

# Markenwert und strategische Markensteuerung

## Brand Control System Von Konzept & Markt

Das Brand Control System gibt Rückschlüsse auf die Imagebeurteilung Ihrer Marke. Aber es kann noch mehr: Es zeigt die Bedeutung der Imageeigenschaften für die Abgrenzung Ihrer Marke zum Wettbewerb. Eine wichtige Voraussetzung, um eine erfolgreiche Markensteuerung zu realisieren.

Typische Fragestellungen sind:

- Wie trennscharf werden Ihre Marken im Wettbewerbsumfeld wahrgenommen?
- Wo zeigen sich Ansatzpunkte für eine verbesserte Markenpositionierung?
- Welche Eigenschaften der Marke erlauben die größte Hebelwirkung für den Markenerfolg?

Das Brand Control System beantwortet diese Fragen.

Die Verknüpfung von Wichtigkeit der Imageeigenschaften und Imagebeurteilung spannt das Image-Portfolio auf. Es macht unmittelbar strategische Handlungsalternativen für die Marke sichtbar.

### Hauptvorteile:

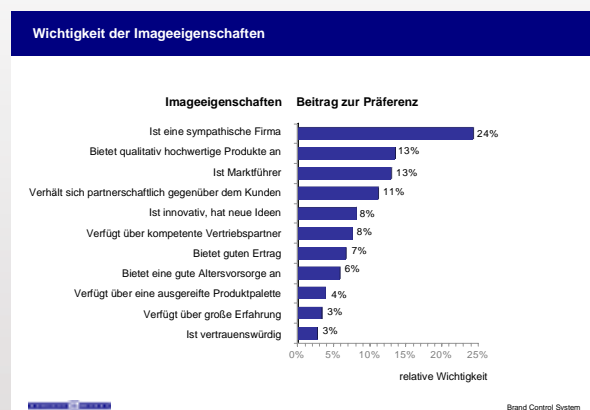
- Hoher Informationsgehalt
- Relevanz der Image-Kriterien
- Direktes Ableiten von Maßnahmen möglich
- Stärken und Schwächen der Marke im Wettbewerb
- Empirischer Nachweis der Gegenwartsposition
- Empfehlungen für zukünftige Positionierungsfelder
- Schnelle Projektdurchführung

### Besonders hilfreich für:

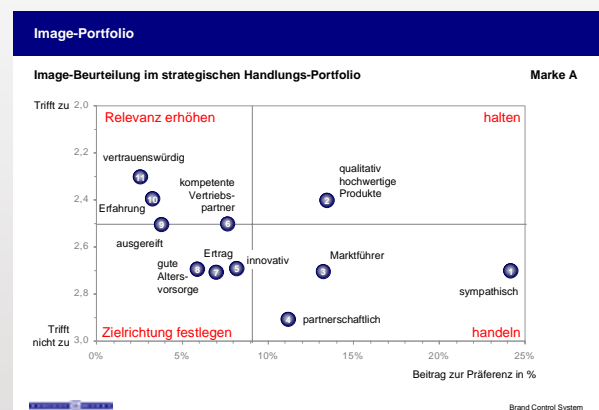
- Marketing-Verantwortliche zur Markensteuerung
- Top-Management zur Ableitung strategischer Unternehmensentscheidungen

## Ergebnisbeispiel: Finanzdienstleistungen

### Auf Sympathie kommt es an



### Marke A sollte sympathischer werden



# Markenwert und strategische Markensteuerung

Die Imagebeurteilungen der Marke schaffen die Grundlage für den Aufbau von Markenfaszination und Markenbindung. Sie werden zu einem markenindividuellen Erfolgsmodell verdichtet.

Es basiert auf der einer multiplen Regressionsanalyse und bestimmt die Bedeutungsgewichte der einzelnen Imagekomponenten. Abhängige Größe des Modells ist die Markenpräferenz in Kombination mit anderen Bindungsgrößen, wie z.B. Weiterempfehlungsbereitschaft.

Der Vorteil dieses Ansatzes besteht darin, dass das rationale Antwortverhalten der Konsumenten umgangen wird (z.B. rationale Orientierung an objektiven Aspekten, wie Konditionen oder räumliche Nähe einer Bank) und stattdessen auch emotional geprägte Motive in den Mittelpunkt der Betrachtung rücken.

## Methodik des Brand Control Systems:

- Auswahl der spontanen Kenner einer Marke
- Abfrage einer Image-Batterie mit mehrstufiger Skalierung (bevorzugt 10-Stufig)
- Berechnung der Relevanz der Imagekriterien für die Präferenz gegenüber der Marke
- Aufbau eines Image-Portfolios
- Vergleichende Analyse mit Imageprofilen
- Positionierungsanalyse auf der Basis einer Korrespondenzanalyse
- Stichprobe: Ab 200 Befragte
- Befragung mit Telefoninterviews, oder Face-to-Face

## Ergebnisbeispiel: Finanzdienstleistungen

### Sympathie ist generell ein Defizit

#### Stärken-/ Schwächen-Profile

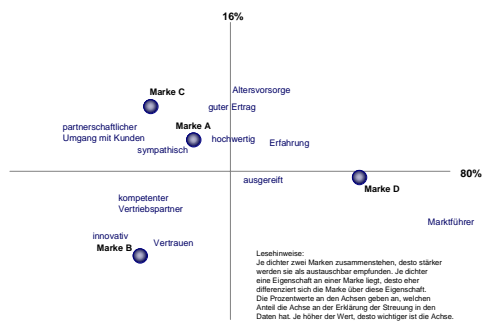
Imageeigenschaften	Beitrag zur Präferenz	Marke A 2,5	Marke B 2,5	Marke C 2,5	Marke D 2,5
sympathische Firma	24%	-0,1	-0,1	0,0	0,0
hochwertige Produkte	13%	0,2	0,0	0,2	0,3
partnerschaftlich	13%	-0,1	-0,1	0,0	-0,1
Marktführer	11%	-0,3	-0,5	-0,2	0,1
innovativ	8%	-0,1	-0,3	-0,2	-0,1
kompetente Vertriebspartner	8%	0,1	-0,1	0,1	0,2
guter Ertrag	7%	-0,1	-0,1	0,0	0,1
Altersvorsorge	6%	-0,1	-0,2	-0,1	0,0
ausgereifte Produktpalette	4%	0,1	0,0	0,1	0,3
über große Erfahrung	3%	0,2	0,0	0,2	0,4
ist vertrauenswürdig	3%	0,3	0,3	0,3	0,3

5-er Skalierung: 1 = „trifft nicht zu“; 5 = „trifft nicht zu“

Brand Control System

### Sympathie ist relative Stärke für Marke A

#### Image Positionierung



Brand Control System

## Anwendungen:

Das Brand Control-System von Konzept & Markt eignet sich für ganz unterschiedliche Produktbereiche:

- Klassische Markenartikel
- Pharmazeutische Erzeugnisse
- Dauerhafte Konsumgüter
- Dienstleistungen
- Non-Profit Unternehmen

## Ansprechpartner:

Konzept & Markt GmbH  
Dr. Ottmar Franzen  
Jörg Paninka

www.konzept-und-markt.com

Telefon: (0611) 690 17 11  
Telefon: (0611) 690 17 26