

## MARKEN FÜR NACHHALTIGES WACHSTUM ANLÄSSLICH DES WORLD IP DAY 2021

(Wien, 26. April 2021)

von Gerhard Hrebicek, President European Brand Institute

**„Eine zunehmend digitale Wirtschaft wird dominiert von geistigem Eigentum und immateriellen Vermögenswerten, insbesondere von starken und wertvollen Marken“, erklärte Gerhard Hrebicek, Präsident des European Brand Institute anlässlich des Welttags des geistigen Eigentums 2021.**

Jedes Jahr am 26. April begehen wir den Welttag des geistigen Eigentums (#WorldIPDay), um aufzuzeigen, welche Rolle die Rechte an geistigem Eigentum (IP-Rechte) bei der Förderung von Innovation spielen.



**„IP-Rechte, insbesondere Marken, sind heutzutage die wertvollsten und immer noch am wenigsten verstandenen Vermögenswerte. Viele Unternehmen aber auch die Politik sind sich des immensen wirtschaftlichen Potenzials, welches durch Marken und IP-Rechte freigesetzt werden kann, noch nicht bewusst“.**

87% der Unternehmenswerte im S&P 500 Index sind auf immaterielle Vermögenswerte zurückzuführen, zusätzlich erhöhen diese die Kreditwürdigkeit und ermöglichen eine leichtere Unternehmensfinanzierung mit Fremdkapital.

### Marken schaffen Nachhaltigkeit

Marken sind ein integraler Bestandteil für Innovationen, die Unternehmen dabei helfen, neue Technologien für die 4. Industrielle Revolution einzuführen. Insbesondere im Zeitalter der Digitalisierung geben Marken Orientierung, unterstützen, vermitteln Werte und schaffen Erlebnisse und Ergebnisse, die wichtig sind um die UN 2030-Agenda zu erreichen. Marken können der Schlüssel zu nachhaltigem Wachstum, für die Schaffung nachhaltiger Arbeitsplätze, Exporte, Wertschöpfung und schnellem Return-on-Investment sein."

### Marken für die Gesellschaft und die Wirtschaft

Die Bedeutung von geistigen Eigentumsrechten für die Gesellschaft und die Wirtschaft ist in den letzten Jahren immer deutlicher geworden. Sie unterstützen z.B. in der EU direkt oder indirekt 35% der Arbeitsplätze, fast 39% des BIP der EU und 90% des Außenhandels. Jüngsten Studien in der EU zufolge ist die Wahrscheinlichkeit, dass große Unternehmen Rechte an geistigem Eigentum besitzen, viermal höher als bei kleineren Unternehmen - 40% der größeren Firmen verfügen über eingetragene Rechte. 91% der KMU in der EU und geschätzt 94% weltweit besitzen keine registrierten Marken, Patente und Designs. Aufgabe ist es daher, dieses System demokratischer zu gestalten und einen breiteren Zugang für eine größere Zahl von Unternehmen zu ermöglichen.

### Unternehmen, die Rechte an geistigem Eigentum besitzen schneiden besser ab.

Unternehmen, die geistige Eigentumsrechte besitzen, generieren mehr Umsatz pro Mitarbeiter als solche, die dies nicht tun, haben mehr Angestellte und zahlen ihren Mitarbeitern höhere Gehälter, und dass dieser Zusammenhang bei KMUs besonders stark ist.

Die Geschäftsmodelle von modernen Unternehmen, die fit für das 21. Jahrhundert sind, beruhen oft auf Marken. Besonders Klein- und Mittelunternehmen zeigen, dass Digitalisierung Marken braucht und Marken Digitalisierung brauchen um Vertrauen vermitteln.



## Marken & IP als Sicherheiten für Finanzierungen

Trotz der anerkannten Bedeutung von immateriellen Vermögenswerten für den Erfolg von KMU sind diese Vermögenswerte von begrenztem Nutzen, wenn sie versuchen, externe Finanzierungsquellen zu erschließen. Dies gilt insbesondere für innovative, schnell wachsende Unternehmen, die in der Regel nur wenige materielle Vermögenswerte besitzen, aber relativ reich an immateriellen Vermögenswerten sind.

