



KONZEPT & MARKT
ERMITTELT DEN WERT IHRER MARKEN UND SCHAFFT DIE GRUNDLAGEN
FÜR EINE WERTBASIERTE MARKENFÜHRUNG



„Marken sind zentrale Assets eines Unternehmens und weisen häufig einen hohen Anteil am Gesamtwert auf. Daher ist es wichtig, den Wert einer Marke zu kennen.“

Dr. Ottmar Franzen

VORWORT

Marken und Warenzeichen stellen einen erheblichen Wert dar, der mehr als 50 % des Unternehmenskapitals ausmachen kann.

Diesen Schatz zu heben, hat sich Konzept & Markt zum Ziel gesetzt. Wir entwickeln für Ihre Marke maßgeschneiderte Bewertungsansätze, die mit den Standards des BDU, der DIN/ISO und des Instituts der Wirtschaftsprüfer IDW konform sind.

Dadurch wird eine valide Messung des Markenwerts durch wissenschaftlich-empirisch abgesicherte Verfahren gewährleistet. Unsere Bewertungsansätze verknüpfen die Wahrnehmung der Marke beim Nachfrager mit finanztechnischen Bewertungsgrundsätzen. Sie sind von Wirtschaftsprüfern testierbar und haben vor Gericht Bestand.



HEBEN SIE DEN SCHATZ DER MARKENWERTE


Testierbare und aussagekräftige Markenwertgutachten bieten Ihnen vielfältige Möglichkeiten, den Wert der Marke anschaulich zu dokumentieren. Im Rahmen unserer Beratungspraxis haben wir mehr als 1.000 Marken bewertet. Typische Fragestellungen waren:

Ein mittelständischer Hersteller im Nahrungs- und Genussmittelbereich steckte in der Krise. Der Wert der Unternehmensmarke wurde von Fremdkapitalgebern als Sicherheit für ein Investitionsdarlehen akzeptiert. Mit diesem Darlehen konnte das Unternehmen seine Fertigung und Logistik modernisieren und sich wieder erfolgreich im Wettbewerb positionieren.

Zwei Gründer eines Unternehmens zerstritten sich und teilten das Unternehmen auf. Eines der Teil-Unternehmen nutzte das angestammte Warenzeichen widerrechtlich. Im Rahmen eines Gerichtsgutachtens half eine Markenbewertung, die Höhe des Schadenersatzes zu ermitteln.

Ein erfolgreiches Markenunternehmen sollte aus einem Großkonzern herausgelöst werden. Die Marke war das wertvollste Asset. Eine Markenbewertung half, dass für das Unternehmen ein marktadäquater Preis erzielt werden konnte.

Ein renommierter Industriegüterkonzern wollte nach einem Markenrelaunch ein verlässliches Gefühl für den Wert der neuen Marke bekommen und diesen an die Mitarbeiter, die Öffentlichkeit und die Finanzwelt kommunizieren.



Konzept & Markt verwendet kein Standardmodell für die Markenbewertung, sondern passt grundlegende theoretische Erkenntnisse auf die individuelle Situation der Marke an. Die Auswahl, Abstimmung und Gewichtung der für die Bewertung relevanten KPIs erfolgt in Abstimmung mit dem Auftraggeber.

Die Auswahl des richtigen Ansatzes hängt von der Markenart, dem Bewertungsanlass und der zur Verfügung stehenden Datenbasis ab. Unser Erfahrungsschatz von fast 30 Jahren Bewertungspraxis und mehr als 1.000 Finanzwerten von Marken stellt valide Ergebnisse sicher.

Konzept & Markt ist Gründungsmitglied des Brand Valuation Forum und des DIN/ISO Normungsausschusses 10668 „Markenbewertung“.

Dr. Ottmar Franzen war federführend an der Formulierung der BDU-Grundsätze Ordnungsgemäßer Markenbewertung beteiligt.

