die Presse“ - MQG

Die wertvollsten

VON SUSANNE BICKEL

Wien. Wer an österreichische Marken denkt, hat oft ein Bild von Red Bull vor Augen. Und das völlig zu Recht, denn der Energydrink-Hersteller bleibt mit großem Abstand die wertvollste Marke Österreichs. Mit einem geschätzten Markenwert von 19,6 Milliarden Euro ist Red Bull beinahe so viel wert wie die neun nächstplatzierten Marken zusammen.

Auch international ist das Unternehmen aus Fuschl am See eine Ausnahmeerscheinung: Als einzige österreichische Marke schafft es Red Bull in die Liste der 100 wertvollsten Marken der Welt, so die aktuelle Markenwertstudie des European Brand Institute (EBI). Auf den weiteren Plätzen in Österreich folgen Novomatic auf Rang zwei und der Handelskonzern Spar auf Platz drei. Neu unter den Top zehn ist XXXLutz auf Rang neun, das die in die Insolvenz gerutschte Pierer Mobility (KTM) ersetzt hat. Mit Ausnahme der OMV (Platz zehn) haben alle zehn Marken zugelegt, bei der OMV war es der zweite Verlust in Folge.

Auch bei den Einzelwerten hat sich etwas verändert: Die Marke OMV ist derzeit weniger wert als vor zehn Jahren, während Markenführer Red Bull um ein gutes Viertel an Wert zugelegt hat. „Marken sind die wertvollsten, aber wahrscheinlich noch immer am wenigsten verstandenen

Wirtschaftsgüter“, sagt Studienautor Gerhard Hrebicek. Laut der Analyse liegt der kumulierte Markenwert der Top-zehn-Marken aus Österreich bei rund 39 Milliarden Euro. Das entspricht einem Wachstum von 2,7 Prozent im Vergleich zum Vorjahr - und damit einem Plus, das über dem aktuellen Wirtschaftswachstum liegt. Trotzdem ist Österreich im internationalen Vergleich lediglich im unteren Feld zu finden.

Zum Vergleich: Die Schweiz erzielt viermal so hohe Markenwerte pro Kopf. Auch im Global Innovation Index sowie im Wettbewerbsfähigkeitsranking (IMD World Competitiveness Ranking) liegt die Schweiz mit Platz eins vor Österreich (Platz 26).

Styria auf einem Podestplatz

Auch der Faktor Nachhaltigkeit hat messbaren Einfluss auf den Markenwert. In dieser Disziplin liegen die ÖBB zum sechsten Mal in Folge auf Platz eins unter den nachhaltigsten Marken des Landes. Andere große Player wie Red Bull oder Swarovski rangieren in dieser Kategorie lediglich auf den hinteren Plätzen. Nahezu alle untersuchten Markenunternehmen konnten ihre ESG-Scores im Vergleich zum Vorjahr verbessern, sagt der Studienautor. Im Bereich der Medien zählen ORF, Mediaprint und Styria (zu der auch „Die Presse“ gehört) zu den führenden Marken des Landes. Warum braucht es eine starke Marke? Marken haben eine ➤

Marken Österreichs

starke strategische Bedeutung im globalen Talentwettbewerb: „Nur wer international sichtbar ist, kann etwa auch gute Führungskräfte aus dem Ausland anziehen“, sagte Monica Rintersbacher, Geschäftsführerin Leitbetriebe Austria, am Mittwoch vor Journalisten.

Betrachtet man übrigens nur das relative Wachstum, führt die börsennotierte Erste Group das Feld an - gefolgt von Red Bull und Novomatic. Die Studie berücksichtigt nur Unternehmen, die zu mehr als 45 Prozent in österreichischem Eigentum sind. Deswegen ist zum Beispiel der Spar-Mitbewerber Rewe (unter anderem Billa) nicht in der Wertung.

Strukturelle Unterschiede

Aber warum wird der Markenwert noch immer so stark unterschätzt? Lange Zeit lag der Fokus von Unternehmen auf dem Anlagevermögen, also Maschinen, Immobilien und Produktionsstätten. Doch das hat sich grundlegend verändert: Heute machen immaterielle Vermögenswerte wie Marken und Patente je nach Branche 40 bis 60 Prozent des Unternehmenswertes aus. Viele Unternehmenslenker unterschätzen diesen Wandel noch immer, nur von Red Bull wurde das vollständig verstanden. Deshalb nimmt Red Bull unter den Einzelmarken eine Sonderstellung ein: Mit starkem Engagement im Sportsponsoring und eigenen Medienkanälen wurde ein

Markenuniversum geschaffen, das weit über das Produkt hinausreicht.

Speziell in Europa gibt es gleichzeitig auch strukturelle Unterschiede: Während in den USA vermehrt auf Single Brands gesetzt wird, dominieren in Europa Markenportfolios. Konkret bedeutet das, dass ein Unternehmen mehrere unterschiedliche Marken steuert, die sich an verschiedene Zielgruppen richten oder unterschiedliche Preisniveaus haben. Ein Beispiel ist in der Autoindustrie zu finden: Zum deutschen Volkswagen-Konzern gehören etwa unter anderem die Marken Porsche, Bentley, Audi, Seat oder Škoda. In den USA hingegen konzentriert sich Ford fast ausschließlich auf seine Kernmarke Ford und das Luxussegment Lincoln.

Damit Österreich und auch Europa den Anschluss nicht verlieren, wird der Ruf nach einer österreichischen Markeninitiative lauter - nicht zuletzt, um das Potenzial, das in den starken Marken liegt, auch volkswirtschaftlich zu nutzen, so die Vertreter des European Brand Institute. Denn die Zukunft stellt Marken vor neue Herausforderungen: Wer besitzt etwa das Urheberrecht an einer Marke, die durch künstliche Intelligenz generiert wurde?

In China und den USA laufen bereits Verfahren zu dieser Thematik. In Peking wurde erstmals ein Urheberrecht an solchen von KI generierten Werken gewährt.

Heute, 26.06.2025

Red Bull kann massiv zulegen

In Sachen Markenwert hat Red Bull heuer die 19-Milliarden-Marke geknackt. Das zeigt die Markenwert-Studie 2025 des European Brand Institute. Ebenfalls klar zulegen konnten Novomatic (3,9 Mrd., +3,1 %) und Spar (2,7 Mrd., +2,9 %). Mit 1,2 Mrd. hat zudem XXXLutz den Sprung von Platz 11 in die Top 10 geschafft 

Die wertvollsten Marken 2025

	Marke	Wert in €	Trend
1.	Red Bull	19,600 Mrd.	+3,3%
2.	Novomatic	3,859 Mrd.	+3,1%
3.	Spar	2,675 Mrd.	+2,9%
4.	ÖBB	2,330 Mrd.	+2,9%
5.	Erste Bank	2,271 Mrd.	+3,6%
6.	Swarovski	2,252 Mrd.	+3,0%
7.	Raiffeisen	2,066 Mrd.	+1,2%
8.	Verbund	1,614 Mrd.	+0,3%
9.	XXXLutz	1,210 Mrd.	+1,8%
10.	OMV	1,206 Mrd.	-5,9%

Gesundheit für 1.000 Mitarbeiter

Der NOVO-Company Day stand im Zeichen der Gesundheitsförderung und Arbeitssicherheit der 1.000 Mitarbeiter von Novomatic allein in Gumpoldskirchen: Extremradler Christoph Strasser motivierte zu Aktivitäten, das Hilfswerk informierte über Pflege 

Kleine Zeitung, 26.06.2025

WERTVOLLSTE MARKEN ÖSTERREICHS

Red Bull dominiert beim Markenwert

Red Bull bleibt mit großem Abstand die wertvollste Marke Österreichs. Mit 19,6 Milliarden Euro ist sie etwa so viel wert, wie die neun dahinter folgenden Marken zusammengerechnet. Das zeigt die aktuelle Markenwertstudie vom European Brand Institute. Hinter Red Bull folgen Novomatic, Spar, die ÖBB, die Erste Group, Swarovski, Raiffeisen, Verbund, XXXLutz und die OMV. Österreichs zehn Top-Marken sind zusammen 39 Milliarden Euro wert.

ADOBE STOCK



Red Bull bleibt Marken-Kaiser

Wertvollste österreichische Marken

Markenwert 2025 in Milliarden Euro gegenüber 2024

1.			19,60	+3,3 %
2.			3,86	+3,1 %
3.			2,68	+2,9 %
4.			2,33	+2,9 %
5.			2,27	+3,6 %
6.			2,25	+3,0 %
7.			2,07	+1,2 %
8.			1,61	+0,3 %
9.			1,21	+1,8 %
10.			1,21	-5,9 %

Quelle: European Brand Institute; Grafik: Austria Presse Agentur



Wien – Red Bull bleibt mit großem Abstand die wertvollste Marke Österreichs. Mit 19,6 Mrd. Euro ist der Energydrink-Riese etwa so viel wert wie die neun dahinter folgenden Marken zusammen. Das zeigt die heurige Ausgabe der Markenwert-Studie. Neu unter den Top 10 ist XXXLutz auf Rang 9 – die Möbel-Gruppe ersetzt die in die Insolvenz gerutschte Pierer Mobility. Mit Ausnahme der OMV haben alle zehn Marken zugelegt, bei der OMV war es der zweite Verlust in Folge. Die 10 Top-Marken sind zusammen 39 Mrd. Euro wert.

Studienautor Gerhard Hrebicek rechnet nicht mit einem weiteren Rückgang des OMV-Markenwerts. Eine solche Entwicklung sei aber im Zuge der Neupositionierung des Unternehmens durchaus im Bereich des Üblichen, erklärte er. Die Marke OMV ist

derzeit weniger wert als vor zehn Jahren, während Markenfürher Red Bull um ein gutes Viertel an Wert zugelegt hat, zeigt der heuer zum 22. Mal vom European Brand Institute (EBI) vorgelegte Vergleich. Red Bull bleibe als einziges österreichisches Unternehmen eine der 100 wertvollsten Marken der Welt.

Der digitale Anteil am Markenwert wachse überproportional im Vergleich zum Gesamt-Markenwert, sagte EBI-Präsident Hrebicek. Neben der digitalen Transformation sei auch das gestiegene Bewusstsein für Nachhaltigkeit für das Wachstum des Markenwerts ausschlaggebend. Zum sechsten Mal in Folge seien die ÖBB als führendes Markenunternehmen Österreichs im Bereich Nachhaltigkeit ausgezeichnet worden. (APA)

Die Marke Red Bull ist rund 20 Mrd. Euro wert

Red Bull bleibt Österreichs einziger Markenartikelkonzern von Weltrang. Eine starke Marke kann die Kapitalaufbringung erleichtern.

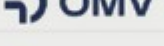
WIEN. Der Getränkehersteller Red Bull verfügt weiterhin unangefochten über die wertvollste Marke in Österreich. Gegenüber dem Vorjahr habe der Wert der Marke um 3,3 Prozent auf 19,6 Mrd. Euro zugelegt, sagte der Präsident des European Brand Institute, Gerhard Hrebicek. Auf den Plätzen zwei und drei stehen unverändert der Glücksspielkonzern Novomatic und die Einzelhandelskette Spar, deren Markenwert ebenfalls um rund drei Prozent zulegte. Auch auf den Plätzen vier bis acht gab es keine Verschiebungen, dort reihen sich die Erste Group, der Kristallkonzern Swarovski, die Raiffeisen-Bankengruppe und der Verbund ein. Den Sprung in die Top 10 hat der hinter Ikea größte Möbelhändler XXXLutz geschafft, die Marke wird mit 1,2 Mrd. Euro bewertet. Der OMV-Konzern ist einen Platz auf Rang zehn abgerutscht. Aus dem Ranking herausgefallen ist die Pierer Mobility, die 2024 mit einem Markenwert von 1,25 Mrd. Euro auf Platz zehn lag.

Red Bull war 2024 auf Platz 94 Österreichs einziges Unternehmen, das sich unter den 100 wertvollsten Marken weltweit befand, die Rangliste für heuer wird aktuell erstellt.

Der Markenwert von Unternehmen werde immer stärker davon bestimmt, wie gut sie die Digitalisie-

Wertvollste österreichische Marken

Markenwert 2025 in Milliarden Euro gegenüber 2024

1.			19,60	+3,3 %
2.			3,86	+3,1 %
3.			2,68	+2,9 %
4.			2,33	+2,9 %
5.			2,27	+3,6 %
6.			2,25	+3,0 %
7.			2,07	+1,2 %
8.			1,61	+0,3 %
9.			1,21	+1,8 %
10.			1,21	-5,9 %

Grafik: SN/APA, Quelle: European Brand Institute

Mit der Beinahepleite von KTM hat sich Pierer Mobility aus den Top 10 hinauskatapultiert.

rung bewältigen, auch die Nachhaltigkeit spiele zunehmend eine Rolle, sagte Hrebicek. Starke Marken seien auch ein wichtiger Beitrag für die Wettbewerbsfähigkeit des Wirtschaftsstandortes, eine von der Politik mitgetragene Markeninitiative sei daher wünschenswert.

