



einfach  
überlegen

 Thema: Markenmacht

Große Marken wie Amazon, Adidas oder Nike werden immer dominanter. Kasper Rorsted, der Vorstandsvorsitzende von Adidas, hat verkündet, dass Adidas seinen Hauptgeschäftsfokus auf E-Commerce legen will. Hier bekommen Händler, die Artikel von Adidas verkaufen, direkt die Abhängigkeit zu spüren, denn sie werden somit zunehmend überflüssig. Adidas kann so seine Marktmacht, die über Jahre aufgebaut wurde, ausspielen. Das Ziel, das Adidas verfolgt, ist die direkte Kommunikation zum Kunden, ohne Umwege über den Händler. Die Marke soll noch mehr beim Kunden verankert werden.

*„Für 4 von 5 Konsumenten ist die Marke ein entscheidendes Argument.“*



Ein Unternehmen, das es geschafft hat, seine Marke neu aufzusetzen und sich näher am Kunden zu platzieren, ist „Jägermeister“. Obwohl nichts am Getränk, der Flasche oder dem Logo geändert wurde, konnte der Kräuterlikör als Szenegetränk etabliert werden. Mit der Vision „Wir wollen unseren Kunden die besten Nächte ihres Lebens bieten“ wurde die Marke dort präserter, wo auch ihre Kunden sind. Durch Marketingaktionen auf Festivals agierte Jägermeister direkter mit dem Kunden und schaffte es, zur wertvollsten Spirituosenmarke Deutschlands zu werden. Es lohnt sich also, sich als Marke möglichst nahe am Kunden zu platzieren und die Identifikation des Kunden mit der eigenen Marke anzustreben.

- ✓ *Welche Identität hast Du als Unternehmen?*
- ✓ *Wie willst Du Deine Marke aufstellen?*
- ✓ *Wie willst Du mit dem Konsumenten interagieren?*

*Erzähle uns, was Dich in diesem Bereich bewegt!*

Höre alle  
Folgen

