

Patente, Marken, Verträge,  
Kundenbeziehungen –  
Werttreiber des 21. Jahrhunderts

# Inhalt

Executive Summary	3
Einleitung	5
Zielsetzung der Studie	7
Einleitung	7
Immaterielles Vermögen – Werttreiber in Transaktionen und Bilanzen	9
Bewertungsmethoden	15
Steuerung von nicht bilan- zierten immateriellen Ver- mögenswerten	18
Verantwortung für nicht bilanzierte immaterielle Ver- mögenswerte	22
Patente, Marken oder Nut- zungsrechte – das Finanzie- rungsinstrument der Zukunft?	25
Wie sicher ist mein immate- rielles Vermögen?	29
Ausblick	32

# Executive Summary

Das 21. Jahrhundert wird in starkem Maße von immateriellen Vermögenswerten und deren strategischer Nutzung geprägt sein. Die Erwartung der befragten Unternehmen in Bezug auf immaterielle Vermögenswerte lässt sich wie folgt zusammenfassen:

- Vermehrte Bilanzierung
- Integrierung in Steuerungs- und Management-informationssysteme
- Entstehung von Märkten/verstärkte Handelbarkeit

Aus diesen Tendenzen werden sich viele Herausforderungen ergeben. Diese sind sowohl strategischer als auch operativer Natur.

Die unternehmerischen Antworten auf diese Herausforderungen wird die Aufbau- und Ablauforganisation von Unternehmen nachhaltig verändern.

Wir werden die Entwicklung dieser Themen weiter begleiten. Aus diesem Grund möchten wir diese Studie in Zukunft wiederholen und sind mit Ihnen auf die dann zu verzeichnenden Änderungen gespannt.

Welche Vermögenswerte schaffen  
den wahren Wert im Unternehmen?

Wie lassen sich immaterielle Werte  
im Unternehmen steuern?

Ist Wissen der wichtigste Wert-  
treiber des 21. Jahrhunderts?



# Einleitung

In der Literatur existiert eine Vielzahl unterschiedlicher Begrifflichkeiten für immaterielles Vermögen. Klassische immaterielle Vermögenswerte sind Marken, Patente, Lizenzen, andere patentierte und nicht patentierte Produktionsprozesse und Technologien sowie das Bestehen von belastbaren und dauerhaften Beziehungen zu Kunden und Lieferanten. Die Definition von immateriellem Vermögen geht jedoch noch deutlich darüber hinaus. Sie umfasst alle immateriellen Vermögenswerte, wie zum Beispiel Humanvermögen, Innovations- und Infrastrukturvermögen sowie Partner- und Prozessvermögen. Das allgemeine und individuelle Wissen spielt eine zunehmend größere Rolle für die Wertschöpfung und die gesamtwirtschaftliche Entwicklung einer jeden Gesellschaft.

Auch die EU hat die enorme Bedeutung des intellektuellen Vermögens erkannt. Mittels der Lissabon-Strategie wird versucht, den europäischen Wirtschaftsraum zum wettbewerbsfähigsten und dynamischsten wissensbasierten Wirtschaftsraum der Welt auszubauen. So wurden umfassende politische Programme zwecks Förderung von Investitionen in immaterielles Vermögen aufgelegt.

Auch in der Bilanzierung ist ein Wechsel zu verzeichnen. IAS 38 oder IFRS 3 beschäftigen sich detailliert mit Bilanzierungs- und Bewertungsfragen immaterieller Vermögenswerte. Eine einheitliche Behandlung ist jedoch nach wie vor nicht erreicht.

Dienstleistungs- und Hochtechnologiegesellschaften schaffen Werte insbesondere durch eine effiziente und innovative Kombination der oben genannten immateriellen Vermögenswerte. Zukunftsgerichtete Anwendung und strukturiertes Management werden zum Schlüssel dafür werden, ob es Unternehmen gelingt, im globalen Wettbewerb zu bestehen und erfolgreich Zukunftspotenziale zu erschließen.



# Zielsetzung der Studie

Mit der vorliegenden Studie untersucht KPMG die Bedeutung immaterieller Vermögenswerte für und den Umgang mit diesen durch einzelne Unternehmen. Hierbei wurde ein besonderes Augenmerk auf folgende Themen gelegt:

- Bekanntheit und Häufigkeit des Vorkommens immaterieller Vermögenswerte
- Bewertungsansätze bzw. Bewertungsmethoden
- Weitergehende Verwendung (z. B. als Sicherheit für Finanzierungen)
- Steuerung

In Anbetracht der Transformation unserer Gesellschaft in eine Wissensgesellschaft gehen wir davon aus, dass wir heute lediglich die ersten Tendenzen dieser Entwicklung auf Unternehmensebene beobachten. Es ist anzunehmen, dass das Gewicht aller Themen rund um immaterielle Vermögenswerte weiter deutlich zunehmen wird. Um entsprechende Entwicklungen im Zeitverlauf aufzeigen zu können, möchten wir diese Studie in regelmäßigen Abständen aktualisieren.

Wir freuen uns darauf, mit Ihnen heute den Grundstein für eine interessante Beobachtungsreihe zu legen. Eines ist sicher: Das Thema immaterielle Vermögenswerte wird uns in der Zukunft allgegenwärtig sein.







# Immaterielles Vermögen – Werttreiber in Trans- aktionen und Bilanzen

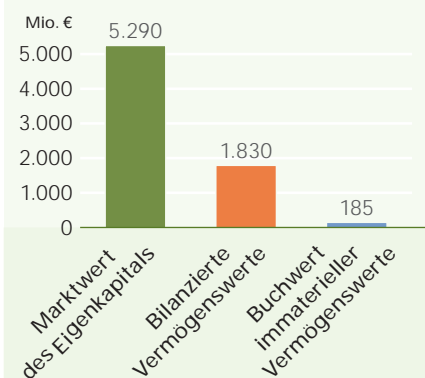
Der Wandel von der klassischen Industrie- zur Dienstleistungs- und Hochtechnologiegesellschaft zerstört alte Werte und schafft gleichzeitig neue. Veränderte Formen des Wettbewerbs dominieren die heutigen Märkte. Wettbewerbsvorteile entstehen insbesondere durch Kreativität, Technologie und Bildung. Diese Parameter machen Innovationsfähigkeit erst möglich.

Wesentliche Werttreiber in vielen Unternehmen sind mittlerweile Marken, Patente, Humanvermögen oder spezielles Know-how in Produktionsprozessen sowie auf Beschaffungs- und Absatzmärkten. Im Vergleich zu materiellen Vermögenswerten zeichnet sich immaterielles Vermögen durch ein hohes Maß an Flexibilität aus und trägt dadurch wesentlich zur Dynamisierung des Wettbewerbs bei. Die Entwicklung einiger Unternehmen ist geradezu ein Spiegelbild für diese Entwicklung. Oft ist die Entwicklung von Unternehmen und Unternehmenswerten ohne immaterielle Vermögenswerte fast nicht zu erklären.

Als Jochen Zeitz 1993 den damals in der Krise steckenden Sportartikelhersteller Puma übernahm, erkannte er das große Potenzial der Marke und machte sie in den vergangenen Jahren zu einer der begehrtesten der Modewelt. Heute steht der Name Puma weltweit für Mode, Lifestyle und Sport. PPR hatte im zweiten Quartal 2007 ein Übernahmeangebot für die Puma AG lanciert, dem zufolge das Unternehmen mit ca. 5,3 Mrd. Euro bewertet wurde. Diesem Angebot standen zum Ende

des zweiten Quartals 2007 im Konzern bilanzierte Vermögenswerte in Höhe von ca. 1,8 Mrd. Euro und ein Bucheigenkapital von ca. 1,1 Mrd. Euro gegenüber. Es ist naheliegend, dass das Kalkül zur Übernahme wesentlich durch die nicht bilanzierten Vermögenswerte der Puma AG beeinflusst wurde. Erhebliche Wertanteile dürften hierbei auf die Marke Puma entfallen sein, mit der allein im ersten Halbjahr 2007 Umsätze in Höhe von rd. 1,4 Mrd. Euro realisiert wurden.

Puma zum 30. Juni 2007



Quelle: Puma Quartalsbericht

### Coke baut Wassergeschäft massiv aus

(...) Kauf der Wasserfirma Energy Brands, inklusive deren Hauptmarke Glacéau, für 4,1 Mrd. \$ ... – die größte Akquisition in der Geschichte des 115 Jahre alten Unternehmens. „Dies ist für uns ein entscheidender Schritt, um nachhaltig auf unserem Heimatmarkt Nordamerika zu wachsen“, sagte Coca-Cola-Chef Neville Isdell. Zugleich stellte der Konzern eine neue Mineralwassermarke namens VIO für den deutschen Markt vor. In Großbritannien ist es seit gestern Spekulationen, Coca-Cola führe Gespräche über eine Übernahme von Highland Spring im Wassermarkt.