Herbert Kovar, geschäftsführender Partner des Beratungsunternehmens Deloitte, wies darauf hin, dass

sich Investitionen in die Marke vielfach bezahlt machten. Unternehmen mit starken Marken seien beim Bewältigen disruptiver Veränderungen im Vorteil. Sie würden auch leichter an Fremd- und Eigenkapital kommen und könnten so die digitale Transformation finanzieren. Hier liege es an der Politik, die nötigen Rahmenbedingungen zu schaffen.

weekend.at, 25.06.2025



Gerald Ganzger, Herbert Kovar, Monica Rintersbacher, Gerhard Hrebicek.

European Brand Institute GmbH/APA-
Fotoservice/Martin Lusser

Das European Brand Institute (EBI) hat zum 22. Mal die wertvollsten Unternehmensmarken Österreichs veröffentlicht. Trotz Rezession zeigt die Studie: Starke Marken trotzen dem Abschwung – allen voran Red Bull, Novomatic, Spar und die ÖBB. Die Top 10 steigerten ihren Gesamt-Markenwert um +2,7 Prozent, obwohl das BIP im Jahr 2024 um 1,2 Prozent geschrumpft ist.

**„ Digitale Transformation und Nachhaltigkeit
sind entscheidende Wachstumstreiber für
zukunftsfähiges Markenmanagement. „**

Gerhard Hrebicek, Präsident des EBI

An der Spitze

Mit einem Markenwert von 19,6 Milliarden Euro (+3,3 Prozent) führt Red Bull erneut das Ranking an. Die Steigerung ist laut den Studienmachern vor allem auf konsequente Digitalisierung, KI-Einsatz und starke Sport- & Sponsoring-Investitionen zurückzuführen. Red Bull ist zudem das einzige österreichische Unternehmen in den Global Top 100.



Das sind die wertvollsten Marken im Jahr 2025.

© 2025 European Brand Institute

Nachhaltigkeit zeigt Wirkung

Die ÖBB wurden zum sechsten Mal in Folge als nachhaltigste Marke Österreichs ausgezeichnet (Platz 4, Markenwert: 2,33 Milliarden Euro; plus 2,9 Prozent). Novomatic (Platz 2, 3,859 Milliarden Euro; plus 3,1 Prozent) punktet mit Photovoltaik-Projekten und ESG-Rating im globalen Top 30 Prozent-Segment. Spar (Platz 3, 2,675 Milliarden Euro; plus 2,9 Prozent) überzeugt mit gezielter Digitalisierung und nachhaltigem Wachstum.

Top-Zuwachs

Die Erste Group Bank verzeichnet das höchste prozentuale Markenwertwachstum mit einem Plus von 3,6 Prozent auf 2,271 Milliarden Euro. Sie gilt als führend in der Digitalisierung unter den Finanzdienstleistern.

Neue Dynamik

Swarovski (Platz 6) steigert sich um 3,0 Prozent durch Rebranding und Social-Media-Fokus. XXXLutz (Platz 9) rückt mit plus 1,8 Prozent Aufstieg dank KI-basiertem Marketing und Internationalisierung vor. Der Verbund bleibt mit plus 0,3 Prozent stabil auf Platz acht und setzt verstärkt auf erneuerbare Energien.

Die OMV (Platz 10) hält sich trotz eines Markenwertrückgangs von minus 5,9 Prozent mit 1,206 Milliarden Euro im Ranking. Grund ist ein volatiles Marktumfeld, aber auch der Fokus auf Transformation und Kreislaufwirtschaft (Strategie 2030).

Mittelstand und Marke

EBI-Präsident Hrebicek fordert eine nationale Markeninitiative, um die Wettbewerbsfähigkeit langfristig zu sichern – insbesondere für KMUs. Unterstützung kommt von Deloitte und Leitbetriebe Austria: Digitalisierung, ESG und strategische Markenführung seien Schlüssel zur Zukunftsfähigkeit, so ihre einhellige Botschaft.

*„ Starke Marken sind zentrale
Wirtschaftsfaktoren – nicht Beiwerk. „*

Gerhard Hrebicek, Präsident des EBI



Das sind die nachhaltigsten Marken des Landes im Jahr 2025.

2025 European Brand Institute

Sustainable Brand Rating Austria

Das EBI hat auch 2025 den Beitrag von Marken zur nachhaltigen Entwicklung analysiert. Branchen-Top-Performer mit ESG-Rating „AAA“ sind: ÖBB (Verkehr), APG (Infrastruktur), Energie AG (Energie), Erste Group (Finanzen), Rotes Kreuz (Soziales) und ORF (Medien).

Der Bewertungsrahmen basiert auf SDGs, ISO 20671 und 52 ESG-Indikatoren.

kurier.at, 25.06.2025

Ranking der Top-Unternehmen: Das ist die wertvollste Marke in Österreich



Mit Ausnahme der OMV konnten alle Top-10-Unternehmen an Wert zulegen. Red Bull ist als einziges österreichisches Unternehmen in den Global Top 100 vertreten.

Bereits zum 22. Mal hat das European Brand Institute (EBI) im Rahmen der Markenwert-Studie **Österreichs wertvollste Markenunternehmen** ermittelt.

„Die Top-10-Unternehmen verzeichnen ein Markenwertwachstum von plus 2,7 Prozent, deutlich über dem Wirtschaftswachstum von minus 1,2 Prozent, und beweisen damit ihre Stabilität“, erklärt Gerhard Hrebicek, Präsident des European Brand Institute und Autor der Studie.

Ranking von Österreichs Top-Marken: Red Bull mit großem Vorsprung

Im **Ranking der Top-Marken** hat sich gegenüber dem Vorjahr kaum etwas geändert. **Red Bull** bleibt mit großem Abstand die wertvollste Marke (vor **Novomatic** und **Spa**, siehe Grafik). Mit 19,6 Milliarden Euro ist sie etwa so viel wert wie die neun dahinter folgenden Marken zusammen.

Neu in den Top 10 ist **XXXLutz** auf Rang 9, die die in die Insolvenz gerutschte Pierer Mobility ersetzt hat. Mit Ausnahme der **OMV** haben alle zehn Marken zugelegt, bei der OMV war es der **zweite Verlust in Folge**. „Ich glaube nicht, dass es mit der OMV weiter nach unten geht. Bei einer Repositionierung kann so etwas vorkommen“, so Hrebicek.

Wertvollste österreichische Marken

Markenwert 2025 in Milliarden Euro		gegenüber 2024	
1.	Red Bull	19,60	+ 3,3 %
2.	NOVOMATIC	3,86	+ 3,1 %
3.	SPAR 	2,68	+ 2,9 %
4.	ÖBB	2,33	+ 2,9 %
5.	ERSTE 	2,27	+ 3,6 %
6.	SWAROVSKI	2,25	+ 3,0 %
7.		2,07	+ 1,2 %
8.	Verbund	1,61	+ 0,3 %
9.	XXXLutz	1,21	+ 1,8 %
10.	 OMV	1,21	– 5,9 %

Grafik: © APA, Quelle: European Brand Institute

APA

Österreichs Top-Marken: Wert von 39 Milliarden Euro

Die zehn Top-Marken sind **zusammen 39 Milliarden Euro wert**. Das höchste relative Markenwertwachstum verzeichnete die Erste Group (+3,6 Prozent), gefolgt von Red Bull (+3,3 Prozent) und Novomatic (+3,1 Prozent). Laut Hrebicek war 2024 für Red Bull ein Erfolgsjahr.

„Durch konsequente digitale Transformation, den smarten Einsatz von KI und **massive Markeninvestitionen** in Sport und Sponsoring erzielte das Unternehmen **Rekordumsätze**.“ Red Bull bleibt auch als einziges heimisches Unternehmen in den Global Top 100 (um Rang 80) vertreten.

➤ [Österreich hat abgestimmt: Das sind die beliebtesten Marken](#)

Wachstum des Markenwerts: "Digitalisierung wird entscheidend sein"

Der digitale Anteil am Markenwert wachse überproportional im Vergleich zum Gesamt-Markenwert, sagt Hrebicek. Neben der digitalen Transformation sei auch das **gestiegene Bewusstsein für Nachhaltigkeit** für das Wachstum des Markenwerts ausschlaggebend. „In Zukunft wird die Digitalisierung der Geschäftsmodelle entscheidend für den **nachhaltigen Erfolg** von Unternehmen sein“, ergänzt Herbert Kovar, Managing Partner bei Deloitte Österreich.

„Unternehmen mit gut etablierten Marken wird die Digitalisierung leichter fallen, da sie besser an Fremd- und Eigenkapitalquellen kommen, um diesen Transformationsprozess zu finanzieren.“

„Eine **starke Markenlandschaft**“ sei „ein zentraler Wirtschaftsfaktor für die Zukunft des Standorts Österreich“, sagt Hrebicek. Er wünscht sich eine „breit getragene Markeninitiative als wirtschaftspolitischen Impuls“.

krone.at, 25.06.2025

BIS ZU 20 MRD. € WERT

Das sind die mächtigsten Marken Österreichs



Der Markenwert von Red Bull kratzt an der 20-Milliarden-Euro-Marke. (Bild: APA/HERBERT P. OCZERET)

Während die Wirtschaft stöhnt, zeigen Österreichs Top-Marken Muskeln! Die neue Markenwert-Studie 2025 des European Brand Institute (EBI) enthüllt: Trotz wahrscheinlich drittem Rezessionsjahr in Folge legen die wertvollsten heimischen Unternehmen zu – angeführt vom energiegeladenen Überflieger Red Bull.

Mit schwindelerregenden 19,6 Mrd. Euro Markenwert (+3,3 %) dominiert Red Bull nicht nur die heimische Liga – der Energydrink-Hersteller bleibt als einziges österreichisches Unternehmen in den globalen Top 100 der wertvollsten Marken. Die Erfolgsfaktoren: Der smarte Einsatz von Künstlicher Intelligenz (KI) in der Werbung und noch massivere Investitionen in Sport und Sponsoring machen Red Bull zur unschlagbaren Marketing-Maschine, analysieren die Studienmacher. Durch die aggressive Markenführung überflügelt Red Bull die Konkurrenz im Energydrink-Segment.

Nur Firmen, die zu über 45 Prozent in österreichischem Eigentum sind

Im Ranking sind nur Unternehmen, die sich zu mehr als 45 Prozent in österreichischem Eigentum befinden. Auf Platz 2 behauptet sich Glücksspiel-Riese Novomatic mit 3,86 Mrd. Euro (+3,1 %) – und beweist laut der Studie, dass Nachhaltigkeit und Technologie gut harmonisieren können. Das Unternehmen glänzt unter anderem mit Projekten wie der größten konzernweiten Photovoltaik-Anlage Österreichs.

ÖSTERREICH'S WERTVOLLSTE MARKEN

Markenwert in Millionen Euro im Geschäftsjahr 2024

RANG	UNTERNEHMEN	MARKENWERT	+/-
1	 Red Bull	19.600	3,3% 
2	 NOVOMATIC	3859	3,1% 
3	 SPAR 	2675	2,9% 
4	 ÖBB	2330	2,9% 
5	 ERSTE Bank	2271	3,6% 
6	SWAROVSKI	2252	3,0% 
7	 Raiffeisen 	2066	1,2% 
8	 Verbund	1614	0,3% 
9	 XXXLutz	1210	1,8% 
10	 OMV	1206	-5,9% 

Quelle: European Brand Institute

(Bild: Krone KREATIV/stock.adobe.com, European Brand Institute)

Knapp dahinter: Handelsriese Spar (2,68 Mrd. Euro, +2,9 %). Der Lebensmittelkonzern zeige, wie Regionalität und Digitalisierung Hand in Hand gehen, von smarten Lieferketten bis zu plastikreduzierten Verpackungen.

ÖBB: Der klimafreundliche Vorreiter

Mit 2,33 Mrd. Euro (+2,9 %) fahren die ÖBB auf Platz 4 als einer der europäischen Vorreiter in Sachen grüne Mobilität. Der massive Ausbau von Infrastruktur und Flotte stärken die Marktposition. Außerdem sind die ÖBB, wie auch Spar, ein bedeutender Lehrlingsausbildner.

Die Finanzbranche zeigt sich krisenfest: Die Erste Group Bank (2,27 Mrd. Euro, +3,6 %) punktet als digitaler Pionier, während die Raiffeisen Bankengruppe (2,07 Mrd. Euro, +1,2 %) ihre starke Regionalverankerung ausspielt.

