



Batten & Company

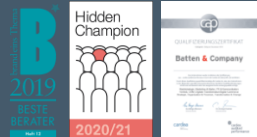
Marketing & Sales Consultants



Den Beitrag der Marke zum Unternehmenserfolg messbar machen

Ihr Weg zur wertorientierten Markenführung

The Marketing & Sales Consultants of BBDO Worldwide

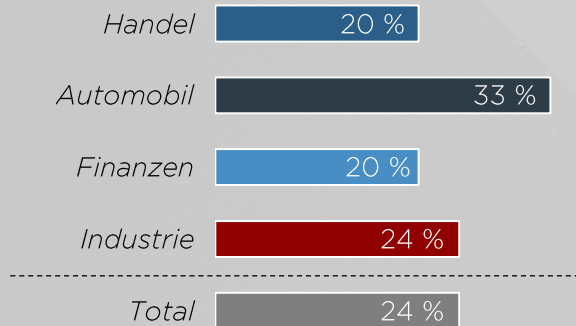


BRANDS MEAN BUSINESS. ...BUT HOW MUCH EXACTLY?

83 % der globalen CEOs geben an, dass Marketing das Potential zum wichtigen Wachstumstreiber hat.

Etwa die Hälfte der CFOs bezweifeln jedoch, dass das Marketing den Wachstum tatsächlich vorantreibt und bemängeln, dass der Grund für abgelehnte oder nicht vollständig finanzierte Marketinganträge ein Mangel an quantifiziertem Wertbeitrag sei.

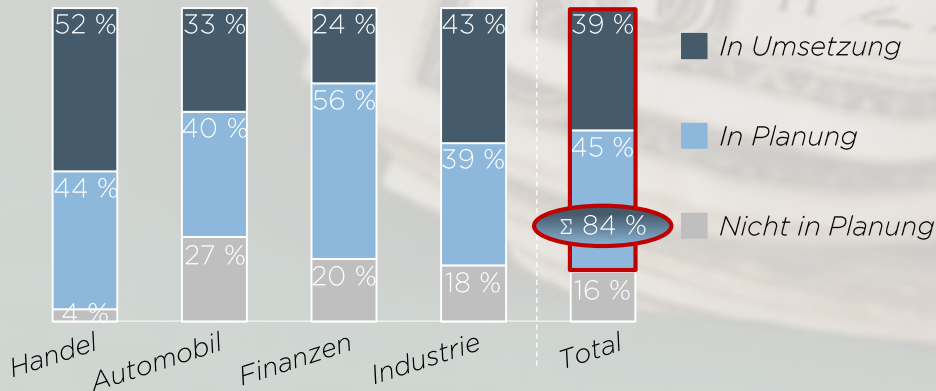
Der Nachweis des Markenbeitrags zur Erreichung finanzieller Unternehmensziele spielt im Markenmanagement bisher bei einem Viertel der Unternehmen eine untergeordnete Rolle:



TALK LESS, SAY MORE!

Nur etwa 40 % aller Unternehmen messen bisher den monetären Beitrag der Marke zum Unternehmenserfolg anhand von finanzwirtschaftlichen Zielen. Die besten Marketers nutzen dabei fortschrittliche Analysen, um die Auswirkungen der Marketingausgaben auf den kurz- und langfristigen Wertbeitrag zu quantifizieren. Nur so können CMOs und Markenverantwortliche sich überzeugend in der C-Suite positionieren und das Marketing vorantreiben.

Die Messung des Markenbeitrags zum Unternehmenserfolg ist dementsprechend bei über 80% der Unternehmen in Umsetzung oder in Planung:



Schaffen Sie Verständnis über die tatsächliche Leistung Ihrer Marke, anhand von Kennzahlen mit Aussagekraft.



Die monetäre Markenbewertung liefert Lösungen für zahlreiche Herausforderungen. In welchen finden Sie sich wieder?

USE CASES MARKENBEWERTUNG

Wert-orientierte Markenführung

1 Markensteuerung und Marken-Controlling



Die Marke soll wertorientiert gemanagt werden und nachweisbar zum Unternehmenserfolg beitragen.

2 Optimierung Markenportfolio und Markenarchitektur



Veränderungsbedarfe im Markenportfolio und mögliche Architektur-Szenarien sollen fundiert ermittelt werden.

3 Markenbudgetallokation



Die Allokation des Gesamtbudgets auf die Marken soll effizient basierend auf der Werthaltigkeit der Marken erfolgen.

4 Marke als Finanzierungsinstrument



Über die Hebung stiller Reserven soll Kapital beschafft werden und die Finanzierungsstruktur soll optimiert werden.

5 Preisbestimmung bei Mergers & Akquisitionen



Der Markenwert muss als Teil des UN-Wertes quantifiziert und bilanziell aktiviert werden.

6 Wertermittlung bei Markenkauf/Markenverkauf



Verkaufsverhandlungen müssen fundiert und belastbar auf Basis des monetären Werts der Marke erfolgen.