### Adidas kauft Reebok-Vertriebsrechte in Griechenland

(...) Adidas hatte im vergangenen Jahr die US-Marke Reebok übernommen, um sich hauptsächlich im wichtigen US-Markt besser zu positionieren. Seitdem kämpft der Konzern mit der Neuausrichtung der Marke. Um den Vertrieb zu optimieren und den Marketingauftritt einheitlich unter Führung des Konzerns bestimmen zu können, kauft Adidas weltweit die Vertriebsrechte für Reebok auf. Daraus hofft sich Adidas bis 2009 mindestens 10 Millionen Euro an zusätzlichem Umsatz.

Wirtschaft, 16. März 2007

### Permira übernimmt Hugo Boss

Die Metzinger Hugo Boss AG ist mit einem Umsatz von ca. 1,5 Mrd. Euro Deutschlands größter Anbieter von Herrenmode. Den Mehrheitsanteil an Boss hält der britische Finanzinvestor Permira, der knapp 90 Prozent der Stimmrechte und 74 Prozent des Grundkapitals innehat. Permira hatte sich diese Mehrheit über eine Beteiligung an der italienischen Valentino Fashion Group gesichert. Die Höhe dieser Beteiligung belief sich auf etwa 2,6 Mrd. Die Strategie bei Hugo Boss soll jedoch nach Angaben des Vorstandsvorsitzenden Bruno Sälzer unverändert bleiben, eine höhere Profitabilität werde jedoch so oder so angestrebt.

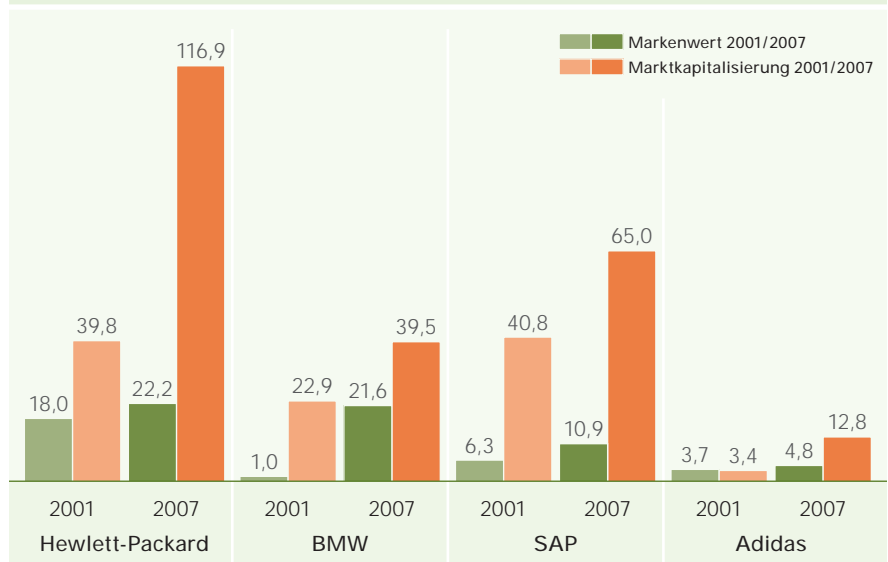
Spiegel Online, 22. Juli 2007; Financial Times Deutschland, 24. Juli 2007

Die eingeschränkte Bilanzierbarkeit immateriellen Vermögens führt dazu, dass der Tendenz nach eher geringe Teile der im Unternehmen vorhandenen immateriellen Vermögenswerte im Jahresabschluss bilanziert werden.

Entgeltlich erworbene immaterielle Vermögenswerte können dagegen in der Regel in die Bilanz aufgenommen werden. So findet beispielsweise eine im Zuge einer Unternehmensakquisition erworbene Marke zwar ihre Berücksichtigung in der Bilanz, jedoch ist sie nach HGB über maximal 15 Jahre abzuschreiben. Anders verhält es sich nach IFRS. Hier wird die erworbene Marke im Regelfall ohne vorab bestimmte Nutzungsdauer – somit quasi „auf ewig“ – bilanziert und ist im Gegenzug einem jährlichen Impairment-Test zu unterziehen.

Ein retrospektiver Vergleich ausgewählter Markenwerte aus den Jahren 2001 und 2007 zeigt, dass sich ein enormes Wertpotenzial hinter Marken verbergen kann:

Entwicklung ausgewählter Markenwerte und Marktkapitalisierungen  
(in Mrd. US \$)



Quelle: Business Week / Interbrand\* 6. August 2001 und 26. Juli 2007; Bloomberg

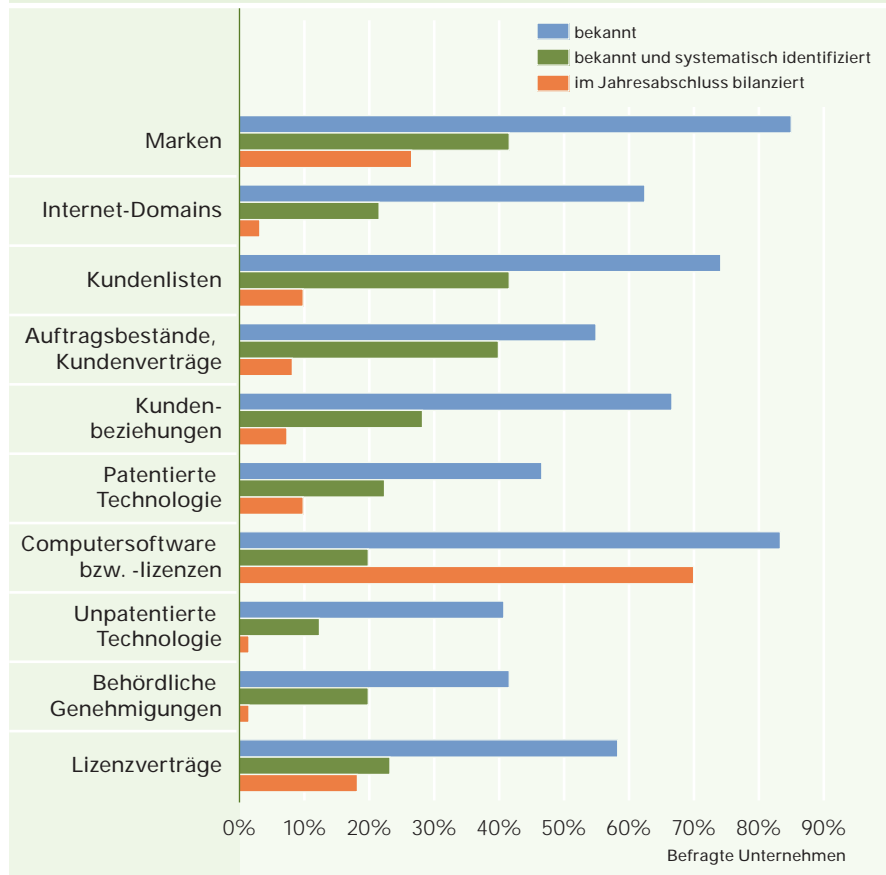
\*Der aufgeführte Markenwert drückt nach Angabe von Interbrand den „Gegenwartswert der zukünftig erwarteten Erträge aus, die ausschließlich dank der Präsenz der Marke generiert und gesichert werden“. Dieser wird auf Grundlage externer Daten abgeleitet.





In unserer Befragung zeigte sich zwar eine hohe Bekanntheit immaterieller Vermögenswerte, jedoch machte im Verhältnis dazu der Wert der tatsächlich im Jahresabschluss bilanzierten immateriellen Vermögenswerte nur einen geringen Teil aus.

#### KPMG-Umfrage 2007: Welche immateriellen Vermögenswerte gibt es in Ihrem Unternehmen?



Im Ergebnis kann festgehalten werden:

- Bei mehr als der Hälfte der Unternehmen waren sieben der insgesamt genannten zehn immateriellen Vermögenswerte bekannt.
- Von diesen Unternehmen führen rund 50% im Rahmen der Inventarisierung eine systematische Identifikation der nicht bilanzierten immateriellen Vermögenswerte durch.
- Die Anzahl der bilanzierten immateriellen Vermögenswerte liegt deutlich unter der Anzahl der systematisch identifizierten immateriellen Vermögenswerte.
- Software ist der einzige immaterielle Vermögenswert, der bei der Mehrzahl der Unternehmen bereits heute bilanziert wird. Die Quote der bilanzierenden Unternehmen beträgt fast 70%.

Die Ergebnisse zeigen deutlich, dass in vielen Unternehmen immateriellen Vermögenswerten eine hohe Bedeutung zugemessen wird. In mehr als einem Drittel der Unternehmen werden immaterielle Vermögenswerte anhand eines systematischen Vorgehens identifiziert. Zahlen- und wertmäßig findet jedoch lediglich ein geringer Anteil der identifizierten Vermögenswerte Eingang in die Bilanzierung.