Swarovski schafft Comeback

Das Comeback des Jahres feiert Swarovski: Mit 2,25 Mrd. Euro (+3,0 %) klettert der Kristall-König auf Platz 6 - befeuert durch junge Kollektionen, Influencer-Kooperationen und eine radikale Verjüngungskur des Markenimages.



Gerhard Hrebicek, Präsident des European Brand Institute, hat die Markenwerte ermittelt. (Bild: European Brand Institute/APA-Fotoservice/Schedl)

Sensations-Aufsteiger ist XXXLutz: Der Möbelgigant katapultiert sich mit 1,21 Mrd. Euro (+1,8 %) erstmals in die Top 10 – unter anderem dank expansiver Internationalisierung.

Top-Marken beweisen Widerstandskraft

Trotz schwieriger Marktlage hält sich OMV (1,21 Mrd. Euro, -5,9 %) im Kreis der Elite. Der Schlüssel: Die Transformationsstrategie 2030 mit Fokus auf Kreislaufwirtschaft und nachhaltige Chemielösungen.

In stürmischen Zeiten beweisen starke Marken ihre Widerstandskraft, resümiert Studienleiter Prof. Dr. Gerhard Hrebicek. Während Österreichs Wirtschaft 2024 um 1,2 % schrumpfte, legten die Top 10-Marken im Schnitt 2,7 % zu. Die Botschaft ist klar: Wer in Digitalisierung, grüne Strategien und klares Storytelling investiert, meistert auch wirtschaftliche Durststrecken.

kleinezeitung.at, 25.06.2025

RED BULL, NOVOMATIC, SPAR

Das sind die wertvollsten Marken Österreichs

Das European Brand Institute (EBI) hat die wertvollsten Marken Österreichs 2025 ermittelt. Warum Red Bull, ÖBB, Novomatic und Spar eine Sonderstellung haben.



Beeindruckende 19,6 Milliarden Euro soll die Marke jetzt wert sein

„Das diesjährige Markenwertwachstum, sowohl bei den Top 10 als auch in der Gesamtpopulation, wird maßgeblich durch das gestiegene Bewusstsein für Nachhaltigkeit und die fortschreitende digitale Transformation getrieben“, erklärt Gerhard Hrebicek, Präsident des European Brand Institute und Autor der neuen österreichischen Markenwertstudie.

Nachhaltigkeits-Reporting ist in österreichischen Unternehmen demnach bereits fest verankert und der Einsatz von digitalen Technologien inklusive Künstlicher Intelligenz (KI) nimmt rasant zu. Hrebicek: „Der digitale Anteil am Markenwert wächst dabei überproportional im Vergleich zum Gesamt-Markenwert und verdeutlicht, wie essenziell digitale Strategien für zukunftsfähiges Markenmanagement sind.“ Österreichs drittes Rezessionsjahr in Folge und das europaweit schwächste BIP-Wachstum zeigen, dass die wirtschaftliche Lage herausfordernd bleibt. Umso bemerkenswerter sei die Resilienz starker Marken.

Red Bull steigert Wert um 621 Millionen Euro

2024 war ein Erfolgswahl für den Red Bull Konzern: Durch konsequente digitale Transformation, den smarten Einsatz von KI und massive Markeninvestitionen in Sport und Sponsoring erzielte das Unternehmen Rekordumsätze, wie es in der Studie heißt. Der Markenwert stieg um beeindruckende 621 Millionen Euro (+3,3 Prozent) auf insgesamt 19,6 Milliarden Euro. Damit führt Red Bull nicht nur unangefochten das Ranking der wertvollsten österreichischen Markenunternehmen an, sondern bleibt auch als einziges heimisches Unternehmen in den Global Top 100 vertreten.

Wertvollste österreichische Marken

Markenwert 2025 in Milliarden Euro

gegenüber 2024

1.			19,60	+ 3,3 %
2.			3,86	+ 3,1 %
3.			2,68	+ 2,9 %
4.			2,33	+ 2,9 %
5.			2,27	+ 3,6 %
6.			2,25	+ 3,0 %
7.			2,07	+ 1,2 %
8.			1,61	+ 0,3 %
9.			1,21	+ 1,8 %
10.			1,21	- 5,9 %

Grafik: © APA, Quelle: European Brand Institute

APA

Novomatic konnte 2024 seinen Markenwert erneut um +3,1 % auf 3,859 Milliarden Euro steigern und behauptet souverän seine Position als zweitwertvollstes Markenunternehmen Österreichs. Treiber sind Technologieführerschaft, Innovationskraft und ein starkes ESG-Engagement – belegt durch die Aufnahme in die Top 30 Prozent der globalen Elektronikindustrie (ISS ESG-Rating). Projekte wie die größte konzernweite PV-Anlage und ein 360-Grad-Innovationsansatz unterstreichen NOVOMATICs nachhaltige Zukunftsstrategie.

Mit einer klaren Nachhaltigkeitsstrategie und gezielten Investitionen in Digitalisierung und Innovation festigt Österreichs größter Lebensmitteleinzelhändler, die **Spar Österreich-Gruppe**, ihre Marktführerschaft und steigert ihren Markenwert um 2,9 Prozent auf 2,675 Milliarden Euro – ein starkes Signal für verantwortungsvolles und zukunftsorientiertes Wachstum und Top 3 Platzierung.

Mit einem Markenwert von 2,33 Milliarden Euro (+2,9 Prozent) belegen die **ÖBB** als Österreichs führendes Klimaschutzunternehmen im Mobilitätssektor Platz 4 im Markenwert-Ranking 2025. Initiativen in Nachhaltigkeit und Innovation sowie der massive Ausbau von Infrastruktur und Flotte stärken laut Studie die Marktposition. „Zudem machen die soziale Verantwortung als bedeutender Arbeitgeber mit starkem Fokus auf Diversität und Lehrlingsausbildung sowie emotionales Storytelling und klare Markenwerte die ÖBB zu einem klaren Vorreiter für zukunftsfähige Mobilität in Europa.“

Die Studie

Die Österreichische Markenwert-Studie wird jährlich vom EBI durchgeführt. 2025 wurden 180 Markenunternehmen aus 16 Branchen analysiert – über 45 Prozent davon in österreichischem Eigentum. Die Markenbewertung erfolgt nach internationalen Standards gemäß ISO 10668 und ISO 20671.

orf.at, 25.06.2025

Red Bull bleibt mit Abstand wertvollste Marke

Red Bull bleibt mit großem Abstand die wertvollste Marke Österreichs. Mit 19,6 Milliarden Euro ist sie etwa so viel wert wie die neun folgenden Marken zusammen, zeigt die diesjährige Ausgabe der Markenwertstudie, die heute veröffentlicht wurde.

Neu unter den Top Ten ist XXXLutz auf Rang neun, das die in die Insolvenz gerutschte Pierer Mobility ersetzt hat. Mit Ausnahme der OMV haben alle zehn Marken zugelegt, bei der OMV war es der zweite Verlust in Folge. Die zehn Topmarken sind zusammen 39 Milliarden Euro Wert.

Studienautor Gerhard Hrebicek rechnet nicht mit einem weiteren Rückgang des OMV-Markenwerts, so eine Entwicklung sei aber im Zuge der Neupositionierung des Unternehmens durchaus im Bereich des Üblichen.

Die Marke OMV ist derzeit weniger wert als vor zehn Jahren, während Markenführer Red Bull um ein gutes Viertel an Wert zugelegt hat, zeigt der heuer zum 22. Mal vom European Brand Institute (EBI) vorgelegte Vergleich. Red Bull bleibe als einziges österreichisches Unternehmen eine der 100 wertvollsten Marken der Welt.

Wertvollste österreichische Marken

Markenwert 2025 in Milliarden Euro

gegenüber 2024

1.	Red Bull		19,60	+ 3,3 %
2.	NOVOMATIC		3,86	+ 3,1 %
3.	SPAR 		2,68	+ 2,9 %
4.	ÖBB		2,33	+ 2,9 %
5.			2,27	+ 3,6 %
6.	SWAROVSKI		2,25	+ 3,0 %
7.			2,07	+ 1,2 %
8.	Verbund		1,61	+ 0,3 %
9.	XXXLutz		1,21	+ 1,8 %
10.	 OMV		1,21	- 5,9 %

ÖBB top bei Nachhaltigkeit

Der digitale Anteil am Markenwert wachse überproportional im Vergleich zum Gesamtmarkenwert, sagte EBI-Präsident Hrebicek. Neben der digitalen Transformation sei auch das gestiegene Bewusstsein für Nachhaltigkeit für das Wachstum des Markenwerts ausschlaggebend.

Zum sechsten Mal in Folge seien die ÖBB als führendes Markenunternehmen Österreichs im Bereich Nachhaltigkeit ausgezeichnet worden.

nachrichten.at, 25.06.2025

Das sind die wertvollsten Marken Österreichs



Red Bull

Bild: GEPA pictures/ Florian Ertl (GEPA pictures)

WIEN. Red Bull bleibt mit großem Abstand die wertvollste Marke Österreichs. Mit 19,6 Milliarden Euro ist sie etwa so viel wert, wie die neun dahinter folgenden Marken zusammen, zeigt die heurige Ausgabe der Markenwert Studie.

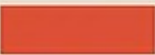
Neu unter den Top-10 ist XXXLutz auf Rang 9, die die in die Insolvenz gerutschte Pierer Mobility ersetzt hat. Mit Ausnahme der OMV haben alle zehn Marken zugelegt, bei der OMV war es der zweite Verlust in Folge. Die 10 Top Marken sind zusammen 39 Milliarden Euro Wert.

Studienautor Gerhard Hrebicek rechnet nicht mit einem weiteren Rückgang des OMV-Markenwerts, so eine Entwicklung sei aber im Zuge der Neupositionierung des Unternehmens durchaus im Bereich des üblichen. Die Marke OMV ist derzeit weniger wert als vor zehn Jahren, während Markenführer Red Bull um ein gutes Viertel an Wert zugelegt hat, zeigt der heuer zum 22. Mal vom European Brand Institute (EBI) vorgelegte Vergleich. Red Bull bleibe als einziges österreichisches Unternehmen eine der 100 wertvollsten Marken der Welt.

Wertvollste österreichische Marken

Markenwert 2025 in Milliarden Euro

gegenüber 2024

1.	Red Bull		19,60	+ 3,3 %	6.	SWAROVSKI		2,52	+ 3,0 %
2.	NOVOMATIC		3,86	+ 3,1 %	7.			2,07	+ 1,2 %
3.	SPAR 		2,68	+ 2,9 %	8.	Verbund		1,61	+ 0,3 %
4.	ÖBB		2,33	+ 2,9 %	9.	XXXLutz		1,21	+ 1,8 %
5.			2,27	+ 3,6 %	10.	 OMV		1,21	- 5,9 %

Grafik: ÖÖN, APA; Quelle: European Brand Institute

ÖBB top bei Nachhaltigkeit

Der digitale Anteil am Markenwert wachse überproportional im Vergleich zum Gesamt-Markenwert, sagte EBI-Präsident Hrebicek. Neben der digitalen Transformation sei auch das gestiegene Bewusstsein für Nachhaltigkeit für das Wachstum des Markenwerts ausschlaggebend. Zum sechsten Mal in Folge seien die ÖBB als führendes Markenunternehmen Österreichs im Bereich Nachhaltigkeit ausgezeichnet worden.

"Eine starke Markenlandschaft" sei "ein zentraler Wirtschaftsfaktor für die Zukunft des Standorts Österreich", meint Hrebicek. Er wünscht sich eine "breit getragene Markeninitiative als wirtschaftspolitischen Impuls". Eine österreichische Markeninitiative wäre wichtig, bekräftigten auch Herbert Kovar von Deloitte Österreich, Gerald Ganzer, Partner bei Lansky, Ganzger, Goeth & Partner sowie Monika Rintersbacher, Geschäftsführerin der Leitbetriebe Austria, in der gemeinsamen Pressekonferenz.

vol.at, 25.06.2025

Red Bull unverändert wertvollste Marke Österreichs



Red Bull weiter an der Spitze ©APA/AFP

Red Bull bleibt mit großem Abstand die wertvollste Marke Österreichs. Mit 19,6 Mrd. Euro ist sie etwa so viel wert, wie die neun dahinter folgenden Marken zusammen, zeigt die heurige Ausgabe der Markenwert Studie. Neu unter den Top-10 ist XXXLutz auf Rang 9, die die in die Insolvenz gerutschte Pierer Mobility ersetzt hat. Mit Ausnahme der OMV haben alle zehn Marken zugelegt, bei der OMV war es der zweite Verlust in Folge. Die 10 Top Marken sind zusammen 39 Mrd. Euro Wert.