7 Ermittlung Markenlizenzrate

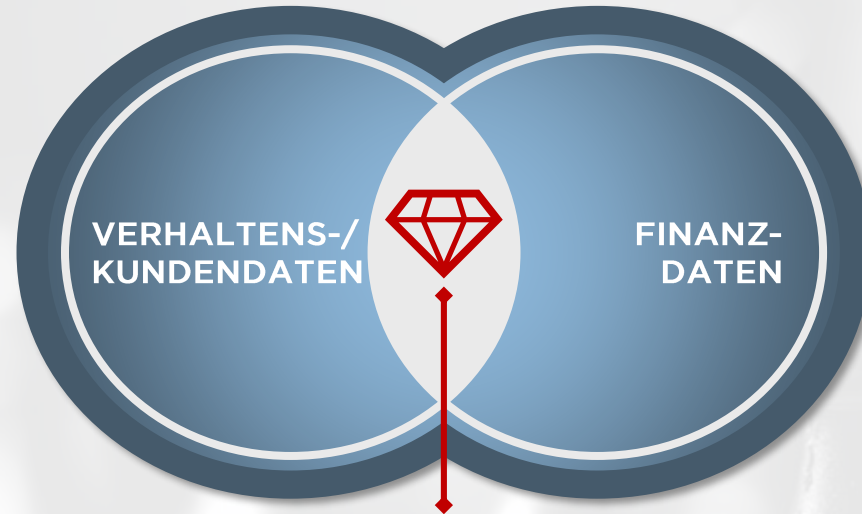


Für die Nutzung der Marke durch einen Dritten muss ein objektives, spezifisches Nutzungsentgelts ermittelt werden.

Finanzielle Optimierung

Um Ihre Herausforderungen optimal zu lösen, verbindet das BEVA-Verfahren die verhaltens- und die finanzwissenschaftliche Sichtweise.

KOMBINATION VON VERHALTENS- UND FINANZDATEN



**Das Beste aus zwei Welten:
Aussagekräftige Insight-Generierung durch separate und kombinierte Betrachtung**

- ✓ Ganzheitliches Verständnis der aktuellen Markensituation unter Einbezug aller relevanten verfügbaren Daten
- ✓ Kapitalisierung des Markenwerts aus Kunden- und Unternehmensperspektive
- ✓ Möglichkeit zur bilanztechnischen Ausweisung des Markenwerts

BEVA berücksichtigt Ihre individuellen Ziele und verläuft dabei größtenteils standardisiert und in kurzer Zeit.

BEVA-PROJEKTVORGEHEN



VORBEREITUNG

- Definition **Projektziele**
- Abgleich benötigter Daten und bereits vorhandener Daten
 - **Finanzwirtschaftliche Daten**, die intern vorliegen (bspw. Umsatz)
 - **Verhaltenswissenschaftliche Daten**, die bereits vorliegen oder über standardisierte Marktforschung erhoben werden (bspw. Identitätsstiftung der Marke)
- Ableitung Projekt-Roadmap

Wir orientieren uns an Ihren individuellen Projektzielen und halten den Aufwand der Datenerhebung für Sie gering.

1 Woche



EVALUIERUNG

- Erhebung der **Datenbasis** (falls erforderlich durch repräsentative BEVA-Primärmarktforschung)
- Zusätzliche Erhebung von **Markenassoziationen** und weiteren Customer Insights individuell auf Ihren Wunsch möglich
- Konsolidierung der Ergebnisse und Ermittlung der **Markenstärke**
- Berechnung der markenspezifischen **Lizenzrate** und des **monetären Markenwerts**

Wir führen die Markenbewertung standardisiert und effizient durch.

