

Um die Markenbewertung konform zur ISO-Norm 10668 zu gestalten, müssen einige Aspekte beachtet werden. Dadurch wird sichergestellt, dass die Markenbewertung einheitlicher gestaltet wird und die Ergebnisse verschiedener Verfahren vergleichbarer sind. Die folgende Checkliste hilft Ihnen bei der Markenbewertung nach der ISO-Norm 10668.

I. Allgemeine Anforderungen an die Markenbewertung

Wie bei jedem Verfahren, gibt es auch bei der Markenbewertung allgemeine Anforderungen. Die folgenden Punkte sollten beachtet werden:

- Transparenz.
- Validität.
- Reliabilität.
- Hinlänglichkeit.
- Objektivität.

II. Bewertung durch einen unabhängigen und objektiven Gutachter

Die Bewertung durch einen unabhängigen und objektiven Gutachter ist notwendig, um einen neutralen Blick auf den Markenwert zu garantieren. Dadurch soll sichergestellt werden, dass die unternehmenseigenen Daten nicht verschönert werden.

III. Verwendung von verlässlichen Daten

Der Grund für die Verwendung von verlässlichen Daten liegt auf der Hand. Auf Daten mit zweifelhaftem Hintergrund sollte verzichtet werden, um einen möglichst aussagekräftigen und wahrheitsgetreuen Markenwert zu erlangen.

IV. Daten überprüfen

Darüber hinaus sollten alle verwendeten Daten gründlich überprüft werden. Speziell auf die folgenden Punkte sollte geachtet werden:

- Relevanz der Daten.
- Konsistenz der Daten.
- Angemessenheit der Daten.

V. Berücksichtigung verschiedener Einflussgrößen

Um einen möglichst aussagekräftigen Markenwert zu berechnen, ist es notwendig, dass alle relevanten Aspekte bei der Markenbewertung berücksichtigt werden. Zur Abdeckung der wichtigsten Aspekte ist es notwendig, die folgenden Einflussgrößen zu betrachten:

- finanzwirtschaftliche Einflussgrößen.
- verhaltenswissenschaftliche Einflussgrößen.
- rechtliche Einflussgrößen.

VI. Marktanalyse durchführen

Weiterhin ist es notwendig, eine Marktanalyse durchzuführen oder zumindest Zugang zu den Ergebnissen einer Marktanalyse zu besitzen, um eine bessere Prognose über zukünftige Werte zu erstellen. Bei der Marktanalyse sollten vor allem die folgenden Punkte beachtet werden:

- Marktvolumen.
- Marktwerte.
- Gewinnspannen.

VII. Bericht erstellen

Abschließend ist es notwendig, den Anlass für die Markenbewertung öffentlich zu machen und einen Bericht zur Markenbewertung anzufertigen. Die notwendigen Bestandteile des Berichts sind folgende:

- Stellung und Status des Gutachters.
- Zweck der Bewertung.
- Bestimmung der betreffenden Marke.
- bewertete, auf die Marke bezogene Vermögenswerte.
- angesprochene Zielgruppe / Adressaten.
- Voraussetzungen für den Wert.
- angewendete Verfahren und Methoden.
- Bewertungsstichtag und -datum.
- Ergebnis der monetären Markenbewertung.
- verwendete Datenquellen.
- Überblick über den Rechtsbestand, verhaltenswissenschaftliche und finanzwirtschaftliche Aspekte.
- wesentliche Annahmen und Sensitivitäten.
- Grenzen der Bewertung.