Studienautor Gerhard Hrebicek rechnet nicht mit einem weiteren Rückgang des OMV-Markenwerts, so eine Entwicklung sei aber im Zuge der Neupositionierung des Unternehmens durchaus im Bereich des üblichen. Die Marke OMV ist derzeit weniger wert als vor zehn Jahren, während Markenführer Red Bull um ein gutes Viertel an Wert zugelegt hat, zeigt der heuer zum 22. Mal vom European Brand Institute (EBI) vorgelegte Vergleich. Red Bull bleibe als einziges österreichisches Unternehmen eine der 100 wertvollsten Marken der Welt.

ÖBB top bei Nachhaltigkeit

Der digitale Anteil am Markenwert wachse überproportional im Vergleich zum Gesamt-Markenwert, sagte EBI-Präsident Hrebicek. Neben der digitalen Transformation sei auch das gestiegene Bewusstsein für Nachhaltigkeit für das Wachstum des Markenwerts ausschlaggebend. Zum sechsten Mal in Folge seien die ÖBB als führendes Markenunternehmen Österreichs im Bereich Nachhaltigkeit ausgezeichnet worden.

"Eine starke Markenlandschaft" sei "ein zentraler Wirtschaftsfaktor für die Zukunft des Standorts Österreich", meint Hrebicek. Er wünscht sich eine "breit getragene Markeninitiative als wirtschaftspolitischen Impuls". Eine österreichische Markeninitiative wäre wichtig, bekräftigten auch Herbert Kovar von Deloitte Österreich, Gerald Ganzer, Partner bei Lansky, Ganzger, Goeth & Partner sowie Monika Rintersbacher, Geschäftsführerin der Leitbetriebe Austria, in der gemeinsamen Pressekonferenz.



Copyright: European Brand Institute

Österreichische Markenwert-Studie 2025: NOVOMATIC mit Top-Platzierungen bei Markenwert und ESG

Der internationale Gaming-Technologiekonzern NOVOMATIC glänzt in seinem 45. Jubiläumsjahr gleich doppelt: Laut der **Österreichischen Markenwert-Studie 2025** des European Brand Institute (EBI) behauptet sich NOVOMATIC erneut auf Platz 2 der wertvollsten Unternehmensmarken Österreichs und erreicht erstmals auch im ESG-Ranking den hervorragenden zweiten Platz.

Mit langer Tradition präsentiert das European Brand Institute auch heuer wieder die landesweit wertvollsten und nachhaltigsten Markenunternehmen Österreichs. Im 22. Ranking des EBI behauptet sich NOVOMATIC mit einer Steigerung von +3,1 % auf einen Markenwert von EUR 3,859 Mrd. zum bereits sechsten Mal in Folge als zweitwertvollste Unternehmensmarke des Landes. Mit dieser Platzierung folgt Europas größter Gaming-Technologie Konzern abermals dem langjährigen Rankingsieger Red Bull.

Ein besonders starkes Zeichen setzt NOVOMATIC auch im Bereich Nachhaltigkeit und erreicht im EBI Sustainable Brand Ranking erstmals Platz 2. Diese Top-Platzierung würdigt das umfassende ESG-Engagement des Unternehmens, das von Umweltmaßnahmen über soziale Verantwortung bis hin zu verantwortungsvoller Unternehmensführung reicht. Bestätigt wird dies nicht nur durch unabhängige ESG-Rating-Agenturen, sondern auch durch Leuchtturmprojekte wie die konzernweit größte Photovoltaik-Anlage, die NOVOMATICS konsequent verfolgte Nachhaltigkeitsstrategie unterstreicht.

„Der Markenwert ist ein zentraler Indikator für unternehmerische Stärke, Wiedererkennbarkeit und Vertrauen. Die ausgezeichneten Platzierungen in beiden Rankings bestätigen eindrucksvoll die Wirksamkeit unserer langfristigen Markenstrategie, den Erfolg unseres konsequenten Expansionskurses und unsere Innovationskraft. Gleichzeitig spiegeln sie die erfolgreiche Umsetzung unseres umfassenden ESG-Programms wider“, hebt **Mag. Stefan Krenn, Vorstand der NOVOMATIC AG**, hervor.

Die Österreichische Markenwert-Studie wird jährlich vom EBI durchgeführt. 2025 wurden 180 Markenunternehmen aus 16 Branchen analysiert – über 45 % davon in österreichischem Eigentum. Die Markenbewertung erfolgt nach internationalen Standards gemäß ISO 10668 und ISO 20671.

Mit den herausragenden Platzierungen kann NOVOMATIC auch im Jubiläumsjahr die Position als eines der bedeutendsten österreichischen Leitunternehmen mit globaler Präsenz festigen.



Top-Platzierungen für Novomatic bei Markenwert-Studie

Der Gaming-Technologiekonzern Novomatic freut sich über Top-Platzierungen in der Österreichischen Markenwert-Studie 2025 des European Brand Institute (EBI). Danach hat sich der Konzern **erneut auf Platz 2** behauptet und erstmals auch im ESG-Ranking den zweiten Platz belegt. Das 22. Ranking des EBI weist Novomatic zum bereits sechsten Mal in Folge als zweitwertvollste Unternehmensmarke des Landes aus. Mit einer Steigerung von 3,1 Prozent auf einen Markenwert von 3,859 Milliarden Euro. Mit dieser Platzierung folgt Novomatic dem langjährigen Rankingsieger Red Bull. Auf Platz 3 folgt die Spar Österreich Gruppe.

Novomatic punktet besonders mit Nachhaltigkeit

Ein besonders starkes Zeichen habe man im Bereich Nachhaltigkeit gesetzt, heißt es mit Verweis auf Platz 2 im EBI Sustainable Brand Ranking aus Gumpoldskirchen. Die Platzierung würdige das ESG-Engagement des Unternehmens, das von Umweltmaßnahmen über soziale Verantwortung bis hin zu verantwortungsvoller Unternehmensführung reicht. Novomatic verweist hier auf die Bestätigung durch unabhängige ESG-Rating-Agenturen sowie auf „Leuchtturmprojekte“ wie die konzernweit größte Photovoltaik-Anlage.

Markenwert als zentraler Indikator für unternehmerische Stärke

Novomatic-Vorstand Stefan Krenn sieht im Markenwert einen zentralen Indikator für unternehmerische Stärke, Wiedererkennbarkeit und Vertrauen. „Die ausgezeichneten Platzierungen in beiden Rankings bestätigen eindrucksvoll die Wirksamkeit unserer langfristigen Markenstrategie, den Erfolg unseres konsequenten Expansionskurses und unsere Innovationskraft. Gleichzeitig spiegeln sie die erfolgreiche Umsetzung unseres umfassenden ESG-Programms wider.“ Mit den „herausragenden Platzierungen“ könne Novomatic auch im Jubiläumsjahr die Position als eines der bedeutendsten österreichischen Leitunternehmen mit globaler Präsenz festigen.

Die Österreichische Markenwert-Studie ermittelt jene heimischen Unternehmensmarken, die sich zu mehr als 45 Prozent in österreichischem Eigentum befinden. Die Markenbewertung erfolgt nach internationalen Standards gemäß ISO 10668 und ISO 20671. Die Studie wird jährlich vom EBI durchgeführt. 2025 wurden über 180 Markenunternehmen aus 16 Branchen analysiert. Die diesjährigen Ergebnisse wurden am 25. Juni präsentiert.

isa-guide.de, 25.06.2025

Österreichische Markenwert-Studie 2025: NOVOMATIC mit Top-Platzierungen bei Markenwert und ESG



(Grafik: European Brand Institute)

Der internationale Gaming-Technologiekonzern NOVOMATIC glänzt in seinem 45. Jubiläumsjahr gleich doppelt: Laut der Österreichischen Markenwert-Studie 2025 des European Brand Institute (EBI) behauptet sich NOVOMATIC erneut auf Platz 2 der wertvollsten Unternehmensmarken Österreichs und erreicht erstmals auch im ESG-Ranking den hervorragenden zweiten Platz.

Mit langer Tradition präsentiert das European Brand Institute auch heuer wieder die landesweit wertvollsten und nachhaltigsten Markenunternehmen Österreichs. Im 22. Ranking des EBI behauptet sich NOVOMATIC mit einer Steigerung von +3,1 % auf einen Markenwert von EUR 3,859 Mrd. zum bereits sechsten Mal in Folge als zweitwertvollste Unternehmensmarke des Landes. Mit dieser Platzierung folgt Europas größter Gaming-Technologie Konzern abermals dem langjährigen Rankingsieger Red Bull.

Ein besonders starkes Zeichen setzt NOVOMATIC auch im Bereich Nachhaltigkeit und erreicht im EBI Sustainable Brand Ranking erstmals Platz 2. Diese Top-Platzierung würdigt das umfassende ESG-Engagement des Unternehmens, das von Umweltmaßnahmen über soziale Verantwortung bis hin zu verantwortungsvoller Unternehmensführung reicht. Bestätigt wird dies nicht nur durch unabhängige ESG-Rating-Agenturen, sondern auch durch Leuchtturmprojekte wie die konzernweit größte Photovoltaik-Anlage, die NOVOMATICS konsequent verfolgte Nachhaltigkeitsstrategie unterstreicht.



(Grafik: European Brand Institute)

„Der Markenwert ist ein zentraler Indikator für unternehmerische Stärke, Wiedererkennbarkeit und Vertrauen. Die ausgezeichneten Platzierungen in beiden Rankings bestätigen eindrucksvoll die Wirksamkeit unserer langfristigen Markenstrategie, den Erfolg unseres konsequenten Expansionskurses und unsere Innovationskraft. Gleichzeitig spiegeln sie die erfolgreiche Umsetzung unseres umfassenden ESG-Programms wider“, hebt **Mag. Stefan Krenn, Vorstand der NOVOMATIC AG**, hervor.

Die Österreichische Markenwert-Studie wird jährlich vom EBI durchgeführt. 2025 wurden 180 Markenunternehmen aus 16 Branchen analysiert – über 45 % davon in österreichischem Eigentum. Die Markenbewertung erfolgt nach internationalen Standards gemäß ISO 10668 und ISO 20671.

Mit den herausragenden Platzierungen kann NOVOMATIC auch im Jubiläumsjahr die Position als eines der bedeutendsten österreichischen Leitunternehmen mit globaler Präsenz festigen.

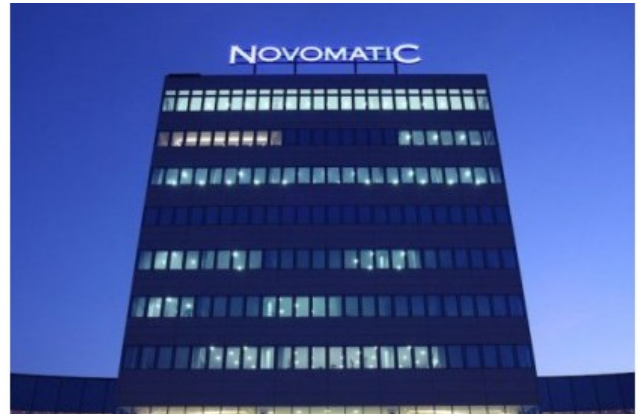
Novomatic maintains place as Austria's second most valuable brand

The European Brand Institute has presented the results of this year's study of Austria's most valuable and sustainable brands with Novomatic maintaining its position as the second most valuable corporate brand in the country for the sixth time in a row, with an increase in brand value of 3.1 per cent to €3.859bn.

Achieving this ranking means that Europe's largest gaming technology group is once again just behind the longtime leader of the ranking, Red Bull. Novomatic is also setting a particularly stellar example in the area of sustainability, occupying second place in the EBI Sustainable Brand Ranking for the very first time. This top position recognizes the company's comprehensive ESG commitment, which ranges from environmental measures and social responsibility to responsible corporate governance. This commitment is confirmed by not only independent ESG rating agencies but also flagship projects such as the Group's largest photovoltaic system, which highlights NOVOMATIC's unwavering commitment to its sustainability strategy.

"Brand value is a key indicator of corporate strength, recognition, and trust. The company's excellent performance in both rankings clearly demonstrates the effectiveness of our long-term brand strategy, the success of our growth plan, and our innovative power. At the same time, this performance reflects the success of our efforts to implement our comprehensive ESG program," said Stefan Krenn, Executive Board Member of the Novomatic AG.

The Austrian Brand Value Study is carried out annually by EBI. 180 corporate brands – over 45 percent of which are Austrian owned – from 16 different industries were analyzed in 2025. The brands are valued in accordance with international standards (ISO 10688 and ISO 20671). This outstanding performance underlines that NOVOMATIC has successfully consolidated its position as one of Austria's leading companies with a global presence in its anniversary year.



soloazar.com, 25.06.2025

NOVOMATIC ranks highly in brand value and ESG in Austrian Brand Value Study 2025

(Gumpoldskirchen).- The European Brand Institute has presented the results of this year's study of Austria's most valuable and sustainable brands.



