

[ENGLISH](#)

[Marken
Angebote](#)

[Marken
Gesuche](#)

[semion®
brand-broker](#)

[Marken-Verkauf
Marken-Kauf](#)

[Marken-Werte](#)

[INFOLINE](#)

[PresseSpiegel](#)

[News](#)

[Links](#)

[Index](#)

[BRANDING](#)

[eMail](#)

Quelle: www.semion.de

Marken-Bewertung

Die regelmäßige monetäre Bewertung einer Marke liefert wertvolle Hinweise für marken- und unternehmens-politische Entscheidungen:

- Kennzahl für die Bewertung von Marketing-Leistungen
 - Basis für die Festlegung von Lizenzgebühren
- Grundlage für die Ermittlung der Markenwertschädigung durch Produktpiraterie und somit eine wesentliche Determinante für Schadensersatzforderungen
 - Berechnungsgrundlage beim Kauf bzw. Verkauf einer Marke
- Kenngröße für die Bewertung des Zukunftspotential eines Unternehmens bei der Umwandlung in eine Aktiengesellschaft
 - Kenngröße für die Bewertung von Unternehmen
 - Wert-Input für Rechnungslegung - Basel II / IAS 38

[Das semion® Bewertungsverfahren](#)

Was können Marken wert sein?

[Berühmte deutsche Marken 1999](#)

[Berühmte deutsche Marken 2000](#)

[Berühmte deutsche Marken 2001](#)

[Berühmte deutsche Marken 2002](#)

[Berühmte deutsche Marken 2003](#)

[Zurück](#)

[ENGLISH](#)

[Marken
Angebote](#)

[Marken
Gesuche](#)

semion®
brand-broker

[Marken-Verkauf](#)
[Marken-Kauf](#)

[Marken-Werte](#)

INFOLINE

[PresseSpiegel](#)

[News](#)

[Links](#)

[Index](#)

BRANDING

[eMail](#)

Quelle: www.semion.de

SEMION® BRAND-BROKER GMBH

brand€valuation 2003

Berühmte deutsche Marken in EURO & CENT

Stand 10/2003

		Unternehmen/Marken	Markenwert in Mio. €URO					±/- 02-03
RF 03	RF 02		1999	2000	2001	2002	2003	
1	1	DaimlerChrysler	34.641	36.223	33.593	33.425	33.473	0,1%
		Mercedes	19.042	20.458	20.962	20.752	21.018	1,3%
2	2	VW	15.831	18.431	18.708	18.802	18.896	0,5%
3	3	BASF	17.722	16.822	17.158	17.203	17.419	1,3%
4	5	Dt. Post	-	-	15.220	15.601	16.303	4,5%
5	4	BAYER	18.878	18.576	15.614	15.739	16.033	1,9%
6	6	Dt. Telekom	19.435	18.183	15.586	14.963	15.600	4,3%
7	7	Allianz	-	11.369	12.565	12.213	12.555	2,8%
8	8	Siemens	9.756	11.421	10.594	10.663	10.380	-2,7%
9	9	BMW	6.298	6.946	7.529	7.996	8.492	6,2%
10	10	SAP	7.105	7.294	7.124	6.996	7.332	4,8%
11	11	Henkel	5.772	6.427	6.620	6.786	7.024	3,5%
12	12	Lufthansa	6.280	6.527	6.540	6.638	6.804	2,5%
13	14	RWE	5.741	5.712	5.722	5.825	5.778	-0,8%
14	13	Deutsche Bank	-	6.496	6.172	6.018	5.723	-4,9%
15	15	E.on	-	4.454	4.632	4.725	4.875	3,2%
16	16	TUI	-	3.071	3.224	3.337	3.420	2,5%
17	17	Adidas	3.209	3.132	3.213	3.261	3.441	5,5%
18	18	Audi	2.875	2.819	2.889	2.947	3.006	2,0%
19	19	Beiersdorf	1.978	2.278	2.518	2.719	2.801	3,0%
20	21	Porsche	1.614	1.971	2.223	2.367	2.450	3,5%
21	20	Schering	1.993	2.254	2.356	2.398	2.418	0,8%
22	22	Continental	2.191	2.115	2.040	2.070	2.070	0,0%
23	23	Merck	1.811	1.851	1.855	1.933	1.937	0,2%
NEU		DAX				1.573	1.582	0,6%
25	25	HVB	-	1.565	1.513	1.490	1.528	2,5%
26	24	ProSiebenSat.1	865	964	1.669	1.557	1.515	-2,7%
27	26	United Colors of Benetton	1.427	1.267	1.214	1.234	1.214	-1,6%

semion®
brand-broker
BRANDING

[eMail](#)