**UNSERE
KOMPETENZ FÜR
IHRE MARKE**

STANDARDS UND NORMVOR- SCHRIFTEN FÜR DIE BEWERTUNG VON MARKEN

Konzept & Markt arbeitet wissenschaftlich fundiert und stellt die Erfüllung der folgenden Standards sicher:

- Standard zur Bewertung von immateriellen Vermögenswerten des Instituts der Wirtschaftsprüfer IDW (IDW S5)
- DIN/ISO-Norm 10668, Veröffentlichung im September 2010 (ISO) und im September 2011 (DIN)
- BDU-Grundsätze Ordnungsgemäßer Markenbewertung

Damit sind Markenwertgutachten von Konzept & Markt von Wirtschaftsprüfern testierbar und gerichtsfest.

Stufe 1:
Ermittlung der
Markenstärke

Brand Census
Analyse von Primärdaten
mittels Kauftrichter

Brand Performance System
Analyse von Sekundärdaten
mittels Kausalmodell

Markenstärke (Brand Equity)

Stufe 2:
Monetarisierung
der Markenstärke
zum Markenwert


Marken-Ertragswert
Transformation der Markenstärke
in einen monetären Markenwert

Monetärer Markenwert (Brand Value)

Stufe 3:
Strategische
Ableitungen

Markenwert-Entwicklung

Value of Success
Beitrag von Marketinginvestitionen
zur Wertsteigerung der Marke



**DER
MARKENWERT
BAUT AUF
STARKEN
MARKEN AUF!**

Wir nutzen für den Bewertungsanlass und das Wertkonzept grundsätzlich die der Marke angemessene Verfahrensweise.

Von unseren Konzept & Markt-Tools stehen im Rahmen der Markenbewertung vor allem drei Verfahren im Vordergrund, die eine mit der DIN/ISO-Norm 10668 konforme Vorgehensweise gewährleisten.

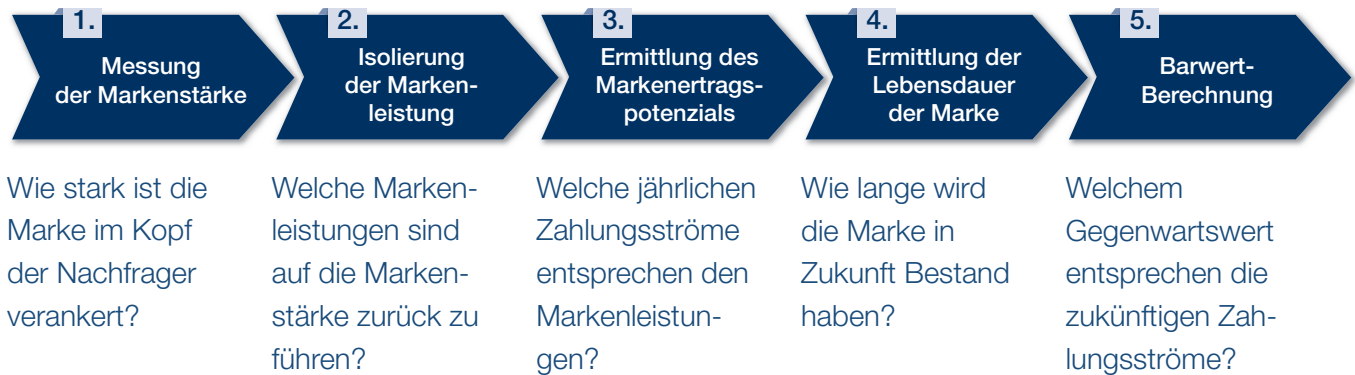
Die linke Abbildung zeigt den Anwendungsbereich von Brand Census, Brand Performance System und Value of Success innerhalb des Bewertungsprozesses.

Auf der Grundlage der Markenstärke wird die originäre Markenleistung isoliert (Schritte 1 und 2). Damit liegen die jährlichen Zahlungsströme vor, die ausschließlich der Marke zuzurechnen sind und die das Ertragspotenzial für die Marke bilden (Schritt 3). Für die Finanzbewertung der Marke wird das in der Wirtschaftsprüfung favorisierte Discounted Cash Flow-Verfahren angewendet (Barwert-Berechnung, Schritt 5), für das zuvor eine realistische Lebensdauer der Marke ermittelt werden muss (Schritt 4).