In the 22nd EBI ranking, NOVOMATIC has maintained its position as the second most valuable corporate brand in the country for the sixth time in a row, with an increase in brand value of 3.1% to EUR 3.859 billion. Achieving this ranking means that Europe's largest gaming technology group is once again just behind the longtime leader of the ranking, Red Bull.

NOVOMATIC is also setting a particularly stellar example in the area of sustainability, occupying second place in the EBI Sustainable Brand Ranking for the very first time. This top position recognizes the company's comprehensive ESG commitment, which ranges from environmental measures and social responsibility to responsible corporate governance. This commitment is confirmed by not only independent ESG rating agencies but also flagship projects such as the Group's largest photovoltaic system, which highlights NOVOMATIC's unwavering commitment to its sustainability strategy.



“Brand value is a key indicator of corporate strength, recognition, and trust. The company’s excellent performance in both rankings clearly demonstrates the effectiveness of our long-term brand strategy, the success of our growth plan, and our innovative power. At the same time, this performance reflects the success of our efforts to implement our comprehensive ESG program,” says **Stefan Krenn, Executive Board Member of the NOVOMATIC AG.**

The Austrian Brand Value Study is carried out annually by EBI. 180 corporate brands – over 45 percent of which are Austrian owned – from 16 different industries were analyzed in 2025. The brands are valued in accordance with international standards (ISO 10688 and ISO 20671).

This outstanding performance underlines that NOVOMATIC has successfully consolidated its position as one of Austria’s leading companies with a global presence in its anniversary year.



SUSTAINABLE BRAND RATING AUSTRIA 2025

DIE 10 WERTVOLLSTEN MARKENUNTERNEHMEN 2025 IM SUSTAINABLE BRAND RATING

SB* RANK	UNTERNEHMEN	SEKTOR	SB* SCORE	BV** RANK
1	OBB	VERKEHR	AAA	4
2	N NOVOMATIC	GAMING	AAA	2
3	SPAR	HANDEL	AAA	3
4	ERSTE	FINANZEN	AAA	5
5	Verbund	ENERGIE	AAA	8
6	OMV	UTILITIES	AAA	10
7	Raiffeisen	FINANZEN	AA+	7
8	XXX Lutz	HANDEL	AA+	9
9	SWAROVSKI	LUXURY	AA+	6
10	Red Bull	CONSUMER	AA+	1

DIE 4 KATEGORIEN

BRAND LEADERSHIP

SOCIAL RESPONSIBILITY

PRODUCT / SERVICES

INVESTMENT



TOP 3 INDUSTRY LEADERS

VERKEHR

1	OBB	AAA
2	WIENER LINIEN	AA+
3	VIE Vienne Argenti	AA+

MEDIEN

1	ORF	AAA
2	MediaPrint	AAA
3	STYRIA MEDIA GROUP	AA+

VERSORGUNGS-INFRA

1	APC	AAA
2	austro ENERGIE	AAA
3	WIENER NETZE	AAA

GESUNDHEIT & SOZIALES

1	ÖSTERREICHISCHES ROTES KREUZ	AAA
2	Caritas	AAA
3	volkshilfe.	AA+

ENERGIEVERSORGER

1	energieAG Energieversorger	AAA
2	Verbund	AAA
3	WIENER ENERGIE	AA+

FINANZEN

1	ERSTE	AAA
2	VIG VERBUNDIGER INVESTMENT GROUP	AAA
3	Raiffeisen	AA+

Der Kriterienkatalog mit 52 Indikatoren in 4 Kategorien, abgeleitet aus den Agenda 2030 SDGs sowie ISO 26271, wurde ausgehend vom Durchschnitt A (Average) mit AA (Above Average) AA (Slightly Above Average) bis BA (Slightly Below Average) BBa (Below Average) im Vergleich zum Wettbewerb untersucht, mit dem „EBI Scoring Model“ bewertet und in ein „Sustainable Brand Rating“ übergeführt.

SB* - Sustainable Brand | BV** - Brand Value

gamblinginsider.com, 25.06.2025

ONLINE MARKETING CSR IGAMING

Austrian Brand Value Study 2025: NOVOMATIC ranks highly in brand value and ESG

The international gaming technology group NOVOMATIC has yet another reason to celebrate in its 45th anniversary year.



In the Austrian Brand Value Study 2025, which was conducted by the European Brand Institute (EBI), NOVOMATIC has once again been named Austria's second most valuable brand, and also achieved an impressive second place for the first time in the ESG ranking.

The European Brand Institute has presented the results of this year's study of Austria's most valuable and sustainable brands. In the 22nd EBI ranking, NOVOMATIC has maintained its position as the second most valuable corporate brand in the country for the sixth time in a row, with an increase in brand value of 3.1% to EUR 3.859 billion. Achieving this ranking means that Europe's largest gaming technology group is once again just behind the longtime leader of the ranking, Red Bull.

NOVOMATIC is also setting a particularly stellar example in the area of sustainability, occupying second place in the EBI Sustainable Brand Ranking for the very first time. This top position recognises the company's comprehensive ESG commitment, which ranges from environmental measures and social responsibility to responsible corporate governance. This commitment is confirmed by not only independent ESG rating agencies but also flagship projects such as the Group's largest photovoltaic system, which highlights NOVOMATIC's unwavering commitment to its sustainability strategy.

"Brand value is a key indicator of corporate strength, recognition, and trust. The company's excellent performance in both rankings clearly demonstrates the effectiveness of our long-term brand strategy, the success of our growth plan, and our innovative power. At the same time, this performance reflects the success of our efforts to implement our comprehensive ESG program," says Stefan Krenn, Executive Board Member of the NOVOMATIC AG.

The Austrian Brand Value Study is carried out annually by EBI. 180 corporate brands – over 45 percent of which are Austrian owned – from 16 different industries were analysed in 2025. The brands are valued in accordance with international standards (ISO 10688 and ISO 20671).

This outstanding performance underlines that NOVOMATIC has successfully consolidated its position as one of Austria's leading companies with a global presence in its anniversary year.



EBI Markenwert Studie 2025: 1.Red Bull dominiert digital, 2.NOVOMATIC und 3.SPAR punkten bei ESG & Innovation, ÖBB bei Nachhaltigkeit top

Zum 22. Mal hat das [European Brand Institute \(EBI\)](https://www.europeanbrandinstitute.com) seine Österreichische Markenwert Studie durchgeführt und die wertvollsten Markenunternehmen ermittelt. Die Ergebnisse wurden am 25. Juni 2025 vor Medienvertretern und Markenverantwortlichen präsentiert.

Elektronische Pressemappe: <https://www.europeanbrandinstitute.com>

„Das diesjährige **Markenwertwachstum**, sowohl bei den **TOP 10** als auch in der Gesamtpopulation, wird maßgeblich durch das gestiegene Bewusstsein für **Nachhaltigkeit** und die fortschreitende **digitale Transformation** getrieben. **Nachhaltigkeits-Reporting** ist in österreichischen Unternehmen inzwischen fest verankert und der Einsatz von digitalen Technologien inklusive Künstlicher Intelligenz (KI) nimmt rasant zu. Der **digitale Anteil am Markenwert wächst** dabei überproportional im Vergleich zum Gesamt-Markenwert und verdeutlicht, wie essenziell digitale Strategien für zukunftsfähiges Markenmanagement sind. Österreichs drittes Rezessionsjahr in Folge und das europaweit schwächste BIP-Wachstum zeigen: Die wirtschaftliche Lage bleibt herausfordernd. Umso bemerkenswerter ist die Resilienz starker Marken. Die **TOP 10 Markenunternehmen** verzeichnen ein **Markenwertwachstum** von **+2,7 %**, deutlich über dem Wirtschaftswachstum von **-1,2 %**, und beweisen damit ihre Stabilität.“, erklärt **Prof. Dr. Gerhard Hrebicek**, Präsident des [European Brand Institute](https://www.europeanbrandinstitute.com) und Autor der Studie.

„Um Österreichs internationale Wettbewerbsfähigkeit langfristig zu stärken, ist ein nationaler Schulterschluss erforderlich, um strategisches Markenmanagement zu fördern, digitale Potenziale zu heben und den Weg für nachhaltiges Wachstum zu ebnen – von Startups über KMUs bis hin zu Großunternehmen. Eine starke Markenlandschaft ist kein Nebenschauplatz – sie ist ein zentraler Wirtschaftsfaktor für die Zukunft des Standorts Österreich“, betont Prof. Dr. **Gerhard Hrebicek** und regt eine breit getragene Markeninitiative als wirtschaftspolitischen Impuls an.“

Die zehn wertvollsten **Austro-Markenunternehmen** sind zusammen mehr als **EUR 39 Mrd.** wert, mit einer positiven Markenwertentwicklung von insgesamt **+2,7%**. Das höchste relative Markenwertwachstum konnte Finanzdienstleister **ERSTE Group Bank** (+3,6%), gefolgt von **Red Bull** (+3,3%) und **NOVOMATIC** (+3,1%) verzeichnen.

Sustainable Brand Rating: Nachhaltigkeit stärkt den Markenwert

Nahezu alle untersuchten Markenunternehmen konnten ihre ESG-Scores im Vergleich zum Vorjahr verbessern – ein klares Zeichen, dass nachhaltiges Handeln wirkt. Unternehmen, die Nachhaltigkeit transparent kommunizieren und aktiv leben, gewinnen spürbar an Vertrauen, Wettbewerbsfähigkeit und Markenwert.

„Immer mehr Unternehmen erkennen, dass Nachhaltigkeit nicht nur ein gesellschaftlicher Auftrag ist, sondern auch ein wesentlicher wirtschaftlicher Erfolgsfaktor. Wer konsequent auf ESG setzt, steigert seinen Markenwert nachhaltig und positioniert sich langfristig als Gewinner am Markt“, so Prof. Dr. **Gerhard Hrebicek**.

Bereits zum sechsten Mal in Folge wurden die **ÖBB** als führendes Markenunternehmen Österreichs im Bereich Nachhaltigkeit ausgezeichnet. Auf den weiteren Plätzen folgen **NOVOMATIC** und **SPAR**.

Gerade in herausfordernden Zeiten wird deutlich, wie unverzichtbar gemeinwirtschaftliche Markenunternehmen in systemrelevanten Bereichen sind – etwa **APG (Austrian Power Grid)** und das **Rote Kreuz** –, die eine zentrale Rolle für Wirtschaft und Gesellschaft spielen.

Die **Branchen Leader** sind: **ÖBB** (Verkehr/AAA), **APG** (Versorgungsinfrastruktur/AAA), **Energie AG** (Energieversorger/AAA), **Erste Group Bank** (Finanzen/AAA), **Rotes Kreuz** (Gesundheits- und Sozialinfrastruktur/AAA), **ORF** (Medien/AAA).

„Die Bedeutung von Künstlicher Intelligenz (KI) wächst auch ständig im Bereich der Markenentwicklung und des Markenrechts. Alle damit befassten Unternehmen werden rasch lernen müssen, sich den durch die KI geänderten Umständen anzupassen. Gerade aber im Bereich der IP-Rechte, zu dem auch das Markenrecht gehört, sind noch viele Rechtsfragen offen, die von der Politik und den Gerichten (hoffentlich) in den nächsten Jahren geklärt werden“, betont Dr. **Gerald Ganzger**, Managing Partner [LGP Lawyers](#).“

Red Bull hebt ab: Digitale Transformation und KI treiben Markenwert auf Rekordniveau

2024 war ein Erfolgjahr für den **Red Bull** Konzern: Durch konsequente digitale Transformation, den smarten Einsatz von KI und massive Markeninvestitionen in Sport und Sponsoring erzielte das Unternehmen Rekordumsätze. Der **Markenwert** stieg um beeindruckende **EUR 621 Mio. (+3,3 %)** auf insgesamt **EUR 19,600 Mrd.** Damit führt Red Bull nicht nur unangefochten das Ranking der wertvollsten österreichischen Markenunternehmen an, sondern bleibt auch als einziges heimisches Unternehmen in den **GLOBAL TOP 100** vertreten.

NOVOMATIC konnte 2024 seinen **Markenwert** erneut um **+3,1 % auf EUR 3,859 Mrd.** steigern und behauptet souverän seine Position als **zweitwertvollstes Markenunternehmen Österreichs**. Treiber sind **Technologieführerschaft, Innovationskraft** und ein starkes **ESG-Engagement** – belegt durch die Aufnahme in die **Top 30 % der globalen Elektronikindustrie** (ISS ESG-Rating). Projekte wie die größte konzernweite **PV-Anlage** und ein **360-Grad-Innovationsansatz** unterstreichen NOVOMATICs nachhaltige Zukunftsstrategie.

Mit einer klaren Nachhaltigkeitsstrategie und gezielten Investitionen in Digitalisierung und Innovation festigt Österreichs größter Lebensmitteleinzelhändler **SPAR Österreich Gruppe** ihre Marktführerschaft und steigert ihren **Markenwert** um **+2,9 % auf EUR 2,675 Mrd.** – ein starkes Signal für verantwortungsvolles und zukunftsorientiertes Wachstum und **TOP 3** Platzierung.

