



zehnvier

«Branding Excellence – Markenmanagement in der Schweiz»

Ausgewählte Studienergebnisse

Zürich, Januar 2008

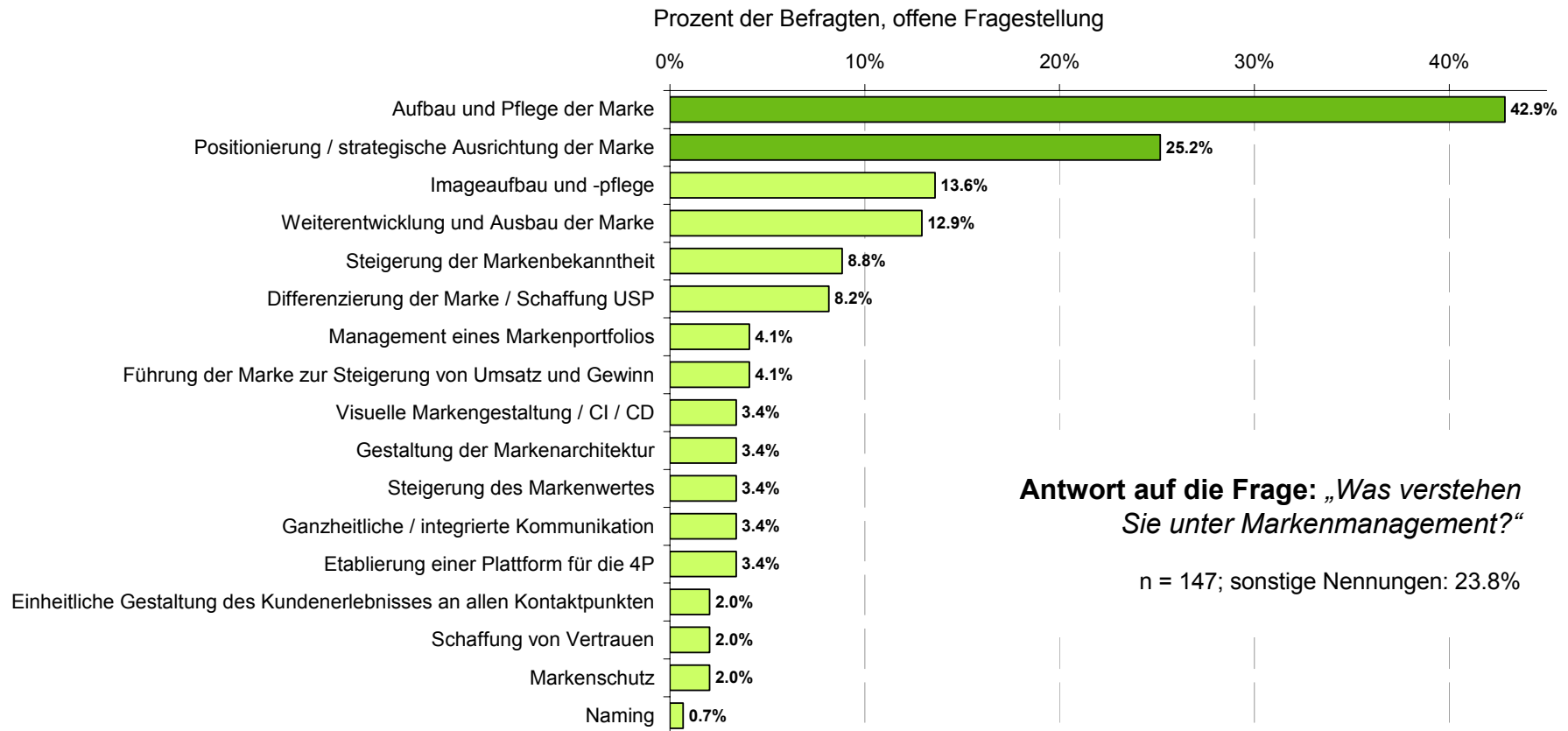
Studiendesign und Methodik

Die Studie „Branding Excellence“ ist für die Schweiz einzigartig, da sie das Thema „Markenmanagement“ erstmals aus Sicht der Markenverantwortlichen beleuchtet.

- Zielgruppe: Befragung von über 200 Schweizer Führungskräften
- Fokus: CEOs, Mitglieder der Geschäftsführung, Marketingleiter, Leiter Kommunikation
- Erhebungsmethode: Die Studie wurde als Online-Befragung durchgeführt (Computer Assisted Web Interviewing)
- Methodik:
 - Entwickelt vom Center on Global Brand Leadership der Universitäten Columbia (USA), München (Deutschland), Yonsei (Korea) und ESADE (Spanien)
 - Anpassung der Methodik an die Schweiz durch zehnvier
 - Im Rahmen der Befragung wurden vorrangig geschlossene Fragen mit Ratingskala und offene Fragen verwendet
- Inhaltliche Schwerpunkte:
 - Status quo und Zukunft des Markenmanagements in der Schweiz
 - Best Practices im Markenmanagement

