

PRESSEMITTEILUNG

BrandValue beseitigt Problemaspekte bei der monetären Markenbewertung

Gutachten testiert hohen Grad an Plausibilität, Objektivität und Nachvollziehbarkeit für valide Markenwertermittlung

München – 20. Juli 2006. Seit 2005 sind börsennotierte Unternehmen dazu verpflichtet, den monetären Wert von Marken entsprechend der Vorschriften der internationalen Rechnungslegungsgrundsätze (IAS/IFRS) zu ermitteln und in den Bilanzen auszuweisen.



Kein einfaches Unterfangen angesichts einer verwirrenden Vielfalt an Methoden, die größtenteils auf weichen, nicht nachvollziehbaren Faktoren basieren. Einen wichtigen Meilenstein bei der monetären Markenbewertung hat BrandValue, das von

der IP-Valuation GmbH entwickelte weltweit erste Softwaregestützte Verfahren zur monetären Markenbewertung, in puncto Transparenz, Objektivität und Nachvollziehbarkeit erzielt. Prof. Dr. Claus-Peter Weber, anerkannter IFRS-Experte, Mitglied des Deutschen Standardisierungsrates und tätig am Institut für Wirtschaftsprüfung der Universität Saarbrücken, hat die Markenbewertungssoftware BrandValue gutachterlich beurteilt. Er kommt zu dem Ergebnis, dass das angewandte Markenbewertungsverfahren eine geeignete Methode darstellt, den Markenwert in Einklang mit den IFRS-Vorschriften zu ermitteln. Zugleich ist das Markenbewertungsverfahren gekennzeichnet durch einen hohen Grad an Objektivität und Nachvollziehbarkeit.

Bislang 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. Die IP-Valuation GmbH setzt mit BrandValue auf eine einheitliche, praktikable, systematische und wissenschaftlich-objektive Vorgehensweise,

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
markenzeichen GmbH
Tel.: +49 (0)89 – 4444 67444
Fax: +49 (0)89 – 4444 67479
stefan.ehgartner@markenzeichen.eu

die der von den Kapitalmärkten und der Gesetzgebung geforderten Transparenz genüge leistet.

Prof. Dr. Claus-Peter Weber bestätigt in seinem Gutachten den Ansatz von BrandValue.

Auszüge aus dem Gutachten:

„Das Markenbewertungsverfahren der IP-Valuation GmbH ist bei der Zugangsbewertung in der Ausprägung der marktbezogenen Bewertung eine geeignete und sachgerechte Methode, um die Fair Value-Bewertung nach IAS 38 und IFRS 3 für Marken durchzuführen.“

„Für die Folgebewertung ist das Markenbewertungsverfahren in der Ausprägung der marktbezogenen Bewertung geeignet, den Fair Value nach dem nach IAS 36 vorgeschriebenen Impairment Test zu ermitteln.“

„Da bei der marktorientierten Bewertung ganz wesentlich auf Daten externer Datenbanken bzw. Erhebungen zurückgegriffen wird, die andere Vergleichsunternehmen betreffen, wird dem Objektivierungsgesichtspunkt ganz wesentlich entsprochen. Die Ermittlung der jeweiligen Vergleichsunternehmen ist dabei ebenfalls objektiv geprägt und transparent und nachvollziehbar und beruht nicht auf subjektiven Einschätzungen des bewertenden Unternehmens.“

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 (Marketing-)Ausgaben in Marken manifestiert. So lässt sich der Return-on-Investment (RoI) von Marketingmaßnahmen bestimmen und die Effizienz von geplanten Investitionen in die Marke prüfen.

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 bereits 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