## Kategorien immaterieller Vermögenswerte

Nach IFRS 3 (business combinations) sind im Rahmen von Unternehmenskäufen folgende immaterielle Vermögenswerte zu bilanzieren (nicht abschließende Einzelaufzählung).

- **Marketingbezogene immaterielle Vermögenswerte**

sind Warenzeichen wie beispielsweise Worte, Namen, Symbole oder andere Instrumente, Handelsmarken, Konsummarken, Einzelmarken, Dachmarken, Unternehmensmarken, Markenauftritte (einzigartige Farben, Form oder die Summe des Designs), Internet-Domainnamen.

- **Kundenorientierte immaterielle Vermögenswerte**

Kundenlisten, Auftragsbestände bzw. Fertigungsverträge, Kundenverträge und damit verbundene Kundenbeziehungen.

- **Technologiebasierte immaterielle Vermögenswerte**

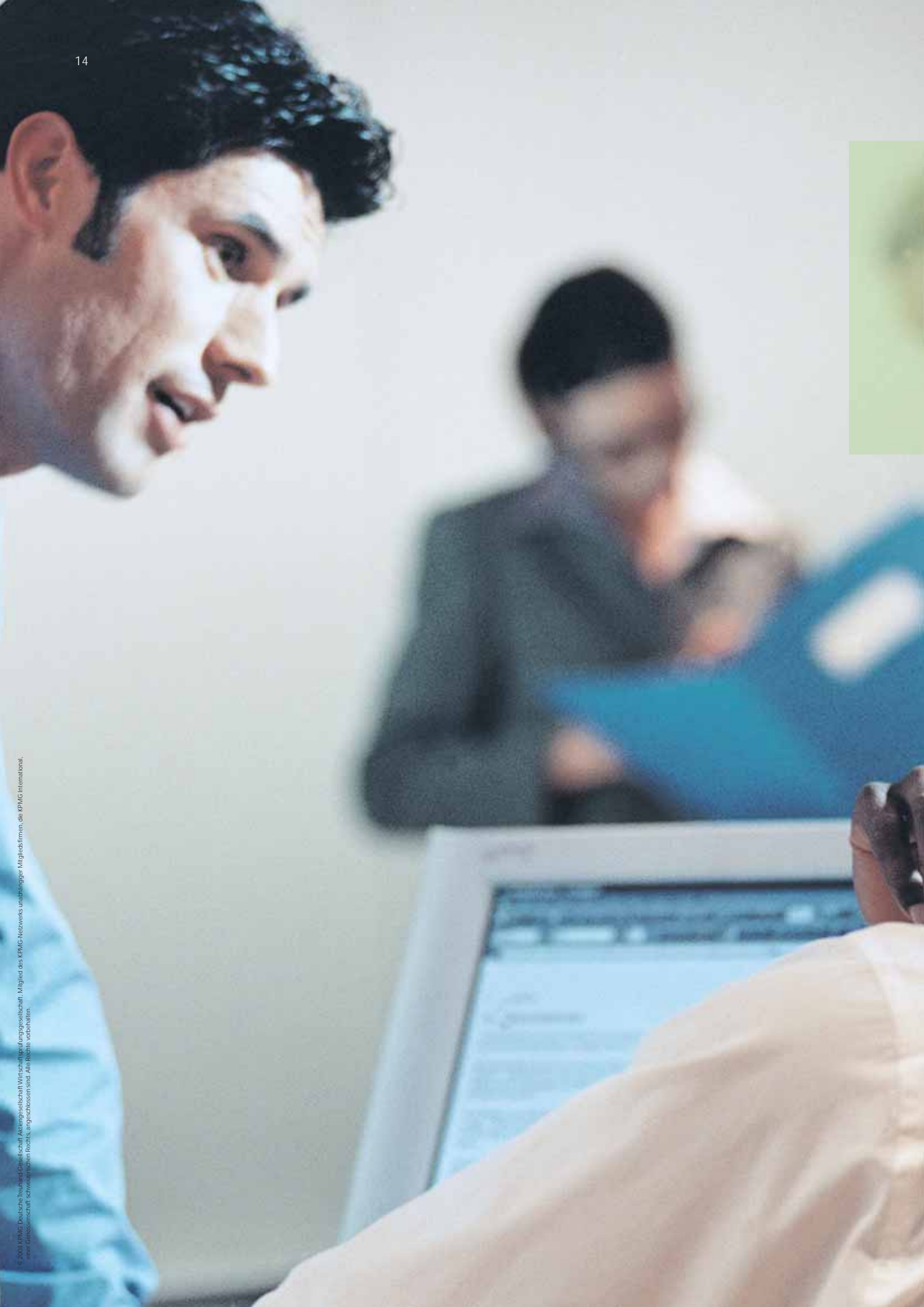
beziehen sich auf Innovationen oder technologischen Fortschritt, patentierte und unpatentierte Technologien, Geschäftsgeheimnisse bezüglich Formeln, Prozessen oder Rezepturen, Software, Datenbanken.

- **Sonstige vorteilhafte Rechte**


Lizenzen, Stillhaltevereinbarungen, Werbe-, Konstruktions-, Management-, Service- oder Versorgungsverträge, Leasingvereinbarungen, Wege-, Nutzungs-, Ausbeutungs- und Duldungsrechte, Franchisevereinbarungen, Sende- und Fernsehrechte, Dienstleistungsverträge, Wettbewerbsverbote oder Konkurrenzklauseln.

Darüber hinaus existieren in den meisten Unternehmen folgende immaterielle Vermögenswerte (nicht abschließende Aufzählung):

- Humanvermögen (Mitarbeiter)
- Innovationsvermögen
- Infrastrukturvermögen
- Partnervermögen
- Prozessvermögen







# Bewertungsmethoden

Die Bedeutung immaterieller Vermögenswerte für die Ertragskraft eines Unternehmens ist beträchtlich. Die zentrale Fragestellung bei deren Erfassung, Steuerung und Erfolgsmessung ist ihre monetäre Bewertung. Jüngere Entwicklungen zeigen, dass mittlerweile Konsens darüber besteht, wie eine solche Bewertung zu erfolgen hat. Entscheidend dabei ist eine **zukunftsbezogene** Bewertung, die an den originären Erfolgsfaktoren ansetzt. Gleichermäßen wichtig ist, dass bei der Bewertung auf den zu erwartenden Nutzen abgestellt wird, d.h., der Bewertung sind Ertragsströme oder Free Cashflows zugrunde zu legen.

Standardsetter für die Definition möglicher Bewertungsmethoden sind in Deutschland z. B. das Institut für Wirtschaftsprüfer (IDW) sowie das DIN-Institut. Der Normenausschuss NA Gebrauchstauglichkeit und Dienstleistungen (NAGD) im DIN hat zwei Gremien mit dem Ziel der Verabschiedung einer ISO-Norm zu den „Anforderungen an Methoden der Markenwertbemessung“ sowie zur „Patentbewertung“ gegründet. Zu den Grundsätzen ordnungsgemäßer Patentbewertung liegt darüber hinaus eine sog.

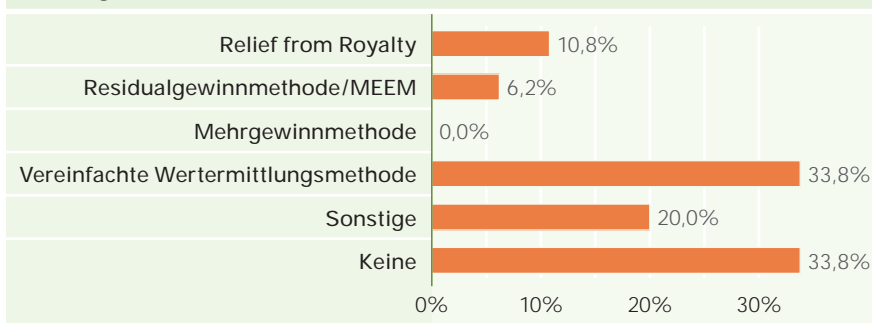
öffentlich verfügbare Spezifikation (Public Available Specification) PAS 1070 vor, die wiederum auf komplementäre Spezifikationen, u. a. den IDW S 5, verweist.

In dem im September 2007 verabschiedeten Bewertungsstandard IDW S 5: Grundsätze zur Bewertung immaterieller Vermögenswerte („IDW S 5“) werden erstmals umfassend sämtliche finanzwirtschaftlichen Bewertungsverfahren dargestellt. In einem ersten Schritt wird darüber hinaus auf die Beson-

derheiten bei der Bewertung von Marken ausführlich eingegangen. Eine Ergänzung um weitere Module zur Bewertung von Technologien, Kundenbeziehungen etc. folgt in Kürze. In Bezug auf Marken ist insbesondere auf die vom Brand Valuation Forum, einem Arbeitskreis der Gesellschaft zur Erforschung des Markenwesens (GEM) und des Markenverbands, veröffentlichten „Zehn Grundsätze der monetären Markenbewertung“ hinzuweisen.