Diese an immateriellen Vermögenswerten reichen Unternehmen, bei denen es sich meist um KMUs handelt, haben regelmäßig Probleme, Fremdkapital zu erhalten, da ihnen die materiellen Sicherheiten fehlen, die sowohl von den Banken als auch vom regulatorischen Umfeld nach wie vor als notwendige Absicherung und alternativer "Ausstiegsweg" angesehen werden.

Daraus folgt, dass eine bessere Verfügbarkeit von Fremdkapitalfinanzierung basierend auf der monetären Bewertung von Marken und IP-Rechten als Vermögenswert mehr Wachstum freisetzen und Unternehmen in die Lage versetzen sollte, zu investieren und zu innovieren.

## Marken als Motor für Wachstum - insbesondere in Krisenzeiten

Unternehmen mit starken, digital präsenten Marken haben einen loyalen Kundenstamm und hohe wiederkehrende Umsätze. Sie werden durch leistungsstarke, schwer zu reproduzierende immaterielle Vermögenswerte gestützt.

Solch nachhaltigen Marken können Unternehmen dazu verhelfen, stabil durch die Krise zu navigieren und sogar gestärkt aus ihr hervorzugehen. Sie bringen (auch regionale) Wertschöpfung und stellen Ressourcen dar, die Widerstandsfähigkeit (Resilienz) und Fähigkeit Krisen zu bewältigen unterstützen.

***„Unsere Analysen zeigen sehr deutlich, dass Investitionen in Marken die wirtschaftliche Erholung von den pandemiebedingten Einbrüchen unterstützen, Wachstum schaffen und Wohlstand sichern. Nachhaltig orientierte Marken fördern Investitionen, liefern langfristig höhere Renditen, reduzieren das Verlustrisiko, sind weniger volatil und entwickeln sich generell am Kapitalmarkt besser, was sie auch zu einer guten Wahl für langfristig orientierte Investoren und Kapitalgeber macht“.***

---

## ÜBER EUROPEAN BRAND INSTITUTE

Das European Brand Institute (EBI), Partner von UNIDO, ist Europas führendes Institut für die Bewertung von immateriellen Vermögenswerten. Die Hauptaktivitäten konzentrieren sich seit 25 Jahren auf Marken- und Patentbewertungen. Durch laufende Forschung sowie Beteiligung an der internationalen Standardisierung der Marken- und Patentbewertung - insbesondere der Erarbeitung von ISO-Standards zur Markenbewertung - sowie durch Advisory- und Beratungsleistungen in den Bereichen Unternehmensfinanzierung, Bilanzaktivierung, Implementierung von Markenmessungen und Reportings als auch für Investitionen in Marken trägt EBI zu einer nachhaltigen Entwicklung in Europa und weltweit bei. EBI und sein Markenbewertungsunternehmen sind weltweit die Einzigen, die nach ISO 20671, 10668: 2010 und ÖNORM A 6800 zertifiziert sind und das Programm "ISO Certified Brand" für Unternehmen, Regionen und Manager anbieten. [www.europeanbrandinstitute.com](http://www.europeanbrandinstitute.com)

#EuropeanBrandInstitute #EBI #UNIDO #BrandsasAssets #SustainableBrands #B4C #COVID19pandemic #Corona #RegionalBrands #MadeinEurope #Sustainability #SDG #CertifiedBrand #WorldIPDay #MutzurMarke #TheFutureAfterTheCrisis #MarkenalsAssets #intangibles #IP #BrandsforSustainability #Valuetobrand #BrandValue #BrandInvestment

Rückfragehinweis: European Brand Institute - KR DI Dr. Gerhard Hrebicek  
[office@europeanbrandinstitute.com](mailto:office@europeanbrandinstitute.com) / [www.europeanbrandinstitute.com](http://www.europeanbrandinstitute.com)