

## PRESSEMITTEILUNG

### IP-Valuation wartet mit neuem Ansatz bei der monetären Bewertung von Marken auf

*BrandValue ist das weltweit erste Software-gestützte Verfahren, das den Wert einer Marke als Kapitalanlage valide erfasst*

München – 6. April 2006. Neue Wege in der monetären Markenbewertung beschreitet die IP-Valuation GmbH, München, mit BrandValue. Dabei handelt es sich um ein Software-gestütztes Verfahren, das Maßstäbe in Bezug auf die Transparenz und



Objektivierbarkeit bei der Markenbewertung setzen wird. Während es beispielsweise Neurologen und Radiologen gewissermaßen gelungen ist, den imaginären Wert einer Marke in den Köpfen der Verbraucher nachzuweisen, haben Controller und

Marketers enorme Schwierigkeiten, den Wert von Marken in den Bilanzen oder gar den markeninduzierten Cash-Flow auszuweisen. Das Dilemma resultiert aus über 30 verschiedenen monetären Markenbewertungsverfahren, die jeweils verschiedene Analyseschwerpunkte setzen und dementsprechend zu völlig unterschiedlichen Ergebnissen kommen. An Stelle der verwirrenden Methodenvielfalt setzt die IP-Valuation GmbH mit BrandValue auf eine einheitliche, praktikable, systematische und wissenschaftlich-objektive Vorgehensweise, die der von den Kapitalmärkten und der Gesetzgebung geforderten Transparenz genüge leistet.

#### Die Marke als Kapitalanlage

Der Anteil des Markenwerts am gesamten Unternehmenswert liegt inzwischen bei durchschnittlich 67 Prozent, bei den klassischen Markenartikel-Herstellern sind es sogar bis zu 90 Prozent. Dennoch lassen die meisten Unternehmen ihre Marken bislang nicht bewerten. Die Markenentscheidungen fallen häufig noch ohne Rücksicht auf das Markenkapital. Auch die Pflicht zur Bilanzierung von Marken bei Transaktionen (nach IAS/IFRS-Vorschriften) rückt den monetären

#### Kontakte für die Presse:

**Robert Tafelmeier**  
IP-Valuation GmbH  
Tel: +49 (0)89 59 90 82 87  
Fax: +49 (0)89 54 49 36 20  
robert.tafelmeier@ip-valuation.de  
Web: www.ip-valuation.de

**Stefan Ehgartner / Kirsten Niemann**  
markenzeichen  
Tel.: +49 (0)89 – 4444 67444  
Fax: +49 (0)89 – 4444 67479  
stefan.ehgartner@markenzeichen-agentur.de  
kirsten.niemann@markenzeichen-agentur.de

Markenwert als Planungsinstrument noch immer nicht in den Mittelpunkt des Interesses der Marken-Verantwortlichen. Dies wäre umso wichtiger, da insbesondere die Bedeutung der Markenbewertung innerhalb der IAS/IFRS-Vorschriften zunimmt. Danach unterliegen bilanzierte Marken mit unbestimmbarer Nutzungsdauer keiner planmäßigen Abschreibung, sondern sind regelmäßig (mindestens jährlich) auf ihre Werthaltigkeit hin zu überprüfen.

Die Gründe für das Taxieren von Marken sind vielfältig: Seit Fusionen und Merger die Weltwirtschaft bestimmen, rückt die Frage nach dem Wert der Übernahmekandidaten in den Fokus. Der Markenwert kann aber auch herangezogen werden für Zwecke der Marketing-Budgetierung oder bei Mehrmarken-Unternehmen zur Verteilung der Ressourcen, zur Auswahl geeigneter Maßnahmen, zur Ausgestaltung des Marken-Portfolios, zur Ermittlung der Gebührenhöhe im Licencing und Franchising, zur Ermittlung von Kreditsicherheiten oder gar Schadenersatzforderungen. Damit sind nicht nur Vorstände, sondern auch Controller, Wirtschaftsprüfer, Juristen und Banker mit der monetären Markenbewertung konfrontiert.