Im Diskontierungszins werden ferner die gewichteten durchschnittlichen Kapitalkosten (WACC) des Markenunternehmens berücksichtigt. Damit entsprechen die zugrunde liegenden Finanzdaten den Anforderungen des IDW S5 Standard des Instituts der Wirtschaftsprüfer in Deutschland (IDW).

METHODIK DER MARKEN- BEWERTUNG: ABLAUF UND ARBEITSSCHRITTE

Ausgangspunkt für die Ermittlung des monetären Markenwerts ist die Markenstärke. Sie wird in den folgenden Arbeitsschritten in einen Finanzwert überführt.



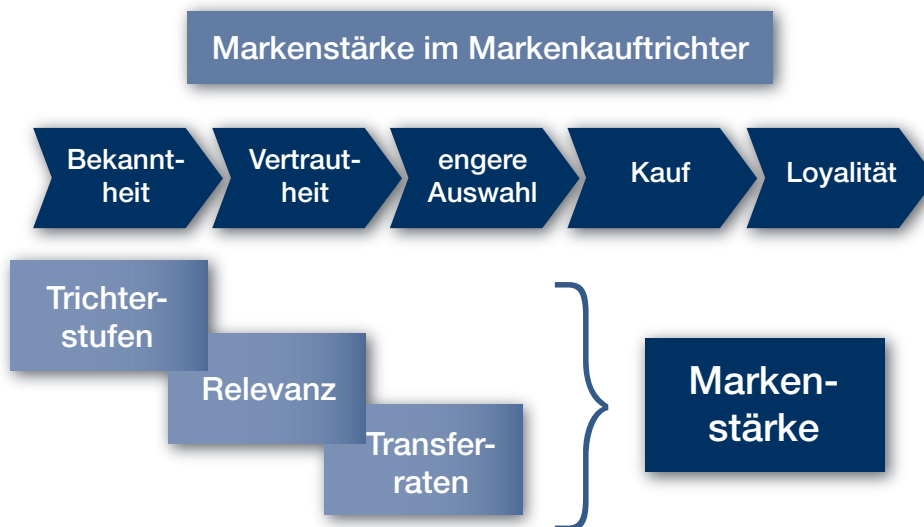
Der bewährte Markenkaufrichter-Ansatz ist die Ausgangsbasis für die Messung der Markenstärke. Die Anzahl und die Relevanz der Trichterstufen werden für die Marke individuell bestimmt. Die empirisch validierte Markenstärke erlaubt ein gezieltes Benchmarking zum Wettbewerber.

Grundlage sind entweder individuell konzipierte Befragungen oder bereits bestehende Marktforschungsdaten in Ihrem Hause.

Damit ist der Brand Census® universell einsetzbar:

