

Ny standard slår fast hur varumärken ska värderas

Nu presenteras den första internationella standarden för värdering av varumärken, kallad ISO 10668. Detta innebär att en viktig del av ett företags värde för första gången kan bedömas enligt en standardiserad metod. SIS, Swedish Standards Institute har samlat en svensk arbetsgrupp som har varit drivande bakom standarden som nu är färdig att användas av företag och analytiker.

ISO, som är den internationella organisationen för standardisering, har tagit fram standarden tillsammans med nationella grupper i bland annat Sverige. Fram tills standarden blivit klar har värderingarna varit av varierande utformning och kvalitet, vilket gjort det svårt för utomstående att bedöma hur mycket ett företags varumärke egentligen är värt och hur dess värde förändras över tid.

– Standarden är mycket viktig för de företag och analytiker som behöver beräkna varumärkets värde och vad som skapar det. Standarden kan användas både i företags interna arbete för att förstå ingredienserna i det egna varumärkets värde och i samband med att olika intressenter inte kommer överens om hur mycket ett varumärke är värt, säger Lars Flink, vd på SIS.

Den svenska expertgruppen har gjort viktiga bidrag sedan standarden började utvecklas 2007. Ordföranden i den svenska arbetsgruppen är Jan Treffner, chef för immateriala frågor på PwC. Han pekar på hur varumärket ofta är en stor och okänd del av värdet av företag.

Högre värde på börsen än i bokslutet

– Många företag på börsen är värderade till flera, ibland bortåt tio gånger mer än vad som sägs i bokslutet. Mycket av skillnaden handlar om varumärkets värde - men det tas inte över huvud taget upp i företagets redovisning.

Analytiker tar idag oftast inte med varumärket i värderingen över huvud taget, utan gör sin bedömning utifrån tekniska nyckeltal.

– Ett mål med att utveckla standarden är att fler analytiker ska få upp ögonen för vad som faktiskt skapar värde i företag. De som sitter på ett värdefullt varumärke kan idag inte visa hur värdet gått upp eller ner. Standarden är bland annat tänkt att sätta fokus på värdet av att göra löpande analyser av varumärket, säger Jan Treffner.

De som varit med och arbetat fram standarden är experter på marknadsföring och varumärken, redovisning (inklusive branschorganisationen Far) och forskare från Handelshögskolan.

Traditionellt är finansiella företag duktiga på att vara med och driva standarder i tekniska frågor. Men så är inte fallet i fråga om mjukare frågor, menar Lars Flink på SIS.

– Fler borde utnyttja möjligheten att vara med och påverka branschen. Att skapa en frivillig standard är ett sätt att ta egna initiativ och vara med och utveckla branschens inriktning, säger Lars Flink.

Dominerande metod inom 1-3 år

De drivande bakom standarden bedömer nu att ISO 10668 inom några år kommer vara den dominerande standarden för värdering av varumärken.

– Det varierar hur lång tid en standard tar för att slå igenom, men om ca 1-3 år ska detta vara en vanlig metod för att bedöma varumärkens värde, säger Lars Flink.

Resultatet av standardiseringsarbetet är en 16 sidor långt dokument som bland annat innehåller flera olika metoder för värdering, som passar för olika tillfällen. Sedan kan företag välja, men då ska de också säga vilken metod de valt. Allt för att skapa transparens kring varumärkets värde.

För ytterligare information:

Lars Flink, vd SIS, 08-555 520 00, lars.flink@sis.se

Jan Treffner, chef för immateriella frågor PwC, tel. 08-555 330 00, jan.treffner@se.pwc.com

Henning Törner, projektledare SIS, 08-555 521 64, henning.torner@sis.se

Erika Messing, pressansvarig SIS, 08-555 520 97, erika.messing@sis.se

SIS är en del av det europeiska och globala nätverk som utarbetar internationella standarder. Genom att delta i standardiseringsarbetet kan svenska företag och organisationer påverka utformningen av standarder inom sin marknad. Standarder befrämjar handel över gränser och bidrar till att processer och produkter blir säkrare. SIS är en fristående ideell förening med medlemmar från både privat och offentlig sektor. SIS omsatte 2009 MSEK 220 och har 180 anställda. SIS arbetar inom och är medlem i de internationella standardiseringsorganisationerna CEN (europeisk) och ISO (global).