Seitens der von KPMG befragten Unternehmen ist festzuhalten, dass derzeit rund zwei Drittel der befragten Unternehmen keine oder lediglich vereinfachte Bewertungsmethoden für immaterielle Vermögenswerte nutzen (Mehrfachnennungen möglich):

#### KPMG-Umfrage 2007: Welche Bewertungsmethoden für immaterielle Vermögenswerte nutzen Sie?



Ferner lassen sich folgende Aussagen treffen:

- Obwohl die im IDW S 5 (bzw. in der seit 2006 vorliegenden Entwurfsfassung) dargelegten Bewertungsmethoden für immaterielle Vermögenswerte zur Verfügung stehen, werden diese bis dato nur bei wenigen Unternehmen operativ eingesetzt.
- Bei 34% der befragten Unternehmen findet keine Bewertung immaterieller Vermögenswerte statt.
- Unter den sonstigen Methoden haben rund 70% der befragten Unternehmen die Bewertung zu Anschaffungskosten angegeben.

Die obige Auswertung zeigt somit die Dringlichkeit der breiten Einführung einheitlicher und nachvollziehbarer Bewertungsmethoden.

Mit der zu erwartenden weiteren Zunahme des Wertanteils von immateriellen Vermögenswerten in deutschen Bilanzen wird die Frage nach der Auswahl und konsistenten Anwendung finanzwirtschaftlicher Bewertungsverfahren einerseits und die Aufbereitung der dafür notwendigen Daten in den Unternehmen andererseits weiter an Bedeutung gewinnen.

## Bewertungsmethoden

Immaterielle Vermögenswerte werden überwiegend mit dem aus der Unternehmensbewertung bekannten Discounted-Cashflow-Verfahren bewertet. Die Besonderheit bei der Bewertung von Immateriellem liegt in der Isolierung der dem Vermögenswert zurechenbaren Cashflows begründet. Welcher Anteil des Cashflows ist einer Marke, einem Patent oder einer Kundenbeziehung zuzurechnen? Für die Beantwortung dieser Frage haben sich in der Praxis drei Methoden etabliert – die Lizenzpreis analogie, die Mehrgewinnmethode sowie die Residualwertmethode.

### • Methode der Lizenzpreis analogie (Relief-from-Royalty Method)

Die Cashflows eines immateriellen Vermögenswertes werden bei dieser Methode mit Hilfe von ersparten Lizenzentgelten ermittelt. Es wird untersucht, welche fiktiven Aufwendungen dem Unternehmen entstehen würden, wenn es den immateriellen Vermögenswert nicht im Eigentum hätte, sondern diesen von einem fremden Dritte lizenzieren müsste.

### • Mehrgewinnmethode (Incremental Cashflow Method)

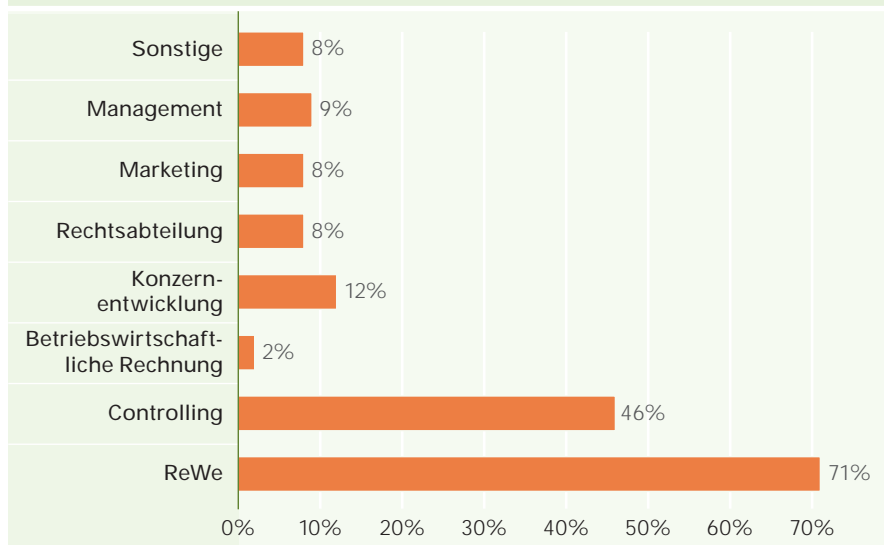
Die Mehrgewinnmethode unterstellt, dass durch die Nutzung des immateriellen Vermögenswertes entweder ein höherer Umsatz oder ein geringerer Aufwand resultiert. Marken erlauben oftmals die Durchsetzung eines Preispremiums, effizienzsteigernde Technologien ermöglichen die Produktion zu niedrigeren Kosten. Wichtig ist die Wahl einer sinnvollen Benchmark für den Vergleich.

### • Residualwertmethode (Multi-Period Excess Earnings Method – MEEM)


Diese Methode kommt insbesondere dann zum Einsatz, wenn keine Lizenzraten für den Vermögenswert beobachtbar und Mehrgewinne nicht zurechenbar sind. Dies ist regelmäßig bei Kundenbeziehungen der Fall. Bei Anwendung der Residualwertmethode zur Ermittlung des Werts der Kundenbeziehungen wird unterstellt, dass das Unternehmen ausschließlich im Besitz dieses einen Vermögenswertes sei. Alle anderen zur Umsatzerzielung benötigten Assets werden von fremden Dritten geleast, befinden sich also gedanklich nicht im Eigentum des Unternehmens. Der bewertungsrelevante Cashflow ermittelt sich dann aus der Differenz der zurechenbaren Umsätze und sämtlichen Leasingzahlungen (sog. Contributory Asset Charges), die z. B. auch für die Nutzung von Marken und Technologien entrichtet werden müssen.

Die Bewertung immaterieller Vermögenswerte kann aus unterschiedlichen Anlässen durchgeführt werden. Dazu zählen neben unternehmensinternen auch -externe Anlässe, so Kaufpreisaufteilungen im Rahmen von Unternehmensakquisitionen, Berechnung von Lizenzzahlungen, Kreditsicherung, Ermittlung der Höhe von Schadensansprüchen oder externe Berichterstattung und Bilanzierung. Insbesondere die letzten beiden Punkte stellen die Haupttätigkeit des Rechnungswesens dar. So überrascht es wenig, dass die Bewertung immaterieller Vermögenswerte bei vielen Unternehmen klassischerweise im Rechnungswesen (ReWe) bzw. im Controlling angesiedelt ist.

### KPMG-Umfrage 2007: In welchem Bereich ist die Bewertung immaterieller Vermögenswerte in Ihrem Unternehmen angesiedelt?







## Steuerung von nicht bilanzierten immateriellen Vermögenswerten

Immaterielle Vermögenswerte stellen heute immer häufiger einen Wettbewerbsvorteil dar. Ihre Nutzung verlangt zunehmend nach Instrumenten und Managementsystemen, die eine strukturierte und effiziente Verwendung im Rahmen der Unternehmensführung sicherstellen.

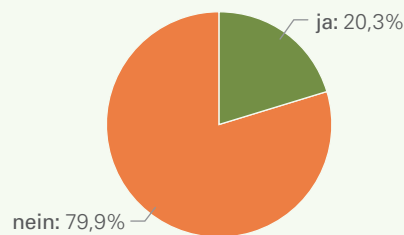
Die Herausforderung in Verbindung mit dem Eigentum immaterieller Vermögenswerte besteht darin, diese in die Unternehmensstrategie einfließen zu lassen. Hieraus ergeben sich in der Regel Anpassungserfordernisse für Steuerungs- und Managementinformationssysteme. Die Modifikationen sind vor dem Hintergrund der unterschiedlichen Arten von immateriellen Vermögenswerten, deren beabsichtigter Nutzung sowie deren Wertes größtenteils einzelfallspezifisch.

Aus unternehmensinterner Sicht spielen immaterielle Vermögenswerte und ihre Bewertung eine wichtige Rolle bei der Definition der Planungs- und Zielgrößen. So sollten Preise von Produkten und Dienstleistungen unter Berücksichtigung der Verzinsung der Werte von Marken, Produktionstechnologien oder anderer immaterieller Vermögenswerte kalkuliert werden. Die Berücksichtigung von immateriellen Vermögenswerten im Rahmen der internen Kostenrechnung setzt jedoch eine genaue Quantifizierung dieser Vermögenswerte im Zeitablauf voraus. Lediglich 16 % der befragten Unternehmen berücksichtigen ihre immateriellen Vermögenswerte im Rahmen der internen Kostenrechnung. Eingeschränkte Bilanzierungsfähigkeit sowie fehlende Informationen aus dem internen Rechnungswesen sind hierfür als wesentliche Ursachen anzunehmen.

