

Pressemitteilung

Immaterielle Vermögenswerte machen einen immer größeren Anteil der Bilanzen von Unternehmen aus und machen Schätzungen zufolge bereits 85 % des gesamten Geschäftswerts in allen Branchen aus. Mit der Beschleunigung der digitalen Geschäftsmodelle, verstärkt durch COVID-19, könnte dieser Wert nun noch viel weiter steigen und zu einem großen blinden Fleck für Unternehmen werden, die immateriellen Vermögenswerte nicht in ihre Risikomodelle einbeziehen.

Lloyd's, der weltweit führende spezialisierte Versicherungs- und Rückversicherungsmarkt, veröffentlichte heute in Zusammenarbeit mit KPMG einen Bericht, in dem Unternehmen aufgefordert werden, der neuen Risikolandschaft, die sich im Rahmen von COVID-19 entwickelt hat, Aufmerksamkeit zu schenken. [Protecting intangible assets: Preparing for a new reality](#) befasst sich mit dem steigenden Wert immaterieller Vermögenswerte und der Rolle von Risk Managern und der Versicherungsindustrie bei deren Schutz.

COVID-19 hat die globalen Lieferketten unterbrochen und die Welt in Richtung Entglobalisierung bewegt. Es hat die Arbeitsvereinbarungen, die Fähigkeit der Unternehmen zum Handel und das Verbraucherverhalten verändert. Außerdem hat es auch einen neuen sozialen Umgang zwischen Unternehmen und Gesellschaft geschaffen und zugrunde liegende Markttrends wie die Verlagerung auf Fernarbeitskräfte und digitale Transaktionen beschleunigt.

Der neue Bericht befasst sich mit der Frage, wie COVID-19 die Risiken für Unternehmen erhöht hat, von denen viele die von den Unternehmen gehaltenen immateriellen Vermögenswerte betreffen. Angesichts dieser genauen Überprüfung des Verhaltens von Unternehmen sind Reputationsfragen nur eine von vielen, die die Widerstandsfähigkeit von Unternehmen während der Pandemie bedrohen. Neue Arbeitsweisen stellen auch ihre eigenen, einzigartigen Herausforderungen dar, die die Komplexität des Umgangs mit geistigem Eigentum und das Verhaltensrisiko bei einer im Home-Office arbeitenden Belegschaft erhöhen. Damit Unternehmen in betrieblicher und finanzieller Hinsicht widerstandsfähig bleiben, ist das Bewusstsein darüber, was immaterielle Vermögenswerte sind und wie sie geschützt werden können, von entscheidender Bedeutung und muss einen beträchtlichen Teil ihrer Risikomanagementstrategie ausmachen.

Angesichts dieser verstärkten Herausforderungen entwickelt der Lloyd's-Markt Produkte, die Organisationen helfen sollen, ihre Risiken zu mindern. Der Bericht skizziert eine Reihe von Beispielen für Produkte, die bereits auf dem Markt erhältlich sind, um auf die Risiken zu reagieren, die für den Ruf des Unternehmens, das Humankapital und das geistige Eigentum bestehen. Er unterstreicht die entscheidende Rolle, die die Versicherungsgemeinschaft spielen muss, um Organisationen bei der Bewältigung dieser Herausforderungen zu unterstützen, damit sie besser auf den Schutz ihrer Vermögenswerte vorbereitet sind.

Dr. Trevor Maynard, Head of Innovation bei Lloyd's sagte: "Als Industrie müssen wir erkennen, dass sich die Welt verändert hat, und uns an die aktuellen Gegebenheiten anpassen. COVID-19 hat die Risikolandschaft verändert, indem es Unternehmen neuen Risiken ausgesetzt und Unternehmen dazu ermutigt hat, darüber nachzudenken, wie sie jetzt arbeiten. Zwar gibt es bereits eine Reihe von Versicherungsprodukten, die Unternehmen bei der Bewältigung ihrer Risiken in Bezug auf den Ruf, das Humankapital und das geistige Eigentum unterstützen sollen, doch ist es wichtig, dass wir bei Lloyd's mit dem Markt zusammenarbeiten, um innovativ zu sein und neue Produkte zu entwickeln, die den Kunden helfen, Risiken zu mindern und sich vor künftigen Bedrohungen zu schützen".

Sonja Rottiers, Chief Executive Officer, Lloyd's Insurance Company und Regional Director, EMEA sagte: "COVID-19 stellt Unternehmen in ganz Europa vor eine Reihe neuer und kritischer Herausforderungen und rückt die Auswirkungen auf Humankapital und geistiges Eigentum in den Mittelpunkt. Unser neuer Bericht über immaterielle Vermögenswerte, der zusammen mit KPMG entwickelt wurde, zeigt auf, wie Unternehmen Widerstandsfähigkeit aufbauen können, um besser darauf vorbereitet zu sein, sich vor diesen neuen Risiken zu schützen, unterstützt durch Versicherungsprodukte, die bereits auf dem Lloyd's-Markt erhältlich sind. Als der weltweit spezialisierte Versicherungs- und Rückversicherungsmarkt ist Lloyd's bereit, in einer sich entwickelnden Risikolandschaft zu unterstützen und zu reagieren."

