



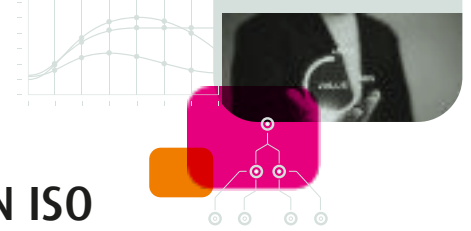
Den Finanzwert von Marken und Warenzeichen messen

INNOFACT Markenbewertung

Marken zählen zu den wertvollsten Vermögensgegenständen von Unternehmen und machen nicht selten mehr als 50% des Unternehmenswertes aus. Da selbstgeschaffene Marken nicht bilanziert werden dürfen, hat der Markenwert den Charakter einer stillen Reserve und ist oftmals gar nicht explizit bekannt. Für Bewertungs- oder Finanzierungsfragen, für Transaktionen, Liquidationen oder Insolvenzen ist der Wert einer Marke allerdings von entscheidender Bedeutung. Und nicht zuletzt ist er eine wichtige Zielgröße für das Markencontrolling. Er zeigt auf, inwieweit die Investitionen in die Marke einen Wertbeitrag für das Unternehmen liefern.

Die Markenbewertung erfolgt in Zusammenarbeit mit **ANXO Management** und basiert auf den bewährten **INNOFACT-Marken-Funnel-Analysen**. Markenerfolg wird nicht nur im Sinne der Performance messbar, sondern in Form von Euro und Cent ausgewiesen. Das Markenmanagement kann damit seinen Wertbeitrag für das Unternehmen valide und datengestützt nachweisen und strategische Investments begründen.





Valide Messung des Markenwertes nach DIN ISO

Auf Basis eines objektiven und normierten Vorgehensmodells haben wir bereits mehr als 1.000 Bewertungen für Unternehmens- und Produktmarken aus verschiedenen B2B- und Konsumgüterbranchen erstellt.

Markenwert-Gutachten von **ANXO Management** sind zertifiziert nach DIN-ISO 10688 und IDW S5. Sie folgen außerdem den noch deutlich weiter gehenden Grundsätzen ordnungsgemäßer Markenbewertung des BDU e.V.



Abbildung: „Messung des Markenwertes in 5 Schritten (Schritte 2 bis 5 entsprechen DIN ISO 10668 und IDW S5)“

So funktioniert es:

Die Markenbewertung nutzt die Daten aus den **INNOFACT-Marken-Funnel-Analysen**. Sie bilden die Basis für den ersten Analyseschritt, die Berechnung der Markenstärke. Als Ausgangsbasis für die Markenwertmessung zeigt dieser Wert, wie stark die Marke in den Köpfen der potenziellen Nachfrager verankert ist.

Alle weiteren Arbeitsschritte zur Finanzwertermittlung erfolgen gemäß der DIN ISO-Norm 10668 und des IDW S5 des Instituts der Wirtschaftsprüfer.

- Messung der Markenstärke mit validen Daten aus dem Brand Funnel
- Isolierung der Markenleistung und damit des prozentualen Wertbeitrags der Marke für den Unternehmenserfolg
- Ermittlung des Markenertragspotenzials im Sinne der jährlichen Zahlungsströme, die durch die Marke für das Unternehmen bewirkt werden
- Festlegung der Lebensdauer für die Marke, basierend auf einer intensiven Analyse ihres Geschäftsmodells
- Ermittlung des Markenwertes auf der Grundlage des anerkannten Kapitalwertverfahrens

Diese Fragen werden beantwortet:

- Welchen monetären Gegenwart hat die Marke aktuell?
- Welches Wertpotenzial hat die Marke für die Zukunft?
- Welchen Wertbeitrag liefert die Marke für das Unternehmen?
- Wie stark konnte der Markenwert gesteigert werden?
- Welches sind die Treiber für den Markenwert?

Das liefert INNOFACT:

- Gerichtsfestes Markenwertgutachten nach DIN ISO und IDW S5
- Umfassende Wertanalyse
- Eingehende Prüfung des Geschäftsmodells
- Interdisziplinäres Expertenteam aus Marktforschern und nach DIN ISO zertifizierten Unternehmensberatern der **ANXO Management Consulting**
- Den Erfahrungshorizont von mehr als 30 Jahren und mehr als 1.000 bewerteten Marken

Foto: Fotolia.de