

Hoeveel is een merk eigenlijk echt waard?

Leer de waarde van een merk kennen
dankzij de Brand Valuation Motor[©]
van de Merkcommissarissen[®]



Het merk is de belangrijkste asset voor elke organisatie en ondernemer

Merken zijn van vitaal belang voor elke organisatie. Consumenten en klanten hebben een band met het merk. Zij vertrouwen de diensten, producten en services welke dat merk hen levert.

Al jaren groeit het aantal overnames van bedrijven en merken

2021 liet een record zien op het terrein van overnames. In de eerste helft vonden 55% meer bedrijfsfusies en overnames plaats en in de tweede helft groeide dit aantal verder. (bron: M&A). Volgens metingen is het merk 20% of meer van de bedrijfswaarde. (Jonathan Knowles)

Wordt er wel de juiste prijs voor betaald, kent men de juiste waarde van het merk?

Wat is uw merk eigenlijk waard?

Of u nu uw bedrijf wilt verkopen of juist een bedrijf wilt overnemen, de waardebeoordeling van het merk is een cruciaal onderdeel van het koop of verkoopproces. Relevant is ook om te weten welke EBITDA multiple per sector gehanteerd wordt.

Met de **BVM – merkwaarderingmethode** worden de belangrijkste **value drivers** meegewogen. Deze geheel nieuwe methode van de

Merkcommissarissen stelt de juiste merkwaarde vast d.m.v. een uniek ontwikkeld merkwaarderingmodel waarin de 20 belangrijkste **branding, marketing, financiële, commerciële** facetten meegewogen worden. Deze integrale benadering met genoemde vier pijlers maakt deze waarderingmethode tot een zeer compleet model, wat erg waardevol is bij merkwaardering en overnames van bedrijven en merken.



Dit model is vooral waardevol omdat het holistisch naar de waarde van een merk kijkt en niet uitsluitend financieel.
Mark de Witte, CEO de Kuyper Royal Distillers.

Wij stellen een merkwaardering vast op basis van een zorgvuldige analyse van de genoemde 20 cruciale factoren van het merk. Onze experts staan garant voor een objectieve, onafhankelijke

waardebepaling. Wij vertalen de uitkomsten van de analyses naar een financiële waarde voor dat merk o.b.v. in ons systeem opgeslagen informatie van overnames in bepaalde sectoren.

Tevens advies over uw merkoperatie

Wij bepalen de merkwaarde op basis van inzicht in uw bedrijfscijfers, kennis van uw organisatie, inzicht in uw specifieke marktsegment, de concurrentie en begrip van de relevante marktontwikkelingen. N.a.v. de BVM analyse kunnen wij tevens een advies uitbrengen over mogelijke verbeterpunten van de merkoperatie en daarmee ook waarde voor uw onderneming creëren.

Veel bestaande waarderingmethodes zijn gelimiteerd

Bestaande waarderingmethodes zijn vooral gericht op bedrijven en zijn in hoge mate financieel georiënteerd en gaan daarmee vaak voorbij aan de branding-, marketing- en commerciële resultaten van een merk. Daarbij zijn de vaak gebruikte DCF en NPV methodes vrij duur en complex en hebben voornamelijk een financiële oriëntatie.

Understanding brand valuation is a key competitive advantage in M&A as well as for making decisions about future investments for the brand and the company.

Uniek BVM waarderingsmodel

Het model kent **vier hoofdvelden met in totaal 20 vaste aspecten**, die allen een eigen gewicht in de waardering hebben. Dat zijn **Merk & Marketing** wegingsfactoren en **Financiële & Commerciële** wegingsfactoren. In het BVM model worden de belangrijkste factoren getoond.

Elk hoofdveld kent verder een aantal zeer belangrijke onderliggende factoren, die allen een eigen wegingscore hebben. Die factoren zijn sterk bepalend voor de kracht en waarde van het merk.

De vanuit de opdrachtgever aangeleverde data en onderzoeksgegevens worden door de experts, de Merkcommissarissen zelf, ingevoerd in het model en daarna uitgebreid geanalyseerd en dan wordt de financiële waarde vastgesteld, welke op de balans gezet kan worden. Tijdens een afspraak zal het BVM model uitgebreid toegelicht worden.