Mit einem **Markenwert** von **EUR 2,330 Mrd. (+2,9 %)** belegen die **ÖBB** als Österreichs führendes Klimaschutzunternehmen im Mobilitätssektor **Platz 4** im Markenwert-Ranking 2025. Initiativen in Nachhaltigkeit und Innovation sowie der massive Ausbau von Infrastruktur und Flotte stärken die Marktposition. Zudem machen die soziale Verantwortung als bedeutender Arbeitgeber mit starkem Fokus auf Diversität und Lehrlingsausbildung sowie emotionales Storytelling und klare Markenwerte die ÖBB zu einem klaren Vorreiter für zukunftsfähige Mobilität in Europa.

Die **Erste Group Bank** positioniert sich als Vorreiterin in den Bereichen Digitalisierung und Künstliche Intelligenz und behauptet ihre Rolle als **wertvollste sowie nachhaltigste Finanzdienstleistungsmarke Österreichs**. Mit einem **Markenwertzuwachs** von **+3,6 % auf EUR 2,271 Mrd.** sichert sie sich **Rang 5** im diesjährigen Markenwert-Ranking.

Beim wertvollsten Luxusgüterkonzern Österreichs, **Swarovski**, zeichnet sich ein klarer Aufwärtstrend ab: Durch die gezielte Ansprache jüngerer Zielgruppen, innovative Produktentwicklungen und eine moderne Markeninszenierung gelingt zunehmend der Turnaround. Mit einem **Markenwertzuwachs** von **+3,0 % auf EUR 2,252 Mrd.** rangiert Swarovski auf **Platz 6** im Ranking.

Auch die **Raiffeisen Bankengruppe** investiert konsequent in digitale Innovation und nachhaltige Markenführung. Sie steigert ihren **Markenwert** leicht um **+1,2 % auf EUR 2,066 Mrd.** und behauptet damit erneut **Platz 7** im Ranking.

Mit einem **Markenwert** von **EUR 1,614 Mrd. (+0,3 %)** bestätigt **Verbund** seine starke Position als führendes Energieversorgungsunternehmen in Österreich und als einer der größten Wasserkrafterzeuger Europas. Die konsequente Umsetzung der strategischen Initiative „Mission V“ stärkt nicht nur die Sichtbarkeit der Marke und beschert **Platz 8**, sondern macht Verbund zunehmend als eigenständigen, innovationsgetriebenen Akteur im Bereich erneuerbarer Energien wahrnehmbar.

Mit einem **Markenwert** von **EUR 1,210 Mrd. (+1,8 %)** konnte die **XXXLutz Gruppe** ihre Position unter den wertvollsten Markenunternehmen Österreichs weiter ausbauen und sich im aktuellen Ranking von Platz 11 auf **Platz 9** verbessern. Die konsequente Verbindung von Markenführung, Digitalisierung und Internationalisierung, gepaart mit kreativen, KI-basierten Kampagnen macht XXXLutz zu einem der innovativsten und wachstumsstärksten Möbelhändler Europas und dem drittgrößten weltweit.

OMV behauptet sich mit einem **Markenwert** von **EUR 1,206 Mrd. (-5,9 %)** trotz schwierigen und volatilen Marktumfelds weiterhin unter den **Top 10** der wertvollsten Marken Österreichs. Mit der **Strategie 2030** forciert OMV ihre Transformation zum integrierten Energie- und Chemiekonzern mit Fokus auf Nachhaltigkeit, Innovation und Kreislaufwirtschaft, u.a. durch verstärkte Nachhaltigkeitsberichterstattung und globale Partnerschaften wie die Gründung eines Polyolefin-Konzerns mit ADNOC.

„In Zukunft wird die Digitalisierung der Geschäftsmodelle entscheidend für den nachhaltigen Erfolg von Unternehmen sein. Unternehmen mit gut etablierten Marken wird die Digitalisierung leichter fallen, da sie besser an Fremd- und Eigenkapitalquellen kommen, um diesen Transformationsprozess zu finanzieren“, betont Mag. **Herbert Kovar**, Managing Partner Tax & Legal, [Deloitte Österreich](#).“

„Mag. **Monica Rintersbacher**, Geschäftsführerin [Leitbetriebe Austria](#) ergänzt: „Der Mittelstand ist Rückgrat unserer Wirtschaft und steht vor enormen Herausforderungen. Eine starke Marke bleibt dabei ein zentraler Erfolgsfaktor – sie schafft Identifikation, Vertrauen und Differenzierung. Entscheidend dafür ist ein ganzheitlicher Ansatz, der Produktivität, Unternehmenskultur, Digitalisierung und Standortpolitik strategisch miteinander verbindet. Nur so kann der Mittelstand die eigene Zukunftsfähigkeit sichern, zur Stärkung des Wirtschaftsstandorts beitragen und im globalen Wettbewerb bestehen.““

Die **Österreichische Markenwert Studie 2025** ermittelte zum zweiundzwanzigsten Mal jene heimischen Unternehmensmarken, die sich zu mehr als 45% in österreichischem Eigentum befinden und deren Markenwertermittlung nach den aktuellen internationalen Standards ISO 10668 und ISO 20671 erfolgte. Veröffentlicht werden die TOP 10 Österreichischen Markenunternehmen; die Analysen wurden anhand von über 180 Österreichischen Markenunternehmen in 16 Branchensegmenten durchgeführt.

Sustainable Brand Rating Austria

Das European Brand Institute hat erneut den Beitrag der Marken zur nachhaltigen Entwicklung in Österreich in den Branchen: Verkehr, Versorgungsinfrastruktur, Energie, Gesundheits- und Sozialinfrastruktur, Finanzen, sowie Medien in 4 Kategorien: Brand Leadership, Product/Services, Social Responsibility und Investment in Österreich untersucht. 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. Darüber hinaus wurden auch Österreichs wertvollste Markenunternehmen auf Nachhaltigkeit bzw. extern wahrgenommenes nachhaltiges Handeln untersucht.

ÜBER EUROPEAN BRAND INSTITUTE

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. Durch kontinuierliche Forschung sowie Beteiligung an der internationalen Standardisierung der Marken- und Patentbewertung – insbesondere der Erarbeitung von ISO-Standards zur Markenbewertung – sowie durch Advisory- und Beratungsleistungen in den Bereichen Unternehmensfinanzierung, Bilanzaktivierung, Implementierung von Markenmessungen und Reporting als auch für Investitionen in Marken trägt EBI zu einer nachhaltigen Entwicklung in Europa und weltweit bei. EBI und sein Markenbewertungsunternehmen sind weltweit die einzigen, die nach ISO 20671, 10668: 2010 und ÖNORM A 6800 zertifiziert sind und das Programm „ISO Certified Brand“ anbieten. www.europeanbrandinstitute.com

leadersnet.at, 25.06.2025

Das sind Österreichs wertvollste Markenunternehmen

Das Wachstum des Markenwerts der heimischen Top 10 wurde vor allem durch gesteigertes Bewusstsein für Nachhaltigkeit und die fortschreitende digitale Transformation angetrieben. Zusammen sind sie erstmals mehr als 39 Milliarden Euro wert.



V.l.n.r.: Gerald Ganzger (Managing Partner L&P), Herbert Kovar (Managing Partner Tax, Deloitte Österreich), Monica Rintersbacher (Geschäftsführerin Leitbetriebe Austria) und Gerhard Hrebicek (Präsident European Brand Institute) © LEADERSNET/G. Langegger

Das **European Brand Institute (EBI)** hat zum 22. Mal seine **Österreichische Markenwert Studie** durchgeführt und die wertvollsten Markenunternehmen ermittelt. Die Ergebnisse wurden am Mittwoch (25. Juni 2025) vor Medienvertreter:innen und Markenverantwortlichen präsentiert.

Positive Markenentwicklung

Dem EBI zufolge wurde das diesjährige Markenwertwachstum, sowohl bei den Top 10 als auch in der Gesamtpopulation, maßgeblich durch das gestiegene Bewusstsein für Nachhaltigkeit und die fortschreitende digitale Transformation getrieben. "Nachhaltigkeits-Reporting ist in österreichischen Unternehmen inzwischen fest verankert und der Einsatz von digitalen Technologien inklusive Künstlicher Intelligenz (KI) nimmt rasant zu. Der digitale Anteil am Markenwert wächst dabei überproportional im Vergleich zum Gesamt-Markenwert und verdeutlicht, wie essenziell digitale Strategien für zukunftsfähiges Markenmanagement sind. Österreichs drittes Rezessionsjahr in Folge und das europaweit schwächste BIP-Wachstum zeigen: Die wirtschaftliche Lage bleibt herausfordernd. Umso bemerkenswerter ist die Resilienz starker Marken", sagte **Gerhard Hrebicek**, Präsident des European Brand Institute und Autor der Studie.

Die zehn wertvollsten Austro-Markenunternehmen sind zusammen mehr als 39 Milliarden wert, mit einer also positiven Markenwertentwicklung von insgesamt +2,7 Prozent. Im Vorjahr waren es zum Vergleich noch 38,2 Milliarden Euro (**LEADERSNET berichtete**). Das höchste relative Markenwertwachstum konnte Finanzdienstleister **Erste Group Bank** (+3,6%), gefolgt von **Red Bull** (+3,3%) und **Novomatic** (+3,1%) verzeichnen.

Die nachhaltigsten Unternehmen Österreichs

Das zum sechsten 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. Unternehmen, die Nachhaltigkeit transparent kommunizieren und aktiv leben, gewinnen spürbar an Vertrauen, Wettbewerbsfähigkeit und Markenwert. "Immer mehr Unternehmen erkennen, dass Nachhaltigkeit nicht nur ein gesellschaftlicher Auftrag ist, sondern auch ein wesentlicher wirtschaftlicher Erfolgsfaktor. Wer konsequent auf ESG setzt, steigert seinen Markenwert nachhaltig und positioniert sich langfristig als Gewinner am Markt", so Hrebicek.

Zum sechsten Mal in Folge sind die **ÖBB** Österreichs führendes Markenunternehmen im Bereich Nachhaltigkeit. Auf den weiteren Plätzen folgen **Novomatic** und **Spar**. 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.



Die Branchen Leader sind:

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

"Die Bedeutung von Künstlicher Intelligenz (KI) wächst auch ständig im Bereich der Markenentwicklung und des Markenrechts. Alle damit befassten Unternehmen werden rasch lernen müssen, sich den durch die KI geänderten Umständen anzupassen. Gerade aber im Bereich der IP-Rechte, zu dem auch das Markenrecht gehört, sind noch viele Rechtsfragen offen, die von der Politik und den Gerichten (hoffentlich) in den nächsten Jahren geklärt werden", so **Gerald Ganzger**, Managing Partner LGP Lawyers.

Die wertvollsten Markenunternehmen Österreichs

An der Spitze der wertvollsten Markenunternehmen bleibt alles beim Alten. Der **Red Bull** Konzern verzeichnete 2024 ein Erfolgsjahr. Durch digitale Transformation, den smarten Einsatz von KI und massive Markeninvestitionen in Sport und Sponsoring erzielte das Unternehmen Rekordumsätze. Der Markenwert stieg um 621 Millionen Euro (+3,3 %) auf insgesamt 19,600 Milliarden Euro. Der Konzern ist nicht nur unangefochten an der Spitze der wertvollsten österreichischen Markenunternehmen, sondern bleibt auch als einziges heimisches Unternehmen in den Global Top 100 vertreten.

Seinen Markenwert konnte erneut auch **Novomatic** um +3,1 Prozent auf 3,859 Milliarden Euro steigern und behauptet seine Position als zweitwertvollstes Markenunternehmen Österreichs. Der Konzern konnte vor allem durch seine Technologieführerschaft, Innovationskraft und ein starkes ESG-Engagement überzeugen. Das soll auch die Aufnahme in die Top 30 Prozent der globalen Elektronikindustrie (ISS ESG-Rating) belegen. Die nachhaltige Zukunftsstrategie soll vor allem durch die Projekte wie die größte konzernweite PV-Anlage und einen 360-Grad-Innovationsansatz unterstrichen werden.

Österreichs größter Lebensmitteleinzelhändler, die **Spar Österreich Gruppe**, festigte mit seiner Nachhaltigkeitsstrategie und gezielten Investitionen in Digitalisierung und Innovation den dritten Platz. Das Unternehmen steigert seinen Markenwert um +2,9 Prozent auf 2,675 Milliarden Euro.