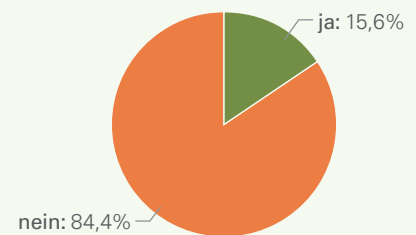
Für einen umfassenden Steuerungsansatz ist die Bewertung aller immateriellen Vermögenswerte zu berücksichtigen. Ein vollständiges Bild über die Wertschaffung eines Unternehmens kann nur unter Berücksichtigung aller im Wertschöpfungsprozess eingebundenen Produktionsfaktoren gezeichnet werden.

**KPMG-Umfrage 2007: Gehen in Ihrem Unternehmen die Werte von nicht bilanzierten immateriellen Vermögenswerten in Kostenrechnung bzw. betriebliche Steuerung ein?**

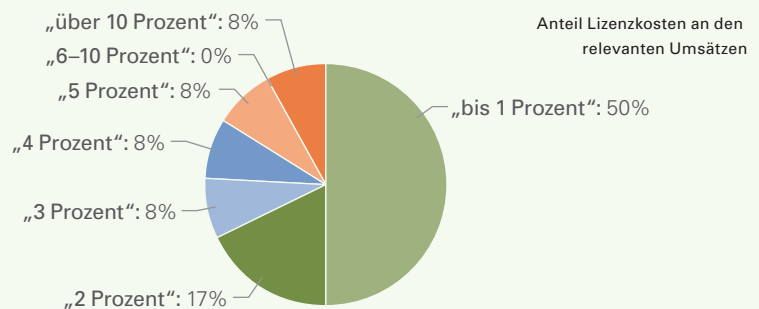
Betriebliche Steuerung



Kostenrechnung



**KPMG-Umfrage 2007: Falls die Werte von nicht bilanzierten immateriellen Vermögenswerten in die unternehmensinterne Kostenrechnung eingehen, welchen Anteil an den relevanten Umsätzen repräsentieren die Lizenzkosten?**

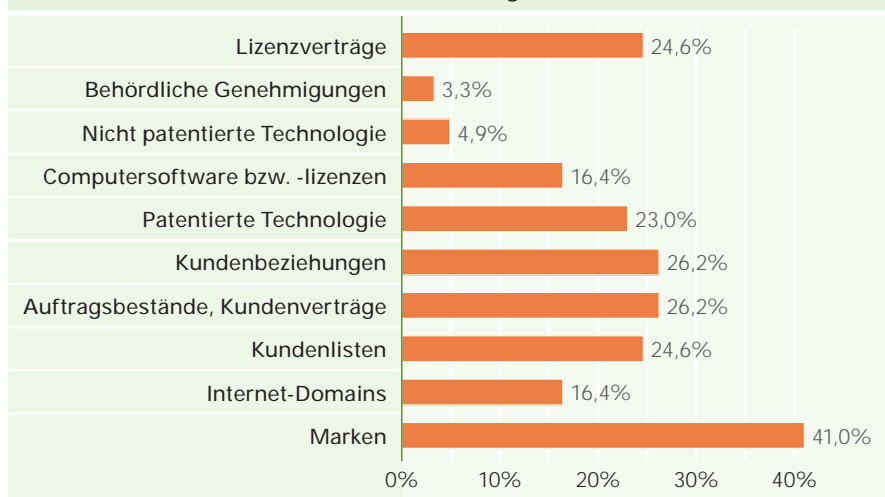


Das zunehmende Interesse von Wissenschaft und Management an Steuerungsansätzen für immaterielle Vermögenswerte hängt offensichtlich mit deren wachsender Bedeutung zusammen. Diese zunehmende Bedeutung ist nicht nur finanzwirtschaftlicher Natur. Mehr und mehr kommt der Steuerung immaterieller Vermögenswerte auch strategischer Charakter zu, erlauben immaterielle Vermögenswerte doch immer häufiger, eigene Wettbewerbsvorteile zu definieren oder auszubauen. Außerdem spielen sie eine zentrale Rolle für die Innovationsfähigkeit eines Unternehmens.

Offenbar besteht in Bezug auf immaterielle Vermögenswerte eine „Erwartungslücke“. Diese besteht in der gefühlten finanzwirtschaftlichen und strategischen Bedeutung von immateriellen Vermögenswerten einerseits und deren Berücksichtigung im betriebswirtschaftlichen Ansatz andererseits. Die fast schon notwendig anmutende Konsequenz hieraus ist eine Erweiterung bestehender Steuerungsansätze. Wesentliches Merkmal wird vermutlich sein, dass Wert und Wertbeitrag von immateriellen Vermögenswerten in Planung, Kostenrechnung und Messung unternehmerischer Wertschöpfung in Zukunft unisono Eingang finden werden.

Vor diesem Hintergrund stellt sich die Frage, für welche immateriellen Vermögenswerte bereits heute Methoden und Instrumente für einen planvollen und strukturierten Einsatz bestehen. Diesbezüglich ergibt sich gegenwärtig folgendes Bild:

**KPMG-Umfrage 2007: Für welche immateriellen Vermögenswerte bestehen in Ihrem Unternehmen Steuerungsinstrumente?**



Markennamen und Kundenbeziehungen dominieren deutlich die Rangliste der bedeutendsten immateriellen Vermögenswerte. Lizenzverträgen wird eine etwas geringere Bedeutung beigemessen. Deutlich ist, dass alle drei genannten immateriellen Vermögenswerte zugleich zu den immateriellen Vermögenswerten gehören, für die am häufigsten Steuerungsinstrumente bestehen. Bei näherer Betrachtung

wird die Tendenz erkennbar, Werttreiber im Bereich der immateriellen Vermögenswerte schon heute in die unternehmerische Steuerung einzubeziehen. Besonders deutlich ist dies im Falle der Marken, für die bereits heute bei mehr als 40% der befragten Unternehmen Steuerungsinstrumente bestehen.

**KPMG-Umfrage 2007: Nennen Sie die drei wichtigsten immateriellen Vermögenswerte in Ihrem Unternehmen.**

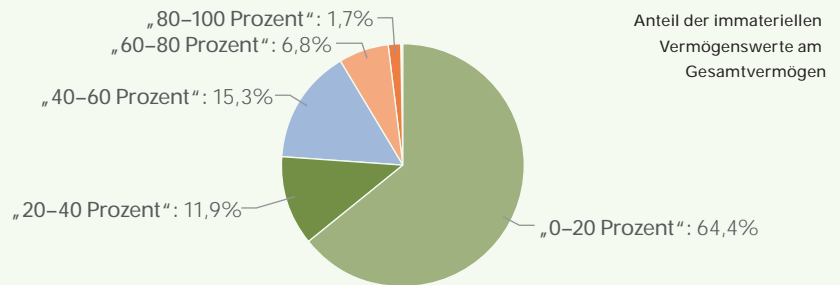







Knapp zwei Drittel der befragten Unternehmen schätzen den Anteil der nicht bilanzierten immateriellen Vermögenswerte auf bis zu 20% am Gesamtvermögen des Unternehmens ein. Interessant ist, dass ca. ein Viertel aller befragten Unternehmen davon ausgeht, dass der Wertanteil der immateriellen Vermögenswerte 40% oder mehr beträgt.

#### KPMG-Umfrage 2007: Welchen Anteil haben aus Ihrer Sicht die nicht bilanzierten immateriellen Vermögenswerte am Gesamtvermögen des Unternehmens?



Es ist davon auszugehen, dass sich diese Einschätzung weiter verstärken wird. Gründe hierfür sind vor allem die vermehrte Bilanzierung von im Rahmen von Transaktionen erworbenen immateriellen Vermögenswerten sowie das hierdurch geschärfte Bewusstsein für Werte, die zwar bereits bestehen, aber in die gängigen Steuerungsansätze bis dato nur in wenigen Fällen Eingang gefunden haben.



## Verantwortung für nicht bilanzierte immaterielle Vermögenswerte

Immaterielle Vermögenswerte wie Marken, Patente, Lizenzen oder andere Rechte sind häufig von strategisch übergeordneter Bedeutung. Nicht selten sind sie eine wesentliche Basis für Wettbewerbsvorteile in einem immer intensiver werdenden Konkurrenzkampf. Insofern kommt immateriellen Vermögenswerten nicht selten eine Schlüsselrolle bei der Entwicklung der Unternehmensstrategie zu. Sofern immaterielle Vermögenswerte für strategische Positionierung und das Erlangen von Wettbewerbsvorteilen geeignet sind, stellt sich die Frage nach der aufbauorganisatorischen Ansiedelung der Verantwortung für immaterielle Vermögenswerte. Hierbei ist zu unterscheiden, wer die Kompetenz für deren Erstellung, Steuerung und Absicherung innehat.