4 Wochen



ABLEITUNG IMPLIKATIONEN

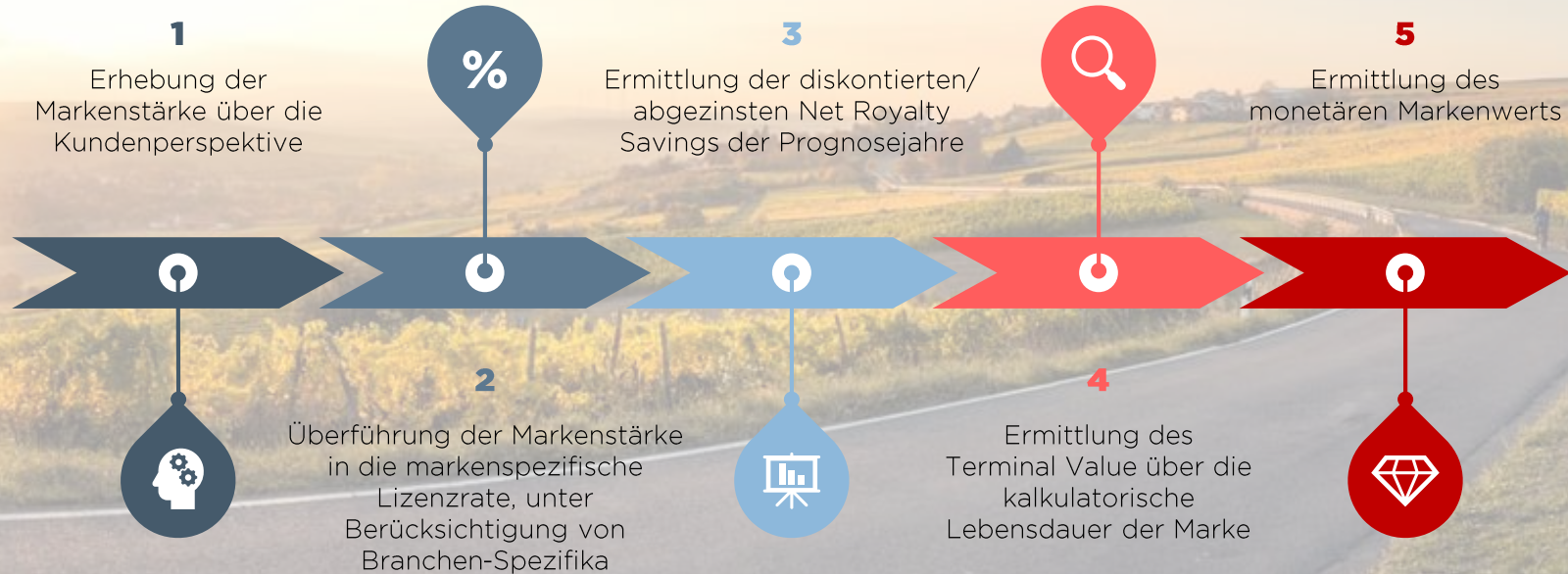
- Ableitung von **strategischen Implikationen** für die zukünftige Markenstrategie und Markenführung
- Dokumentation aller Ergebnisse in einem **Markenwertgutachten**

Wir liefern belastbare und fundierte Ergebnisse sowie Implikationen, zusammengefasst in einem Gutachten.

2 Wochen

Kernergebnis ist ein testatfähiges Markenwert-Gutachten inkl. relevanter Handlungsempfehlungen für Ihren Anwendungsfall.

BEVA-TEILMODULE



Die Vorteile der monetären Markenbewertung durch das BEVA-Verfahren wurden im Rahmen vieler Projekte bestätigt.



Ganzheitlich

Ganzheitliches Verständnis aktueller Markensituation unter Einbezug aller relevanten Kennzahlen aus Kunden- und Unternehmensperspektive



DIN-konform

Erfüllung Anforderungen des DIN ISO Standards 10668 u.a. durch die unabhängige und objektive Begutachtung auf ausreichender Datenbasis



Transparent

Einhaltung Bewertungsgrundsätze, die Transparenz und Nachvollziehbarkeit in der Markenbewertung garantieren



Bilanzierungsfähig

Möglichkeit zur bilanztechnischen Ausweisung des Markenwerts



Erfprobt

Erfolgreicher Einsatz im Rahmen vieler Projekte in verschiedensten Anwendungsfällen und Branchen



Einfach und schnell

Geringe Anforderungen an den Auftraggeber und schnelle Durchführung durch standardisiertem Vorgehen

Als Spezialisten für wertorientierte Markenführung lösen wir gerne auch Ihre Markenwert-Herausforderung gemeinsam mit Ihnen.

Gebündelte Expertise

Das BEVA-Modell wurde von den Markenbewertungsexperten von Batten & Company mit der Universität Mannheim und der Wirtschaftsprüfungsgesellschaft Ernst & Young entwickelt

Langjährige Erfahrung

Wir haben zahlreiche Markenbewertungen in allen Anwendungsfällen und Branchen erfolgreich durchgeführt



Vernetzte Präsenz

Wir sind Mitglied im Brand Evaluation Forum und setzen gemeinsam mit anderen Experten einheitliche Qualitätsstandards für die monetäre Markenbewertung

Ganzheitliches Verständnis

Wir verfügen über ein tiefgehendes und ganzheitliches Verständnis von Brand Management und Marktforschung, in Bezug auf Markenbewertung und darüber hinaus

Ihre Ansprechpartnerin bei Batten & Company – Vereinbaren Sie noch heute ein unverbindliches Erstgespräch!



Cornelia Großmann
Associate Partner & Head of Brand Management

Batten & Company
Theresienhöhe 12
80339 München

Tel: +49 (0) 89 54243 2173
Mobil: +49 (0) 173 29 00 626
cornelia.grossmann@batten-company.com



© Copyright

Dieses Dokument der Batten & Company GmbH ist ausschließlich für den Adressaten bzw. Auftraggeber bestimmt. Es bleibt bis zu einer ausdrücklichen Übertragung von Nutzungsrechten Eigentum der Batten & Company GmbH. Jede Bearbeitung, Verwertung, Vervielfältigung und/oder gewerbsmäßige Verbreitung des Werkes ist nur mit Einverständnis der Batten & Company GmbH zulässig.

Batten & Company GmbH, Königsallee 92, 40212 Düsseldorf, www.batten-company.com



Batten & Company

Creating Concepts. Delivering Solutions.