Die **ÖBB** ist Österreichs führendes Klimaschutzunternehmen im Mobilitätssektor und belegt den vierten Platz im gesamten Markenwert-Ranking 2025. Das Unternehmen hat einen Markenwert von 2,330 Milliarden Euro (+2,9 %). Das soll vor allem durch Initiativen in Nachhaltigkeit und Innovation sowie den massiven Ausbau von Infrastruktur und Flotte erreicht worden sein.

Die nachhaltigste Finanzdienstleistungsmarke Österreichs, die **Erste Group Bank**, belegt den fünften Rang im Gesamtranking der wertvollsten Markenunternehmen Österreichs (+3,6 %, 2,271 Milliarden Euro).

Danach folgen **Swarovski** (+3,0 %, 2,252 Milliarden Euro), die **Raiffeisen Bankengruppe** (+1,2 %, 2,066 Milliarden Euro), **Verbund** (+0,3 %, 1,614 Milliarden Euro), **XXXLutz** (+1,8 %, 1,210 Milliarden Euro) und die **OMV** (-5,9 %, 1,206 Milliarden Euro).



Digitalisierung entscheidend für nachhaltigen Erfolg

"In Zukunft wird die Digitalisierung der Geschäftsmodelle entscheidend für den nachhaltigen Erfolg von Unternehmen sein. Unternehmen mit gut etablierten Marken wird die Digitalisierung leichter fallen, da sie besser an Fremd- und Eigenkapitalquellen kommen, um diesen Transformationsprozess zu finanzieren", sagte **Herbert Kovar**, Managing Partner Tax & Legal, Deloitte Österreich.

Monica Rintersbacher, Geschäftsführerin Leitbetriebe Austria ergänzte: "Der Mittelstand ist Rückgrat unserer Wirtschaft und steht vor enormen Herausforderungen. Eine starke Marke bleibt dabei ein zentraler Erfolgsfaktor – sie schafft Identifikation, Vertrauen und Differenzierung. Entscheidend dafür ist ein ganzheitlicher Ansatz, der Produktivität, Unternehmenskultur, Digitalisierung und Standortpolitik strategisch miteinander verbindet. Nur so kann der Mittelstand die eigene Zukunftsfähigkeit sichern, zur Stärkung des Wirtschaftsstandorts beitragen und im globalen Wettbewerb bestehen."

Einen Eindruck von der Präsentation der Studie können Sie sich **hier** und **hier** machen.

www.europeanbrandinstitute.com

boerse-social.com, 25.06.2025

Top-Brands: Red Bull, Novomatic, Spar - auch vier Börsennotierte unter Top 10

25.06.2025, 1498 Zeichen

Zum **22. Mal** hat das European Brand Institut seine **Österreichische Markenwert Studie** durchgeführt und **die wertvollsten Markenunternehmen** ermittelt. **Die zehn wertvollsten Austro-Markenunternehmen, darunter auch einige börsennotierte, sind zusammen mehr als 39 Mrd. Euro wert, mit einer positiven Markenwertentwicklung von insgesamt +2,7 Prozent.** Die Top 10 sind: **Red Bull, Novomatic, Spar, ÖBB, Erste Group, Swarovski, Raiffeisen, Verbund, XXXLutz, OMV.**

„Das diesjährige **Markenwertwachstum**, sowohl bei den **TOP 10** als auch in der Gesamtpopulation, wird maßgeblich durch das gestiegene Bewusstsein für **Nachhaltigkeit** und die fortschreitende **digitale Transformation** getrieben. **Nachhaltigkeits-Reporting** ist in österreichischen Unternehmen inzwischen fest verankert und der Einsatz von digitalen Technologien inklusive Künstlicher Intelligenz (**KI**) nimmt rasant zu. Der **digitale Anteil am Markenwert wächst** dabei überproportional im Vergleich zum Gesamt-Markenwert und verdeutlicht, wie essenziell digitale Strategien für zukunftsfähiges Markenmanagement sind. Österreichs drittes Rezessionsjahr in Folge und das europaweit schwächste BIP-Wachstum zeigen: Die wirtschaftliche Lage bleibt herausfordernd. Umso bemerkenswerter ist die Resilienz starker Marken. Die **TOP 10 Markenunternehmen** verzeichnen ein **Markenwertwachstum von +2,7 %**, deutlich über dem Wirtschaftswachstum von **-1,2 %**, und beweisen damit ihre Stabilität.“, erklärt **Gerhard Hrebicek**, Präsident des European Brand Institut und Autor der Studie.



industriemagazin.at, 25.06.2025

Österreichs wertvollste Marken

Markenmacht made in Austria: Was Red Bull, ÖBB und andere so erfolgreich macht

Wie entwickeln sich Österreichs wertvollste Marken in Zeiten von Digitalisierung und Nachhaltigkeit? Warum Red Bull weiter dominiert, was hinter dem Comeback von Swarovski steckt und welche Rolle die ÖBB als Nachhaltigkeits-Vorreiter spielen – die neue Markenwert Studie 2025 liefert spannende Antworten.



Eine der wertvollsten Marken Österreichs 2025: Verbund - © www.christian-husar.com

In einer Zeit, in der wirtschaftliche Stabilität und Zukunftsfähigkeit stark mit der Wahrnehmung und Stärke von Marken verknüpft sind, liefert die jährlich erscheinende Markenwert-Studie des European Brand Institute (EBI) wichtige Einblicke in die Entwicklung der bedeutendsten österreichischen Marken. Sie zeigt, welche Unternehmen ihre Marken erfolgreich weiterentwickeln konnten, wer an Boden verloren hat und welche Faktoren aktuell besonders stark auf den Markenwert einwirken. Marken sind längst nicht mehr nur ein Symbol für ein Produkt oder eine Dienstleistung – sie sind wirtschaftliches Kapital, das maßgeblich zur Wettbewerbsfähigkeit eines Unternehmens beiträgt. Besonders in Zeiten digitaler Transformation und wachsendem Nachhaltigkeitsbewusstsein spielen Innovation und gesellschaftliche Verantwortung eine immer größere Rolle für den Markenwert. Die aktuelle Ausgabe der Studie unterstreicht, wie dynamisch sich Österreichs Markenlandschaft entwickelt – mit einem altbekannten Spitzenreiter, neuen Akteuren in den Top 10 und einem klaren Appell an Politik und Wirtschaft, Markenführung strategisch zu fördern.

Das sind Österreichs wertvollste Marken

Red Bull führt weiterhin mit großem Abstand das Ranking der wertvollsten Marken Österreichs an. Laut der aktuellen Markenwert-Studie des European Brand Institute (EBI) wird das Unternehmen auf beeindruckende 19,6 Milliarden Euro geschätzt – das entspricht in etwa dem kombinierten Wert der neun nächstplatzierten Marken. Gegenüber dem Vorjahr legte Red Bull nochmals um 3,3 % zu und unterstreicht damit seine dominante Stellung im Markenuniversum des Landes.

Auf dem zweiten Platz folgt Novomatic mit einem Markenwert von 3,86 Milliarden Euro (+3,1 %), gefolgt von Spar mit 2,68 Milliarden Euro (+2,9 %). Die Österreichischen Bundesbahnen (ÖBB) landen auf Platz 4 (2,33 Mrd. Euro), dicht gefolgt von der Erste Group (2,27 Mrd. Euro), die mit einem Plus von 3,6 % den stärksten Zuwachs innerhalb der Top 10 verzeichnet. [Swarovski](#) (2,52 Mrd. Euro), Raiffeisen (2,07 Mrd. Euro), [Verbund](#) (1,61 Mrd. Euro) und der Neueinsteiger XXXLutz (1,21 Mrd. Euro) komplettieren die Liste.

[>>> Swarovski vor dem Neustart: Strukturumbau beschlossen, Investitionen am Standort Wattens](#)

Einzige Verliererin ist die [OMV](#): Mit einem Rückgang von 5,9 % auf ebenfalls 1,21 Milliarden Euro markiert das Unternehmen den zweiten Markenwertverlust in Folge. Laut Studienautor Gerhard Hrebicek sei jedoch „so eine Entwicklung im Zuge der Neupositionierung durchaus im Bereich des Üblichen“ – ein weiterer Rückgang wird nicht erwartet. Red Bull bleibt unterdessen die einzige österreichische Marke unter den global Top 100.

Wertvollste österreichische Marken				
Markenwert 2025 in Milliarden Euro			gegenüber 2024	
1.		19,60	+ 3,3 %	
2.		3,86	+ 3,1 %	
3.		2,68	+ 2,9 %	
4.		2,33	+ 2,9 %	
5.		2,27	+ 3,6 %	
6.		2,52	+ 3,0 %	
7.		2,07	+ 1,2 %	
8.		1,61	+ 0,3 %	
9.		1,21	+ 1,8 %	
10.		1,21	– 5,9 %	
Grafik: © APA, Quelle: European Brand Institute				

Österreichs wertvollste Marken 2025 - © APA

Markenwert-Studie 2025: Digitalisierung und Nachhaltigkeit treiben Wachstum

Ein bemerkenswerter Trend, den die aktuelle Studie hervorhebt, ist das stetige Wachstum des digitalen Anteils am Markenwert. EBI-Präsident Gerhard Hrebicek betont, dass dieser mittlerweile „überproportional im Vergleich zum Gesamt-Markenwert“ steige. [Digitale Markenführung](#), Online-Präsenz und Innovationen in der digitalen Kundenkommunikation gewinnen für Unternehmen zunehmend an strategischer Bedeutung. Parallel dazu wirkt sich auch das gestiegene Bewusstsein für Nachhaltigkeit positiv auf den Markenwert aus. In diesem Bereich positionieren sich insbesondere die ÖBB als Vorreiter: Zum sechsten Mal in Folge wurden sie als nachhaltigste Markenführung Österreichs ausgezeichnet – ein Beleg für die erfolgreiche Verbindung von ökologischem Engagement und wirtschaftlicher Markenentwicklung.

Die Studienergebnisse zeigen außerdem, dass eine starke Markenlandschaft ein entscheidender Standortfaktor für Österreich ist. „Eine starke Markenlandschaft sei ein zentraler Wirtschaftsfaktor für die Zukunft des Standorts Österreich“, unterstreicht Hrebicek. Um das volle Potenzial auszuschöpfen, spricht er sich für eine „breit getragene Markeninitiative als wirtschaftspolitischen Impuls“ aus. Diese Forderung wird von führenden Wirtschaftsvertretern unterstützt, darunter Herbert Kovar (Deloitte Österreich), Gerald Ganzer (Lansky, Ganzger, Goeth & Partner) und Monika Rintersbacher (Leitbetriebe Austria). Sie alle betonen die Notwendigkeit, Marken als strategische Ressource national stärker zu fördern und langfristig zu stärken.



Die ÖBB setzt als größter klimafreundlicher Mobilitätsanbieter Österreichs verstärkt auf Nachhaltigkeit – mit 100 % grünem Bahnstrom, CO₂-freier Mobilität und Investitionen in umweltfreundliche Infrastruktur. - © ÖBB

Was macht Red Bull, die ÖBB oder Swarovski zu so wertvollen Marken?

Es sind vor allem drei Faktoren:

- eine konsequente Markenstrategie,
- Innovationsfähigkeit und
- die Fähigkeit zur emotionalen Bindung an die Zielgruppe – jeweils auf ihre eigene Art.

Red Bull ist ein Paradebeispiel für internationale Markenführung mit hohem Wiedererkennungswert. Die Marke ist nicht nur auf Dosen und Produktregalen präsent, sondern durchdringt ganze Lebenswelten – von Motorsport über Extremsport bis hin zu Medien und Events. Mit der Formel 1, dem Red Bull Media House oder Events wie „Red Bull Stratos“ hat das Unternehmen Markenerlebnisse geschaffen, die weltweit Aufmerksamkeit erzeugen und eine junge, dynamische Zielgruppe emotional binden. Diese dauerhafte Markeninszenierung zahlt direkt auf den Markenwert ein – er liegt aktuell bei 19,6 Milliarden Euro.



Red-Bull präsentiert sich als junge, dynamische, sportliche Marke - und hat eine große Fan-Gemeinde. - © Shirley and Johan - stock.adobe.com

Die **ÖBB** wiederum zeigen, dass auch ein staatlich geprägtes Unternehmen durch strategische Markenführung wirtschaftlichen Wert schaffen kann. Ihr Markenkern basiert auf Verlässlichkeit, Nachhaltigkeit und Innovation. Der Fokus auf klimafreundliche Mobilität – etwa durch 100 % Bahnstrom aus erneuerbaren Quellen – trifft den Zeitgeist. Digitale Angebote wie Echtzeit-Apps, automatisierte Logistiklösungen bei der Rail Cargo Group und Investitionen in moderne Infrastruktur sorgen dafür, dass die ÖBB als modernes Mobilitätsunternehmen wahrgenommen werden. Die sechsfache Auszeichnung als nachhaltigste Marke Österreichs ist Ausdruck dieser klaren Positionierung – und ein entscheidender Treiber des Markenwerts.