Die Steuerung umfasst mehr als lediglich eine Budget- und Planungsrechnung im Rahmen einer betrieblichen Steuerung. Vielmehr spielen immaterielle Vermögenswerte bei der langfristigen Positionierung des Unternehmens eine wichtige Rolle. In diesem Zusammenhang ist das Abschätzen des Transferpotenzials einzelner immaterieller Vermögenswerte für neue Produkte und Dienstleistungen sowie deren Internationalisierungspotenzial bei der Erschließung neuer Märkte zu sehen.

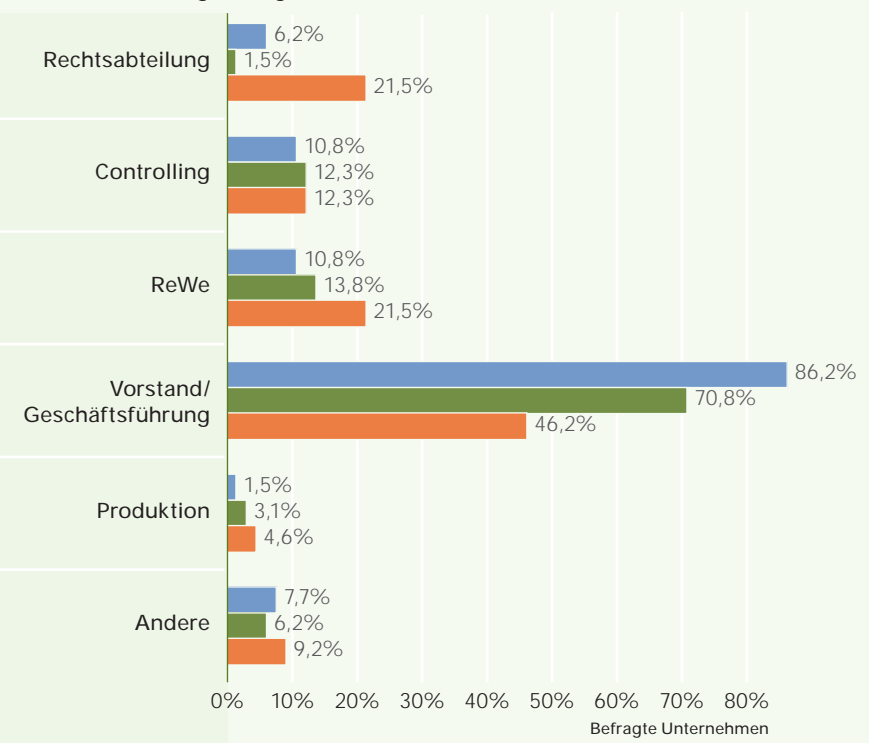
Im Rahmen einer erfolgreichen Steuerung immaterieller Vermögenswerte getroffene Entscheidungen divergieren dem Wesen nach nicht von solchen bei klassischen materiellen Produktionsfaktoren. Mit Hilfe einer Stärken- und Schwächenanalyse können die wesentlichen immateriellen Vermögenswerte identifiziert werden. In einem weiteren Schritt werden dann die Teilstrategien für einzelne immaterielle Vermögenswerte entworfen. Dabei spielt die finanzwirtschaftliche Dimension, wie z. B. Rentabilität sowie Notwendigkeit und Ausmaß der Investitionen, eine große Rolle.

Unserer Befragung zufolge sind sowohl die generelle Steuerungs- und Entwicklungshoheit als auch die Sicherheit immateriellen Vermögens eindeutig bei der obersten Geschäftsführungsebene angesiedelt:

#### KPMG-Umfrage 2007: Welche Abteilung in Ihrem Unternehmen ...

- a) **entscheidet über** die Notwendigkeit der Erstellung von/der Investitionen in immaterielle(n) Vermögenswerte(n) wie Marken, Patente usw.?
- b) **besitzt** generell die **Steuerungshoheit** über diese Vermögenswerte?
- c) **verantwortet die Sicherheit** von diesen Vermögenswerten?

(Mehrfachnennungen möglich)




Als Ergebnis ist festzuhalten, dass Erstellung und Steuerung von immateriellen Vermögenswerten mehrheitlich auf Geschäftsführungsebene angesiedelt sind. Der Schutz immaterieller Vermögenswerte ist hingegen organisatorisch breiter verankert. Hier kommt neben Vorstand bzw. Geschäftsführung vor allem der Rechtsabteilung und dem Rechnungswesen eine Schlüsselrolle zu.







A close-up photograph of a woman's face, smiling and looking upwards. She has dark hair and is wearing a pink garment. The image is partially obscured by a green rectangular box containing text.

## Patente, Marken oder Nutzungsrechte – die Finanzierungsinstrumente der Zukunft?

Immaterielle Vermögenswerte spielten bis dato als Finanzierungsinstrument eine eher untergeordnete Rolle. Von Interesse ist daher, welche Einsatzmöglichkeiten sich in Zukunft verstärkt ergeben könnten, sei es als Sicherungsinstrument für kurzfristige Finanzierungen oder beispielsweise als Gegenstand von Sale-and-Lease-back-Transaktionen.

Bei der allgemeinen Auseinandersetzung mit immateriellen Vermögenswerten als Finanzierungsinstrument zeigen die Befragungsergebnisse, dass über die Hälfte der befragten Unternehmen ihre nicht bilanzierten immateriellen Vermögenswerte für separat veräußerbar halten.

Bestand schon einmal die Absicht, die in Ihrem Unternehmen bestehenden immateriellen Vermögenswerte isoliert zu erwerben?

14%

Halten Sie die in Ihrem Unternehmen nicht bilanzierten Vermögenswerte für separat veräußerbar?

62%

Ist Ihnen ein Markt bekannt oder kennen Sie Marktteilnehmer, die immaterielle Vermögenswerte kaufen bzw. verkaufen?

37%

Zudem zeigt der Satz von 37%, dass für immaterielle Vermögenswerte zumindest in Ansätzen Märkte bzw. Nachfrage bestehen. Als jüngere Beispiele seien an dieser Stelle angeführt:

Semper Idem Underberg AG

verkaufte im Rahmen einer auf zehn Jahre ausgelegten Sale-and-Lease-back-Transaktion die Weinbrandmarke „Asbach“ an die DAL-Gruppe.

Borussia Dortmund AG

hat im Rahmen einer kurzfristigen Finanzierung einen Kauf- und Rücklizenzierungsvertrag über die Marke „Gool“ mit dem Gerling-Konzern geschlossen.

Neben der Übertragung von Eigentumsrechten erfolgt eine Nutzung von immateriellen Vermögenswerten auch durch vertragliche Vereinbarung. Gängige Formen einer solchen Nutzung sind u.a. Leasing bzw. Lizenzierung. Zur Häufigkeit dieser Nutzungsarten wurden folgende Angaben gemacht:

Leasen Sie immaterielle Vermögenswerte oder zahlen Sie Lizenzen?

43%

Haben Sie immaterielle Vermögenswerte erstellt und lizenzieren Sie diese an andere?

21%

Als weitere Verwendungsmöglichkeit von immateriellen Vermögenswerten (neben Veräußerung oder dem Gewähren von Nutzungsrechten) kommt deren Verwendung im Rahmen der Unternehmensfinanzierung in Betracht. Die Ergebnisse der Befragung zeigen jedoch, dass dies bis dato nur in einer begrenzten Zahl von Fällen erfolgt ist.

Nutzen Sie nicht bilanzierte immaterielle Vermögenswerte zur Besicherung von Krediten?

3%

Haben Sie bereits versucht, nicht bilanzierte immaterielle Vermögenswerte als Sicherheit zur Finanzierung zu verwenden?

5%

Falls ja, wurde diese als Sicherheit seitens der Finanzierenden akzeptiert?

25%

Haben Banken von Ihnen schon einmal immaterielle Vermögenswerte als Sicherheit gewünscht?

5%



Erwähnenswert ist, dass die Initiative, (nicht bilanzierte) immaterielle Vermögenswerte für Finanzierungszwecke zu verwenden, jeweils in gleichem Maße von Kreditnehmern wie Kreditgebern ausgeht.



Festzustellen ist ebenso, dass der Prozentsatz der Unternehmen, die nicht bilanzierte immaterielle Vermögenswerte für die Besicherung von Krediten verwenden, bei rund 3% liegt.



Aus den Umfrageergebnissen ergibt sich auch, dass rund 40% der befragten Unternehmen den Wertanteil der immateriellen Vermögenswerte am Gesamtunternehmenswert auf über 20% schätzen. Hieran ist ersichtlich, dass der Einsatz von nicht bilanzierten immateriellen Vermögenswerten im Finanzierungsbereich deutlich unterproportional zu deren Wertanteil ist.