Paul Merrey, Partner, KPMG sagte: "Während wir uns schnell in die neue Realität hineinbewegen, ist es offensichtlich, dass viele Unternehmen nicht ausreichend darauf vorbereitet sind. Die Schlüsselfaktoren für den Unternehmenswert sind heute völlig anders als in der Vergangenheit, und diese Verschiebung wurde durch COVID-19 nur noch verstärkt. Während materielle Vermögenswerte nach wie vor im Mittelpunkt stehen, kann die Anerkennung dessen, was immaterielle Vermögenswerte sind und wie viel sie den Wert eines Unternehmens ausmachen, für einige Organisationen ein böses Erwachen bedeuten. Um widerstands- und wettbewerbsfähig zu bleiben, müssen Organisationen aller Branchen proaktiv neue Wege finden, um ihre Geschäftspraktiken zum Schutz dieser Vermögenswerte zu verbessern, und dies erfordert eine neue Art des Denkens und Handelns".

ENDE

Hinweise zu den Herausgebern

1. Der Bericht ist Teil einer Thought Leadership-Serie, die am 1. Juli von Lloyd's gestartet wurde: "Supporting global recovery and resilience for customers and economies: the insurance response to COVID-19" (Unterstützung der globalen Erholung und Widerstandsfähigkeit für Kunden und Volkswirtschaften: die Antwort der Versicherung auf COVID-19) und befasst sich mit den Möglichkeiten, wie Lloyd's und die globale Versicherungsbranche reagieren können, um Kunden gegen künftige systemische Risiken zu schützen.
2. Schutz immaterieller Vermögenswerte: Die Vorbereitung auf eine neue Realität wird bei der InsTech-Veranstaltung in London eingeleitet: **Intangibles: Reputation**,

Human Capital and IP. New solutions for New Risks am 6. August. Matthew Grant, Partner bei InsTech London, wird die Themen des Berichts mit Trevor Maynard, Head of Innovation bei Lloyd's, Kasper Ulf Nielsen, Chief Strategy Officer bei The RepTrak Company, Paul Merrey, Partner bei KPMG, und Josephine Saunders, Accelerate Partner bei AXA XL, erörtern.

3. Lloyd's Studio steht für TV- und Radioübertragungen zur Verfügung
4. Weitere Nachrichten und Informationen finden Sie unter [loyds.com](https://www.loyds.com)

Senden Sie Ihre Fragen an:

UK-Fragen an:

Lloyd's Press Office

Tel: +44 (0) 20 7327 5111 Email: pressoffice@loyds.com

Annie Roberts, Senior Business Partners, PR and External Affairs

Tel: +44 (0)20 7327 5391 Email: annie.roberts@loyds.com

Amerika-Fragen an:

Nathan Hambrook-Skinner, Senior Business Partner, Americas

Tel: +44 (0) 20 7327 6125 E-Mail: nathan.hambrook-skinner@loyds.com

EMEA-Fragen an:

Elliot Maule, Senior Business Partner, EMEA

Tel: +44 (0) 20 7327 5721 E-Mail: Elliot.Maule@loyds.com

APAC-Fragen an:

Sandpiper Communications

Tel: +65 6971 1097 E-Mail: Jackson.Au@sandpipercomms.com

Über Lloyd's

Lloyd's ist der weltweit führende Versicherungs- und Rückversicherungsmarkt. Durch die gemeinsame Expertise und das Know-how der Underwriter und Broker des Marktes trägt Lloyd's dazu bei, eine mutigere Welt zu schaffen.

Der Lloyd's-Markt bietet die Führung und den Einblick, um Risiken zu antizipieren und zu verstehen, sowie das Wissen, um relevante, neue und innovative Versicherungsformen für Kunden weltweit zu entwickeln.

Er bietet die Effizienz gemeinsam genutzter Ressourcen und Dienstleistungen auf einem Marktplatz, der Risiken aus mehr als 200 Gebieten, in jeder Branche und in jeder Größenordnung abdeckt und teilt.

Und er verspricht eine verlässliche, dauerhafte Partnerschaft, die auf der Zuversicht beruht, dass Lloyd's das schützt, was am wichtigsten ist: Menschen, Unternehmen und Gemeinden in Zeiten der Not zu helfen, sich zu erholen.

Lloyd's begann mit ein paar mutigen Unternehmern in einem Coffeeshop. Drei Jahrhunderte später setzt der Lloyd's-Markt diese stolze Tradition fort und bietet Versicherungen für Menschen überall, um ihnen Schutz zu bieten, Resilienz aufzubauen und Vertrauen zu geben.