

Branchen-Info-Spezial

www.fachverbandwerbung.at

Zielgruppe:

Mitglieder

Stand:

Juni 2010 / MD

Titel	Aktuelle Begutachtungsverfahren
Untertitel	Ö-Norm: Markenbewertung_Juni 2010
Info	<p>Das Internationale Normungsinstitut hat im Herbst 2009 eine internationale Norm zum Thema Markenwert erarbeitet. In dieser ISO 10668 „Brand Valuation - Requirements for monetary brand valuation“ wurden die grundlegenden Anforderungen an Berechnungsverfahren für die monetäre Bewertung einer Marke festgelegt.</p> <p>Nunmehr hat das Österreichische Normungsinstitut einen Entwurf einer Ö-Norm vorgelegt, mit der diese internationalen Vorgaben auch innerstaatlich umgesetzt werden sollen. Das Normungsinstitut hat nunmehr das Begutachtungsverfahren eingeleitet. Es ist beabsichtigt, dass diese Ö-Norm noch im Herbst 2010 in Kraft tritt und damit die bisherige ONR 16800:2006-03 ersetzen soll.</p> <p>Sicht des Fachverbandes Aus Sicht des Fachverbandes ist dieser Entwurf ein sinnvoller und brauchbarer Ansatz, um Marken unter Einbeziehung rechtlicher, wissenschaftlicher und finanzieller Aspekte korrekt zu bewerten. Diese Norm soll mithelfen, den Wert des „Vermögensgegenstandes Marke“ zu bewerten. Damit wird Unternehmen, unabhängig von der Betriebsgröße eine Hilfestellung beim Markenmanagement gegeben. Damit soll auch den traditionell klein- und mittelständisch organisierten österreichischen Unternehmen die Bestimmung des Wertes ihrer Marke erleichtert werden. Das der ÖNORM zugrunde liegende Verfahren der Markenbewertung orientiert sich an jenen zur Unternehmensbewertung.</p> <p>Die wesentlichen Punkte des Ö-Normen-Entwurfs sind:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Der vorliegende Entwurf hat den Aufbau der internationalen ISO-Norm übernommen und gliedert sich in 9 Hauptkapitel, von denen vor allem das Kapitel 1 (Anwendungsbereich), das Kapitel 2 (Begriffsbestimmungen) und das Kapitel 3 (Bewertungsprozess) von Bedeutung sind. • Anhang A beinhaltet ein Bewertungsbeispiel zum „Konsumgüterbereich“. • Anhang B befasst sich mit den Einflussgrößen auf den Markenwert (Position des Managements, Marktpositionierung, Einsatz finanzieller Mittel). • Anhang C handelt die Bedeutung einer Marke ab (Wachstumsmotor, Produktivitätsfaktor, Unterscheidensmerkmale, Unternehmenswert) • Anhang D befasst sich mit der Verkehrsgeltung von Marken • Anhang E beschäftigt sich mit den rechtlichen Aspekten der Markenbewertung (Lizenzen, Kartellrecht, Wettbewerbsrecht, etc.)
Lesen Sie mehr!	Siehe Ö-Normen-Entwurf

Kontakt	Fachverband Werbung und Marktkommunikation Wirtschaftskammer Österreich 1040 Wien, Wiedner Hauptstraße 73 T 05 90 900-3503 F 05 90 900-285 E werbung@wko.at H www.fachverbandwerbung.at
---------	--