Die kommenden Jahre werden zeigen, ob eine stärkere Verbindung zwischen der Aktivseite (bilanzierte immaterielle Vermögenswerte), nicht bilanzierten immateriellen Vermögenswerten und der Passivseite (Finanzierungen) erfolgen wird.


Entscheidend wird sein, dass sich hierfür gewisse Rahmenbedingungen weiterentwickeln. Dies gilt in besonderem Maße für

- die sich weiterverbreitende Akzeptanz der Bewertungsverfahren für immaterielle Vermögenswerte
- eine standardisierte Integration von immateriellen Vermögenswerten in unternehmerische Steuerungs- und Managementprozesse
- die Zunahme des Anteils bilanzierter immaterieller Vermögenswerte an deren Gesamtheit
- das Entstehen von Märkten für immaterielle Vermögenswerte/einer erhöhten Handelbarkeit von immateriellen Vermögenswerten









## Wie sicher ist mein immaterielles Vermögen?

Missbrauch fremder Marken, Verletzung von Copyrights sowie Nachahmung patentierter und nicht patentierter Technologien sind auch Folgen unzureichenden Schutzes immaterieller Vermögenswerte. Parallele Initiativen im politischen und vorpolitischen Rahmen, so durch die EU, USA und die WTO, belegen, welche hohe Bedeutung dem Schutz von immateriellen Vermögenswerten beigemessen wird.



Neben politischen Rahmenbedingungen geht es auch darum, welche Maßnahmen konkret durch den Unternehmer getroffen werden können. Seitens der befragten Unternehmen besteht folgende grundsätzliche Einschätzung:

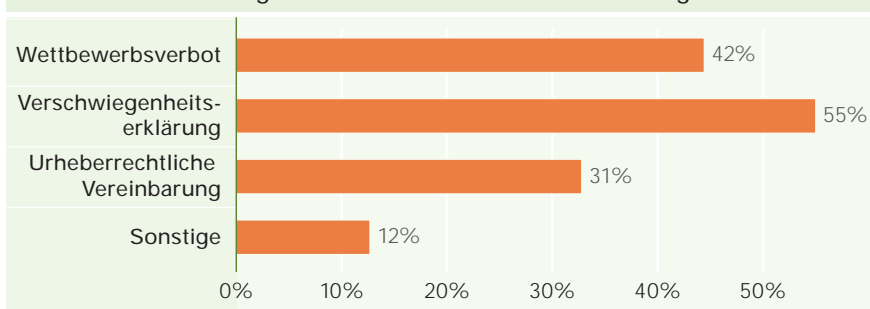
#### KPMG-Umfrage 2007: Sind Ihre immateriellen Vermögenswerte rechtlich geschützt?



Ein Großteil der befragten Unternehmen nannte den Marken- und Patentschutz als Hauptform des rechtlichen Schutzes für immaterielle Vermögenswerte.

Ein besonderes Problem des Rechtsschutzes gerade bei immateriellen Vermögenswerten ist darin zu sehen, dass viele immaterielle Vermögenswerte, z.B. unpatentierte Technologien, Betriebsgeheimnisse, Kundenlisten u. Ä., sich aufgrund ihres Charakters nicht durch Eintragung in ein öffentliches Register schützen lassen. Ob und in welcher Form ein Schutz für solche immateriellen Vermögenswerte ausgestaltet werden kann, hängt vom einzelnen Vermögenswert ab. Die Umfrage ergab ein breites Spektrum individuell konzipierter Schutzmaßnahmen.

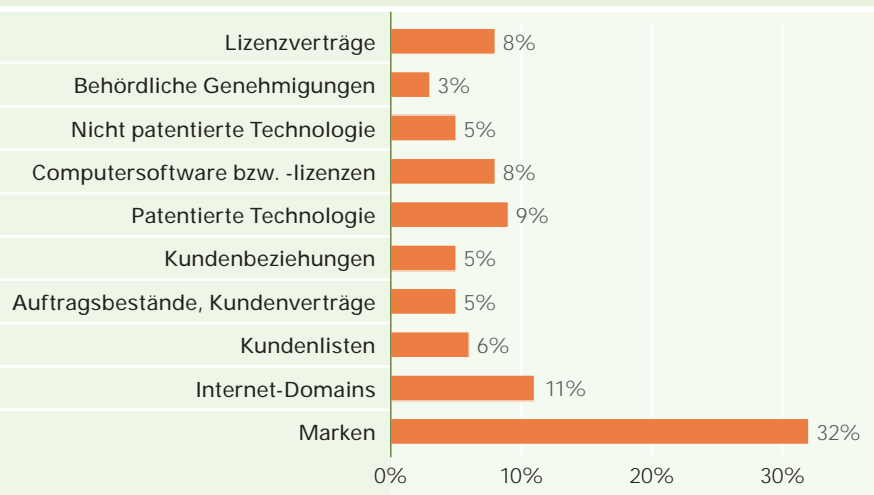
#### KPMG-Umfrage 2007: In welchem Bereich ist die Bewertung immaterieller Vermögenswerte in Ihrem Unternehmen angesiedelt?



Durch den Missbrauch von immateriellen Vermögenswerten, insbesondere durch Markenmissbrauch, entgehen den Unternehmen nicht nur Gewinne. Vielmehr kann der mögliche Imageverlust infolge des Einsatzes von qualitativ schlechter Ware hohen Schaden nach sich ziehen. Durch den Missbrauch von Marken besteht beispielsweise die Gefahr, dass das Vertrauen der Konsumenten gegenüber den Produkten eines Unternehmens nachhaltig beeinträchtigt wird. Der Wiederaufbau der Marke kann dann sehr kosten- und zeitintensiv, in Extremfällen sogar unmöglich sein. Die Bezifferung möglicher Schäden gilt stets als heikel. Gründe hierfür sind, dass eine Glaubhaftmachung des Schadens häufig die Offenlegung weiterer geschützter Daten erforderlich macht. Zudem ist der Schaden häufig nicht einfach greifbar, so dass dessen begründete Quantifizierung aufwändig sein kann. Dies schließt die Analyse der heranzuziehenden Bewertungsmethode mit ein.

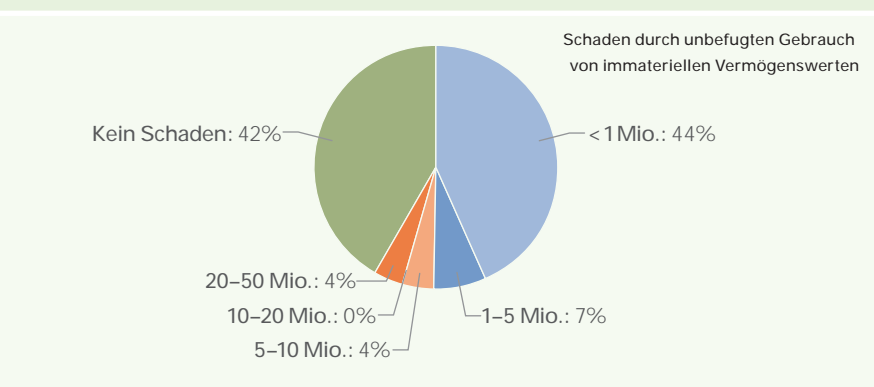
Neben zivilrechtlichen Auseinandersetzungen um Schäden aufgrund des Missbrauchs von immateriellen Vermögenswerten besteht häufig Diskussionsbedarf bezüglich der Zeitwerte von immateriellen Vermögenswerten mit den Steuerbehörden. Die Antworten der befragten Unternehmen zum Thema „rechtliche/steuerliche Auseinandersetzungen“ ergeben folgendes Bild:

**KPMG-Umfrage 2007: Welche Ihrer immateriellen Vermögenswerte waren oder sind Gegenstand rechtlicher/steuerlicher Auseinandersetzungen?**



Nach Aussagen der Nachrichtenagentur ddp machen Fälschungen von Markenprodukten derzeit fast zehn Prozent des Welthandels aus und verursachen alleine in Deutschland jährlich einen Schaden in zweistelliger Milliardenhöhe. Im Jahr 2006 wurden 250 Mio. gefälschte Güter an den Grenzen der EU-Mitgliedsstaaten sichergestellt und damit dreimal so viele Plagiate wie noch ein Jahr zuvor. Diese Zahlen verdeutlichen, dass die Mehrzahl der Unternehmen hiervon konkret betroffen sein dürfte. Laut Antworten der befragten Unternehmen ist dies bei 58% der Fall.

**KPMG-Umfrage 2007: Welche Vermögensschäden sind in Ihrem Unternehmen Ihrer Schätzung nach durch unbefugten Gebrauch von immateriellen Vermögenswerten (Plagiate etc.) entstanden?**



A photograph of a man and a woman in business attire. The man, on the left, is wearing a blue shirt and a patterned tie, looking down at a laptop. The woman, on the right, is wearing glasses and a dark blazer, smiling and looking at the same laptop. The background is a solid light green color.