Swarovski, mit über 125 Jahren Tradition, steht für Qualität, Design und Luxus – und war zuletzt durch interne Familienkonflikte und Strukturprobleme stark unter Druck. Doch 2025 kommt die Wende: Die Eigentümerfamilien einigen sich, eine neue Holding wird gegründet, und es fließt eine Investition von 150 Millionen Euro in den Stammsitz Wattens. Die Rückbesinnung auf lokale Fertigung, die Neuaufstellung des Managements und die Fokussierung auf Kernmärkte zeigen, dass der Wert einer Marke nicht nur in Glamour liegt, sondern auch in der Fähigkeit, sich zu erneuern – und dabei treu zu bleiben.

So unterschiedlich die Strategien: Alle drei Unternehmen beweisen, dass starke Marken das Ergebnis konsequenter Führung, strategischer Weitsicht und kultureller Relevanz sind.

meinbezirk.at, 25.06.2025

Über 1.000 Mitarbeiter dabei

Novomatic Company Day in Gumpoldskirchen



Die Novomatic lud zum 6. Novo-Company Day.

Foto: Pohl

hochgeladen von [Rainer Hirss](#)

Ganz im Zeichen der Gesundheit, Sicherheit und Umwelt stand der 6. Novo-Company Day, der mit einem Mega-Programm für die rund 1.000 Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter am Standort Gumpoldskirchen zusammenführte.

BEZIRK MÖDLING. Von der E-Bike-Teststation, Tischfußball und Basketball über Gesundheitsvorträge bis zu einer Gesundheitsstraße reichte das große Rahmenprogramm beim heurigen Company Day. Einen spannenden Programmauftakt bildete der persönliche Vortrag des Extremrad-sportlers Christoph Strasser. Mit beeindruckenden Einblicken in seine internationale Karriere thematisierte er die Qualifikationen Durchhaltever-mögen, Motivation und Teamgeist.

Größter Arbeitgeber

„Die Gesundheit und das Wohlbefinden unserer Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter sind uns ein wichtiges Anliegen – sie sind die Grundlage für ein starkes Miteinander, innovative Ideen und ein langfristiges sowie nachhaltiges Unternehmenswachstum. Mit dem Novo-Company Day möchten wir ein sichtbares Zeichen der Wertschätzung setzen und gleichzeitig zeigen, wie wichtig uns ein motivierendes, gesundes Arbeitsumfeld ist“, betonte der Vorstand der NOVOMATIC anlässlich des 6. Company Days, zu dem auch Bürgermeisterin Dagmar Händler (VP) herzlich gratulierte.



Auch das Thema Sicherheit stand im Fokus.

Foto: Pohl

hochgeladen von **Rainer Hirss**

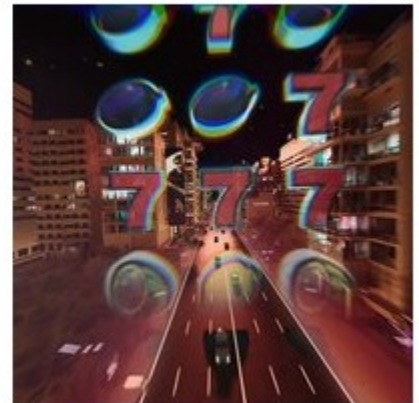
Die Ortschefin ließ keinen Zweifel daran, dass die Novomatic als größter Arbeitgeber Gumpoldskirchens maßgeblich zur wirtschaftlichen Stärke der Gemeinde beiträgt. „Besonders beeindruckend finde ich, mit wie viel Verantwortung das Unternehmen für seine Belegschaft sorgt – von sicheren Arbeitsplätzen bis hin zu einem starken Fokus auf Gesundheit und Wohlbefinden“, so Händler.

automatenmarkt.de, 23.06.2025

Novoline.de launcht neuen TV-Spot – eintauchen in das spezielle Novoline-Feeling

Novoline.de launcht einen neuen Werbespot für sein Angebot an virtuellen Automaten Spielen. Der Clip ist seit Mitte Juni 2025 im TV zu sehen.

"Der TV-Spot erweckt die unverwechselbare Novoline-Welt zum Leben. Beginnend mit dem ikonischen Novoline-Logo taucht die Kamera in das Logo ein und präsentiert eine aufregende Fahrt durch eine nächtliche Stadt. Dort gibt es viele charakteristische Figuren und Elemente aus der Novoline-Welt zu entdecken, darunter Klassiker wie Book of Ra und Lucky Lady. Fans werden in dem detailreichen Clip bei jedem Sehen auf neue Facetten stoßen", erklärt der Anbieter.



Rasante Fahrt durch die Novoline-Welt! Bitte auf den Spot im TV achten – ein Link liegt uns aktuell nicht vor.

Getragen von epischer Musik und einem markanten Sprecher vermittelt der Spot das Gefühl, Teil des Geschehens zu sein. Die Fahrt endet mit einer Nahaufnahme des Point of Play, dem Handy des Spielers, und betont somit die zentrale Bedeutung des mobilen Spiels für die Novoline-Community.

Faszinierender Blick in eine erlebnisreiche Spiel-Welt

Florian Hermann, Geschäftsführer Marketing, Produkt & Operations Novoline.de, sagt: „Unser neuer TV-Spot lässt das unverwechselbare Novoline-Feeling lebendig werden – und eröffnet einen faszinierenden Blick in unsere Spiel-Welt. Damit laden wir alle Interessierten herzlich ein, in diese Welt einzutauchen und das volle Erlebnis zu genießen.“

Die Novoline.de GmbH zählt zu den ersten Anbietern, die in Deutschland staatlich lizenziert wurden. Der Sitz der Gesellschaft ist in Bingen, operativ ist das Unternehmen von Hamburg aus tätig. Das lizenzierte Portfolio umfasst ein deutschlandweites Angebot an virtuellen Automaten Spielen und ein Angebot an Online-Casinospielen in Schleswig-Holstein. Novoline.de ist eine Tochtergesellschaft von Löwen Entertainment.

igamingbusiness.com, 23.06.2025

South Africa's gambling market: How to navigate an exciting landscape

Greentube, Novomatic's digital gaming and entertainment division, is tackling the growing South African gambling market with a 'revolutionary' tech stack and ambitions to make an impact offline as well as online. Greentube chief product and revenue officer Michael Bauer outlines the opportunities and challenges of gaining a foothold in the market.



South Africa has enjoyed an unrivalled status as its continent's biggest gambling market for many years – and underlying metrics suggest the country will become an increasingly competitive player on the global scene.

While Africa as a whole is projected to generate [US\\$11bn of gross gaming revenue \(GGR\) this year](#), according to H2 Gambling Capital, South Africa alone registered a record [\\$3.37bn of GGR in the 12 months through to the end of March 2024](#) – the most recently available data. This total, which represented a year-on-year rise of 40.2%, was achieved even though the nation's 63 million inhabitants account for just 4% of Africa's total population.

While 37 casinos across the country generated almost [\\$1bn in GGR in the 2023-24 financial year](#) – led by those in Gauteng, the nation's most populous province – it was in the online space where there has been particularly sharp growth.

[Sports betting revenues leapt by 51.2% year-on-year](#). Online sports betting accounts for the vast majority of such expenditure – and 49% of the country's total GGR.

However, it is increasingly recognised that sports betting is not the only interest of punters in a country that has a long-held obsession with rugby, cricket and football.

Online casino in the Rainbow Nation is booming – and Greentube, which has long been [committed to establishing a truly international presence](#), is keen to cement its reputation as one of South Africa's leading game providers.



GREENTUBE'S BOOK OF RA IS POPULAR IN AFRICA

Market launch

With parent company Novomatic having had a presence in South Africa for many years, [Greentube](#) decided the time was right to enter the market about a year ago after concluding that the country's [notoriously patchwork regulatory landscape](#) could be successfully navigated.

While online casino has thrived in South Africa in recent years through legislation that was initially designed only for sports betting, Greentube is focused on developing its presence in the country through in-person offerings, as well as online.

“We started looking at the South African market quite recently, and I think it still has a lot of potential to grow in the online casino space,” says Greentube chief product and revenue officer Michael Bauer, who adds that the popularity of casinos in the country helps to underpin the increasing appetite for online gambling.

“We’ve already seen significant growth in online sports betting and we think that there is still a lot of room to grow, and on the other side Novomatic is bringing new land-based products to the market as well.”

Tech stack

Crucially, [Greentube](#) entered the market with what it described as a “revolutionary” new tech stack. Mynt, which launched at the start of 2023 to produce and supply games worldwide, comprises several modules and engagement tools and is supported by a Remote Gaming Server.

South Africa was the first regulated market where Mynt went live, with the tech stack also available in a number of other test markets worldwide.

“It gives us several advantages, and one of them is that it’s cloud-ready compared to our old stack, so we can be closer to the player, which reduces latency,” Bauer says.

“We can much more easily scale up, with a modular infrastructure and up-to-date technology at every step.

“We are producing a lot of games on Mynt and putting existing games from old stacks onto Mynt, where there is much more flexibility to produce native features – from free spins and daily jackpots to more sophisticated things like price drops and tournaments.”

“There are different routes into the market and you need to figure that out initially. Everything takes a bit longer than in Europe.”

Building momentum

While Novomatic's well-established presence ensured there was a ready-made list of contacts to pursue in South Africa, Greentube also approached operators directly, "tackling the market from both sides" in both land-based and online gaming.

"Both approaches have worked well, and we are in touch with basically all of the main regulated operators in the market," Bauer adds. "We make sure that we have the right games for that market on Mynt and make sure that we can get everything certified."

Momentum has been building ever since.

Nearly a year ago, Greentube, in collaboration with its sister company in South Africa, Novomatic Africa, struck an agreement with Sunbet to launch in the market.

Then this April, Greentube went live with leading operators Goldrush and Supabets, with two more collaborations due to be confirmed by the end of this month.



WUKONG IS ONE OF GREENTUBE'S LATEST RELEASES

Book of Ra 'opening doors'

Bauer explains that its efforts have been aided by the huge popularity of its Book of Ra slot, which is widely available on in-person gambling machines, as well as online. This, he says, has helped to “open doors” with bricks-and-mortar and iCasino operators.

However, Greentube has numerous games that are grabbing the attention of players in South Africa, and the provider is also weighing up bringing its Italy-based subsidiary Capecod to the market, given the latter’s expanding portfolio of crash games – thought to be an increasingly popular game format in the country.

“The next step is that we need to get feedback from the players, but also from the operators, and what else they want to see from us there,” Bauer says.

“We have a very interesting mix of games coming up, including several three-pot games, which is another big trend in the market.

“We’ve just released Wukong, which is our third three-pot game – and there will be more coming up. We have Piggy Prizes, which is really smashing it in lots of markets, and version two of [Wand of Riches](#) is killing it.”

Challenges

There are hurdles to entering any market, but in South Africa, the challenges are plentiful.

Firstly, as highlighted by Bauer, there is a fragmented and – even by the standards of international gaming law – an unusually complicated regulatory landscape that has to be understood by gambling companies in South Africa.

While last year’s Remote Gambling Bill remains under review, with hopes that it will ultimately clarify licensing rules that are currently implemented by nine different provinces, [there is not specific legislation for online gambling in South Africa](#), despite a bill being on the table since 2008.

As a result, online casino games – such as slots, roulette or draw games on licensed online gambling sites in South Africa – are treated as betting events to comply with the law.

“There are different routes into the market and you need to figure that out initially,” says Bauer.

“Also, integration-wise, everything takes a bit longer than we would see in Europe where everything is commoditised and where everybody knows the terms of a contract.

“However, the good thing is that we have a really good relationship with the local Novomatic team there, and they help us a lot.”

A launchpad for Africa

Looking to the future in South Africa, Bauer views the country as a launchpad for the continent as a whole.

“For us, the whole continent actually is interesting – it’s not only South Africa,” he says.

“The first step though is to roll out into the majority of the operators there, including aggregators, so that we get most of the online casinos covered. The aim is to create a pipeline on Mynt so that we can deliver fresh new content to the casinos there on a constant basis.

“On the land-based front, Novomatic will be bringing a lot of content and games into the market, so people will see our games and our products on all kinds of levels. We will also push more on the marketing front so we will be a lot more visible.”

More broadly, Greentube’s focus on expanding its business in South Africa encapsulates the provider’s global vision. North and South America remain major targets for growth, while in Europe, the provider wants to gain a greater foothold in markets like the Czech Republic and Slovakia. In Asia, Bauer describes the Philippines and the UAE as “interesting” markets, with significant growth potential.

“There are many, many things to do, many things to grow, and of course we need to defend our position in the existing markets as well,” he says.

However, for Greentube, it is clear that few markets have the potential to be as impactful – in the country and across a continent – as South Africa.



**Michael Bauer, chief product and revenue officer,
Greentube**