		Markenwert in Mio. €URO						
RF 03	RF 02	Unternehmen/Marken	1999	2000	2001	2002	2003	+/- 02-03
15	15	E.on	-	4.454	4.632	4.725	4.875	3,2%
16	16	TUI	-	3.071	3.224	3.337	3.420	2,5%
17	17	Adidas	3.209	3.132	3.213	3.261	3.441	5,5%
18	18	Audi	2.875	2.819	2.889	2.947	3.006	2,0%
19	19	Beiersdorf	1.978	2.278	2.518	2.719	2.801	3,0%
20	21	Porsche	1.614	1.971	2.223	2.367	2.450	3,5%
21	20	Schering	1.993	2.254	2.356	2.398	2.418	0,8%
22	22	Continental	2.191	2.115	2.040	2.070	2.070	0,0%
23	23	Merck	1.811	1.851	1.855	1.933	1.937	0,2%
NEU		DAX				1.573	1.582	0,6%
25	25	HVB	-	1.565	1.513	1.490	1.528	2,5%
26	24	ProSiebenSat.1	865	964	1.669	1.557	1.515	-2,7%
27	26	Heidelberger Druck	1.127	1.267	1.311	1.324	1.311	-1,0%
28	27	Commerzbank	-	1.289	1.221	1.166	1.195	2,5%
29	28	Linde	972	1.044	1.070	1.098	1.115	1,6%
30	29	Wella	776	788	822	851	889	4,5%
31	30	Fresenius Med-Care	675	727	758	772	793	2,8%
NEU		Altana					649	-
33	31	Schwarz Pharma	508	549	561	570	590	3,6%
34	32	Hugo Boss	377	434	462	469	481	2,5%
35	33	Puma	294	285	298	323	344	6,5%
36	34	Douglas	230	234	241	253	262	3,5%
37	35	Infineon		213	197	195	188	-3,2%
38	36	Varta	150	149	154	152	153	0,1%
39	37	Villeroy & Boch	135	139	142	145	146	0,3%
40	38	Epcos	-	142	130	133	135	1,5%
41	39	Sixt	122	119	117	119	117	-1,5%
42	40	Berentzen	121	121	115	118	114	-3,5%
43	41	Fielmann	101	103	105	108	112	3,8%
44	42	Jenoptik	84	96	100	102	102	0,3%
45	44	WMF	89	85	87	89	91	1,8%
46	43	Escada	78	90	91	92	88	-4,5%
47	45	MobilCom	238	238	208	77	78	1,6%
48	46	Beate Uhse	48	52	55	57	59	3,5%
49	47	Sartorius	38	42	44	45	45	0,3%
50	48	Loewe	34	37	39	40	37	-6,8%

Quelle: www.semion.de

		Markenwert in Mio. €URO						
RF 03	RF 02	Unternehmen/Marken	1999	2000	2001	2002	2003	+/- 02-03
35	33	Puma	294	285	298	323	344	6,5%
36	34	Douglas	230	234	241	253	262	3,5%
37	35	Infineon		213	197	195	188	-3,2%
38	36	Varta	150	149	154	152	153	0,1%
39	37	Villeroy & Boch	135	139	142	145	146	0,3%
40	38	Epcos	-	142	130	133	135	1,5%
41	39	Sixt	122	119	117	119	117	-1,5%
42	40	Berentzen	121	121	115	118	114	-3,5%
43	41	Fielmann	101	103	105	108	112	3,8%
44	42	Jenoptik	84	96	100	102	102	0,3%
45	44	WMF	89	85	87	89	91	1,8%
46	43	Escada	78	90	91	92	88	-4,5%
47	45	MobilCom	238	238	208	77	78	1,6%
48	46	Beate Uhse	48	52	55	57	59	3,5%
49	47	Sartorius	38	42	44	45	45	0,3%
50	48	Loewe	34	37	39	40	37	-6,8%

Basis:

Unternehmensinfos / Bilanzen des jeweils vorausgegangenen Jahres
Marktanalyse semion

Bewertungskriterien:

Finanzwert

- Entwicklung, Gewinnsituation, Potential

Markenschutz

- Portfolio, Waren-/Dienstleistungsverzeichnis, Schutzzumfang national / international, Marken Umfeld

Markenstärke

- Marktanteil, Markteinfluß, Marketingaktivitäten, Distributionsgrad, Bekanntheitsgrad, Geschlossenheit des Markenauftritts, Potential

Markenimage

- Akzeptanz, Kompetenz, Influenz, Prägnanz

Fragen, Erläuterungen & Wert-Gutachten: [eMail](mailto:semion@brand-broker.de) genügt!