## Ausblick

Wissen ist nicht nur der Rohstoff, der Forschung und Entwicklung antreibt. Wissen ist das Kernelement für nahezu alle Innovationen und Wertschöpfungsprozesse. Es ist damit der Ausgangspunkt für die Entwicklung weiterer immaterieller Vermögenswerte. Es gibt vielfältige Aktivitäten, die zeigen, dass Wissen im Allgemeinen oder in geronnener Form als immaterieller Vermögenswert von sehr hoher Bedeutung ist. Beispielhaft sei auf die steigende Zahl privater Bildungseinrichtungen und Hochschulen wie auch auf Wissensbilanzen verwiesen.

### Unsichtbare Werte

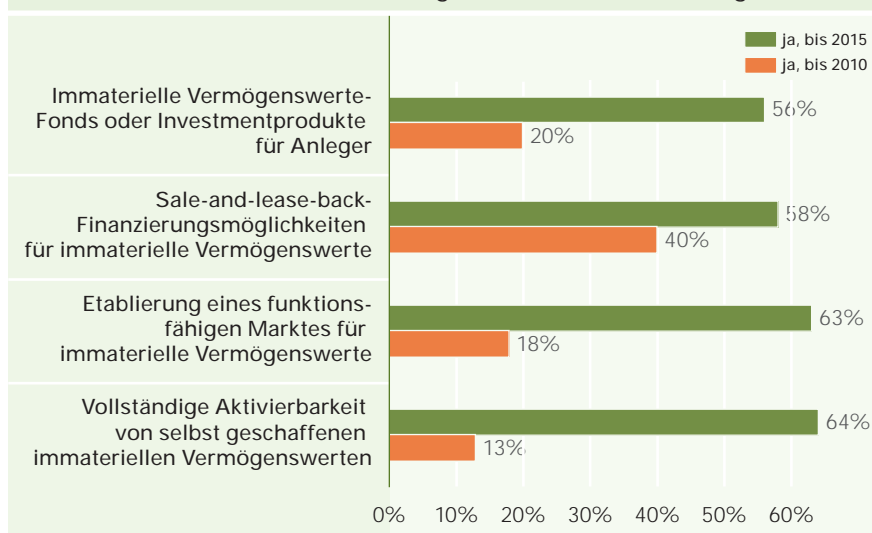
„(...) Als erstes Unternehmen in Österreich habe Infineon Österreich sein immaterielles Vermögen offengelegt. International hat sich die Wissensbilanz schon sukzessive verbreitet. Auf Dauer wird sich diese Form der Bilanzierung neben den Finanzkennzahlen bewähren“, zeigt sich Infineon-Austria-Sprecherin Ingrid Lawicka überzeugt. In Zukunft könnte der Bericht etwa als Messinstrument für die Wettbewerber einer Branche dienen. Das aktuelle Wissen will Infineon nach der Erstauflage nun voraussichtlich alle zwei bis drei Jahre bilanzieren.“

*Computerwelt, 8. November 2006*



Die Ergebnisse der Befragung zeigen eine starke Konformität mit dieser allgemeinen Entwicklung. Über die Hälfte der befragten Unternehmen geht von einer starken Ausweitung der Märkte für immaterielle Vermögenswerte bis spätestens 2015 aus.

**KPMG-Umfrage 2007: Entsprechen folgende mittelfristige Entwicklungen im Bereich der immateriellen Vermögenswerte Ihren Erwartungen?**

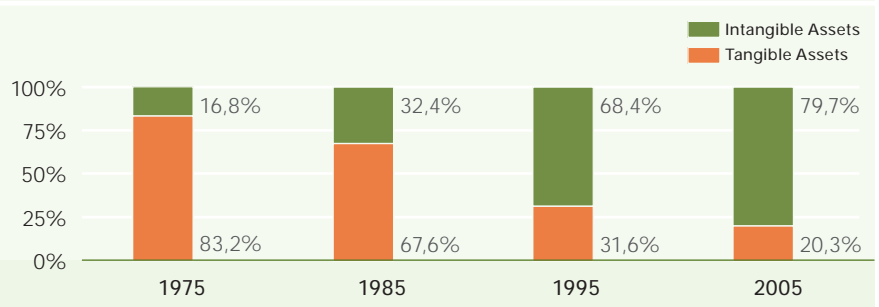


Erweist sich diese Einschätzung als zutreffend, so werden sich immaterielle Vermögenswerte zu fungiblen oder marktfähigen Gütern entwickeln. Zugleich wird, so besagen fast zwei Drittel der Antworten, die Trennung zwischen bilanzierten und nicht bilanzierten immateriellen Vermögenswerten fallen. Damit wird eine Bilanz einen echten Vermögensstatus aller Vermögenswerte eines Unternehmens abbilden können.

In den USA ist die in den Antworten antizipierte Entwicklung bereits konkret zu beobachten. Immaterielle Vermögenswerte gelten als Grundlage für den Erhalt des eigenen Wohlstands und Voraussetzung für zukünftige Wertschöpfung.

Vor diesem Hintergrund ist insbesondere die Entwicklung von materiellen und immateriellen Vermögenswerten in den USA interessant. Die folgende Graphik zeigt die Entwicklung des Verhältnisses beider Klassen von Vermögenswerten über die letzten 20 Jahre auf.

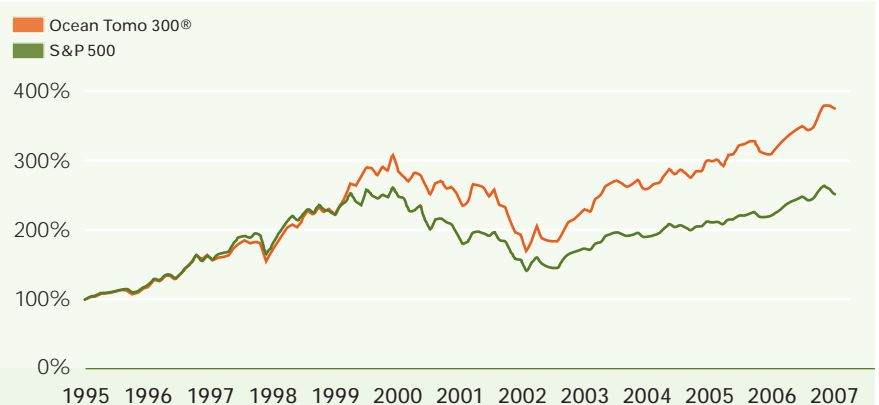
Anteil immaterieller Vermögenswerte am Marktwert S&P 500



Quelle: OceanTomo

Der erste Index für immaterielle Vermögenswerte, der Ocean Tomo 300® Patent Index, wurde bereits an der American Stock Exchange aufgelegt. Er umfasst 300 Unternehmen, die vor allem über bedeutende immaterielle Vermögenswerte verfügen. Auch hier wird, im Vergleich zum S&P 500, die zunehmende Bedeutung von immateriellen Vermögenswerten – hier am Beispiel von Patenten – deutlich.

Historische Entwicklung des Tomo 300® Patent Index im Vergleich zu S&P 500



Quelle: Bloomberg Daten

# Ansprechpartner

**KPMG Deutsche Treuhand-Gesellschaft  
Aktiengesellschaft Wirtschaftsprüfungsgesellschaft**

**Stephan Fetsch**

Advisory, Corporate Finance  
Retail and Consumer Markets  
KPMG, Köln  
Barbarossaplatz 1a  
50674 Köln  
T +49 221 2073 5534  
stephanfetsch@kpmg.com

**Dr. Sven Beyer**

Advisory, Corporate Finance  
Intellectual Asset Management  
KPMG, München  
Ganghoferstraße 29  
80339 München  
T +49 89 9282 1167  
sbeyer@kpmg.com

Die enthaltenen Informationen sind allgemeiner Natur und nicht auf die spezielle Situation einer Einzelperson oder einer juristischen Person ausgerichtet. Obwohl wir uns bemühen, zuverlässige und aktuelle Informationen zu liefern, können wir nicht garantieren, dass diese Informationen so zutreffend sind wie zum Zeitpunkt ihres Eingangs oder dass sie auch in Zukunft so zutreffend sein werden. Niemand sollte auf Grund dieser Informationen handeln ohne geeigneten fachlichen Rat und ohne gründliche Analyse der betreffenden Situation.

© 2008 KPMG Deutsche Treuhand Gesellschaft Aktiengesellschaft Wirtschaftsprüfungsgesellschaft, Mitglied des KPMG Netzwerks unabhängiger Mitgliedsfirmen, die KPMG International, einer Genossenschaft schweizerischen Rechts, angeschlossen sind. Alle Rechte vorbehalten. Printed in Germany. KPMG und das KPMG Logo sind eingetragene Markenzeichen von KPMG International.