Wat levert het op?

- ✓ **U heeft inzicht in de waarde van het merk**
- ✓ U ziet de kansen om waarde te verhogen
- ✓ U krijgt een heldere toelichting
- ✓ U kunt de waarde van het merk op de balans zetten
- ✓ U weet of u meer moet investeren in branding en marketing
- ✓ De waardebepaling van het merk bij een overname is meteen duidelijk
- ✓ Is duidelijk op welke van de 20 domeinen het merk verbeterd kan worden

Brand Valuation Motor© is de *meest complete merkwaarderingmethode* welke de domeinen **branding, marketing, financieel en commercieel** analyseert en meeweegt.

Sterk aan dit merkwaarderingsmodel is dat het naar verschillende aspecten kijkt.

Hiermee krijg je een holistisch beeld

Marjolein Vendrig - marketing manager Bever

Beter Merkmanagement dankzij inzicht in de juiste waarde

Door de waarde van het merk goed te leren kennen ziet de organisatie en haar medewerkers en stakeholders beter het potentieel van dat merk en zal daar ook naar gaan handelen en dat geeft weer een beter resultaat.

Vaak wil de organisatie dat het merk groeit en meer fans en gebruikers gaat binden. Dat gaat soepeler als men de waarde van het merk kent en weet welke factoren effectief zijn. De tijd dat marketing vanuit buikgevoel gedaan werd ligt achter ons.

Met de BVM ken je de waarde en kracht van het merk en weet je welke investeringen renderen. Een goed gemanaged merk zorgt voor een groter marktaandeel, hogere prijzen, trouwere klanten en een groter bereik door uitbreiding van het merk.

Een groot bedrijf als Shell claimt een merkwaarde van 47 miljard dollar. (bron: FD) Doch dit betreft de waarde van het complete bedrijf inclusief assets en locaties. De specifieke waarde van het Shell merk zelf is niet bekend.



Het is prettig om de actuele waarde van een merk of pakket merken te kennen bij een geplande overname of verkoop van een bedrijf. De waarde en potentie van het merk is juist dan erg belangrijk.

Doorlooptijd BVM analyse

Daar waar een bedrijfswaardering veelal maanden in beslag neemt, is de doorlooptijd van een BVM slechts enkele weken.

My brand has a higher value than all the bricks and morture and money of the entire company

***Henk Menkveld
prev. member Board of Directors, CSM,
commissioner***

Brand Valuation Motor©



Brand

Awareness – Reputation
Loyalty - Protection

Marketing

Purpose – Penetration
Followers - Investments

Brand

Value

Commercial

Market Size – Market Share
Premium Pricing

Financial

Revenues – Profitability
Company Contribution

copyrights de
Merkcommissarissen®

Merkwaardering brengt competitive advantage

Wanneer een organisatie de waarde van het merk goed kent geeft dat tegelijk ook een voorsprong op concurrentie. Doordat de organisatie de waarde en de opbouw ervan goed kent zullen de toekomstige marketing investeringen beter afgewogen gaan worden. Verder is het bij een voorgenomen aankoop of verkoop van merken of organisaties daardoor makkelijker om de overnameprijs te bepalen.



Wie zijn de Merckommissarissen & wat doen zij?

De Merckommissarissen is een strategisch adviesbureau dat samen met de klant o.a. aansprekende proposities ontwikkelt.

Wij helpen organisaties hun onderscheidend vermogen en concurrentiekracht te ontwikkelen.

Groei van het merk is daarbij leidend.

Middels de door ons ontwikkelde BVM methode kunnen wij merken op hun juiste waarde berekenen. Wij helpen organisaties met het maken van de juiste plannen, visie en strategische keuzes op het gebied van branding, marketing, innovatie en communicatie.

Maak een afspraak

Goos Eilander en Leo van Sister komen op verzoek bij je langs of ontmoeten je digitaal; maak een afspraak en bel 0655121575 of mail naar leovansister@demerkcommissarissen.nl.



Brand Valuation | Merk Waardering

de Merckcommissarissen® (+31) 06 551 21 575
Baliemolenerf 23 www.demerckcommissarissen.nl
2807DH Gouda