### **BrandValue setzt auf „harte“ Faktoren bei der monetären Markenbewertung**

BrandValue stellt dem Controlling eine Reihe von Schlüsselindikatoren zur Verfügung, die marketing- und finanzpolitische Aspekte miteinander verknüpfen. Markenführung wird damit immer weniger der Intuition überlassen, sie wird zur Investition, die ihre Rentabilität beweisen muss. Mit dem monetären Markenwertverfahren BrandValue erhält das Controlling eine quantitative Basis, die den Investitionscharakter von Marketingausgaben manifestiert. So lässt sich der Return-on-Investment (RoI) von Marketingmaßnahmen bestimmen und die Effizienz von geplanten Investitionen in die Marke prüfen.

### **Revolution bei der monetären Markenbewertung**

Die Markenbewertungssoftware BrandValue wurde auf Basis des Benchmarking von über 12.000 Unternehmen weltweit aus allen wesentlichen Industriesparten entwickelt, bei der die Barwerte der branchenbezogenen Markenerträge oder der Barwert der

unternehmensspezifischen Markenerträge ermittelt werden können. So sind Unternehmen aus marktorientierter Sicht als auch aus Unternehmenssicht in der Lage, transparente Bewertungen herzustellen und den gesetzlichen Anforderungen Folge zu leisten.

Die Einzigartigkeit der Markenbewertungssoftware BrandValue ist die Verbindung aus speziellem Fachwissen im Bereich Markenbewertung sowie Markenbilanzierung und IT-Kenntnissen auf höchstem Niveau. Dadurch haben Unternehmen die Möglichkeit, den Markenwert mit einem neu entwickelten Markenbewertungsverfahren basierend auf modernsten wissenschaftlichen Bewertungsmethoden zu berechnen und zugleich die Vorteile eines eigenständigen Softwareprogramms zu nutzen.

Beispielsweise besitzt die Markenbewertungssoftware BrandValue aus inhaltlicher Sicht den großen Vorteil, je nach Bewertungsanlass zwei unterschiedliche Arten des Markenwertes zu berechnen. Aufgrund der Softwarestruktur kann der Kunde diese differenzierte Sichtweise sehr leicht umsetzen. Neben der Tatsache, dass mit der Markenbewertungssoftware BrandValue alle Markenformen bewertbar sind, stellen die eigens entwickelten und innerhalb des Softwareprogramms bereitgestellten umfassenden Datenbanken eine zusätzliche Besonderheit dar. Der Kunde greift dabei auf kontinuierlich aktualisierte Daten zurück, die als wichtige Parameter innerhalb des Bewertungsprozesses verwendet werden und den Umfang der Datenbeschaffung erheblich verringern.

Die Möglichkeit, für jede durchgeführte Markenbewertung innerhalb von Sekunden einen eigens als Datei erstellten Bewertungsbericht zu erhalten, der die einzelnen Bewertungsschritte anzeigt und alle verwendeten Bewertungsparameter enthält, zeigt ein Höchstmaß an Innovation und bestmöglicher Kundenorientierung. Die Dokumentation und Nachvollziehbarkeit der Bewertungsergebnisse ist ganz entscheidend für jeden Bewertungsanlass.

Die Markenbewertungssoftware BrandValue ist ab Mai verfügbar.

**IP-Valuation GmbH**

Die IP-Valuation GmbH mit Sitz in München wurde im September 2005 mit Unterstützung des internationalen Intellectual Property Service-Providers Brandstock AG, München, gegründet.

Die IP-Valuation GmbH hat mit BrandValue das weltweit erste monetäre Markenbewertungsverfahren auf der Basis einer Software-gestützten Methodologie entwickelt. Dabei handelt es sich um ein einheitliches, praktikables, systematisches und zugleich wissenschaftlich-objektives Verfahren, das den Wert einer Marke als Kapitalanlage valide erfasst. Weitere Informationen finden Sie unter [www.ip-valuation.de](http://www.ip-valuation.de)