- für jede Markenart
- für jede Branche
- für jeden regional definierten Markt

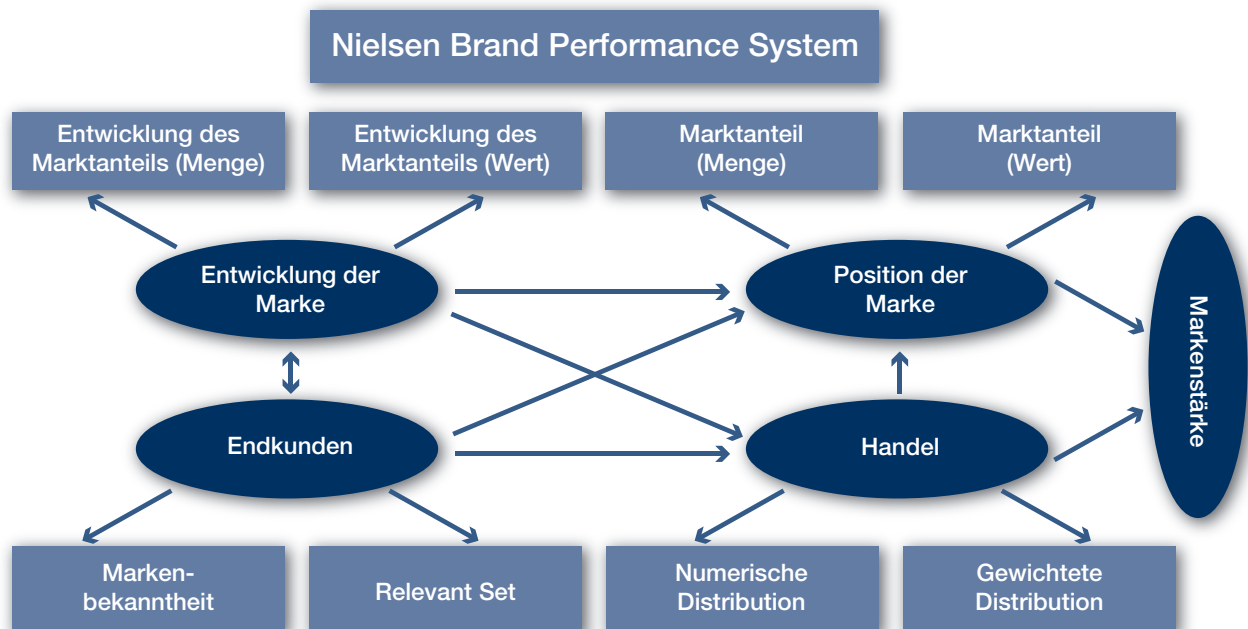
BRAND CENSUS®: MARKENSTÄRKE- MESSUNG MIT DEM MARKEN- KAUFTRICHTER



BRAND PERFORMANCE: MARKENSTÄRKE- MESSUNG MIT MARKTDATEN

Das Nielsen Brand Performance System eignet sich besonders für Marken, die auf klar definierbaren Märkten angeboten werden und über die Marktdaten, idealerweise Paneldaten, vorliegen.

Brand Performance bewertet die wichtigsten Marken eines bestimmten Markts nach einem kausalmodellbasierten Scoring System. Die Kern-Indikatoren für den Markenwert sind: Marktattraktivität, Durchsetzungsstärke im Markt, Nachfragerakzeptanz und der Verbreitungsgrad der Marken. Die Auswahl und die Gewichtung dieser Indikatoren sind dabei das Ergebnis des empirisch validierten Kausalmodells.




Mit Value of Success messen Sie den Wertbeitrag des Marketing für Ihr Unternehmen.

Die Leistung des Marketing und der Unternehmensführung wird damit berechenbar. Grundlage ist die Wertentwicklung der Marke. Sie basiert auf einem bestehenden Markenwertgutachten oder wird mit einem vereinfachten Bewertungsverfahren für die zurückliegenden Jahre abgeschätzt.

Investitionen in die Marke werden damit nachweisbar. Mit diesem Instrument konnten wir in einer Reihe von Fällen die Verdreifachung des Markenwerts innerhalb weniger Jahre nachweisen. Das Verfahren ermöglicht aufgrund eines standardisierten Vorgehens einen kostengünstigen Einstieg in die Markenbewertung.

Im Falle der Anschlussbeauftragung eines Markenwertgutachtens wird das Honorar für Value of Success angerechnet.



VALUE OF SUCCESS: DER EINSTIEG IN DIE MARKEN- BEWERTUNG

ZEITAUFWAND UND HONORARE

Der reine Markenbewertungsprozess benötigt ca. 4 Wochen Zeit. Sofern noch eine empirische Studie durchgeführt werden muss, ist der Zeitaufwand hierfür hinzuzurechnen.

Das Basishonorar für ein gerichtsfestes und von Wirtschaftsprüfern testierbares Markenwertgutachten beträgt 20.000 EUR.

Das Honorar für eine Markenwertschätzung mit Value of Success beträgt 8.000 EUR und wird gegebenenfalls auf den Kostenrahmen für ein Markenwertgutachten angerechnet.

Alle Preise verstehen sich zuzüglich der gesetzlichen Mehrwertsteuer.

Konzept & Markt GmbH
Dr. Ottmar Franzen
Michael Fuchs
Bischof-Blum-Platz 2
65366 Geisenheim (Rheingau)
+ 49 6722 75034-11
+ 49 6722 75034-19
franzen@konzept-und-markt.com
fuchs@konzept-und-markt.com

Weitere Informationen zum Thema Markenbewertung unter
www.markenbewertung.de oder
www.konzept-und-markt.com