Inhalt des Begriffes Markenmanagement

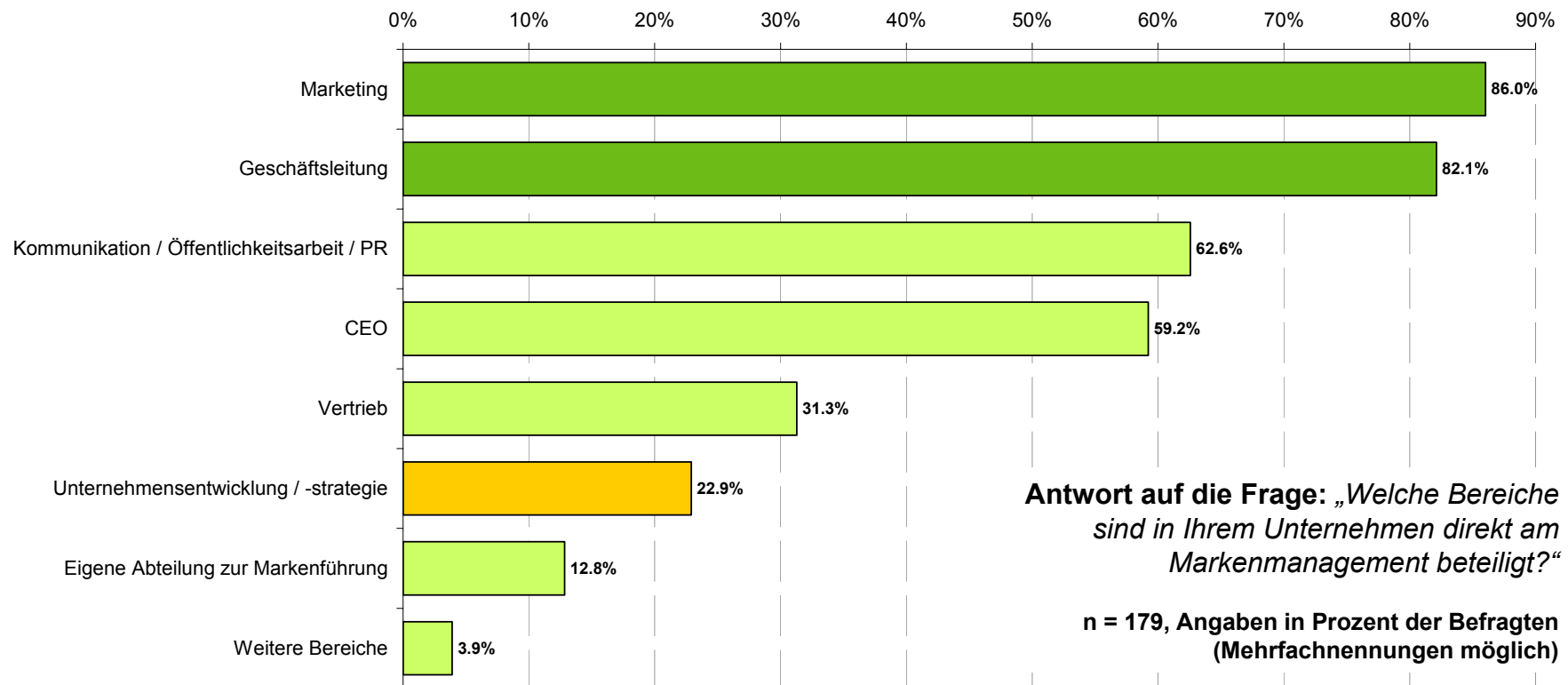
Markenmanagement wird vorrangig als Markenaufbau, -ausrichtung und -pflege verstanden. Offensivere Aspekte wie die Weiterentwicklung und der Ausbau der Marke kommen dabei zu kurz.





Mit dem Markenmanagement beschäftigte Unternehmensbereiche

In den meisten Unternehmen ist die Markenführung Sache der Marketingabteilung und der Geschäftsleitung. Überraschend selten wird der Bereich Unternehmensstrategie eingebunden. Auch der CEO ist bei 40% der Unternehmen *nicht* beteiligt.

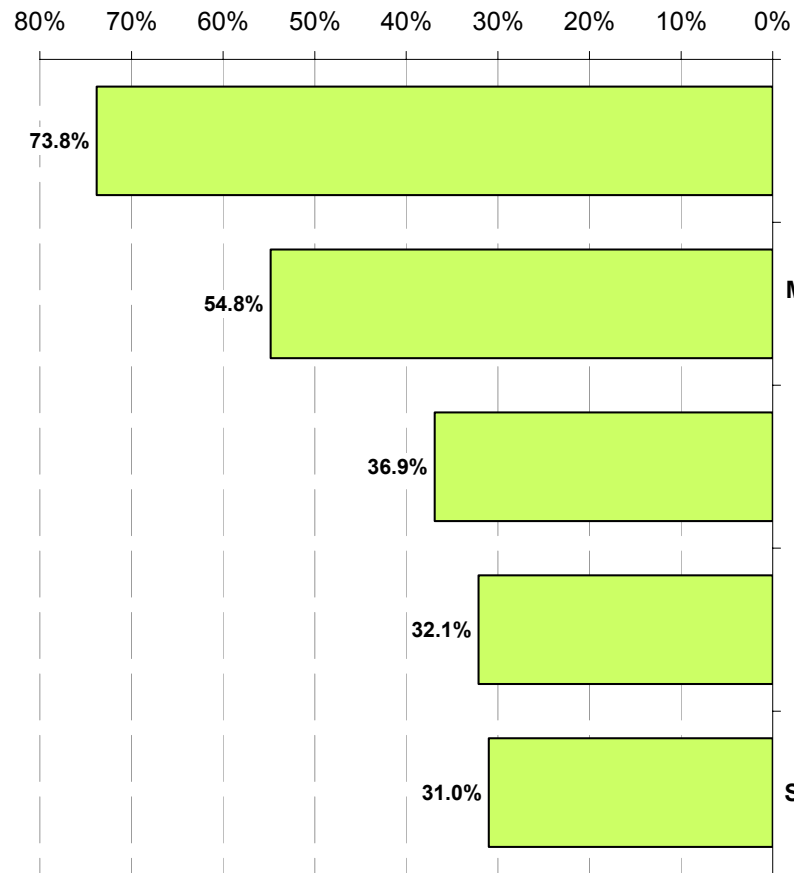




Externe Unterstützung beim Markenmanagement

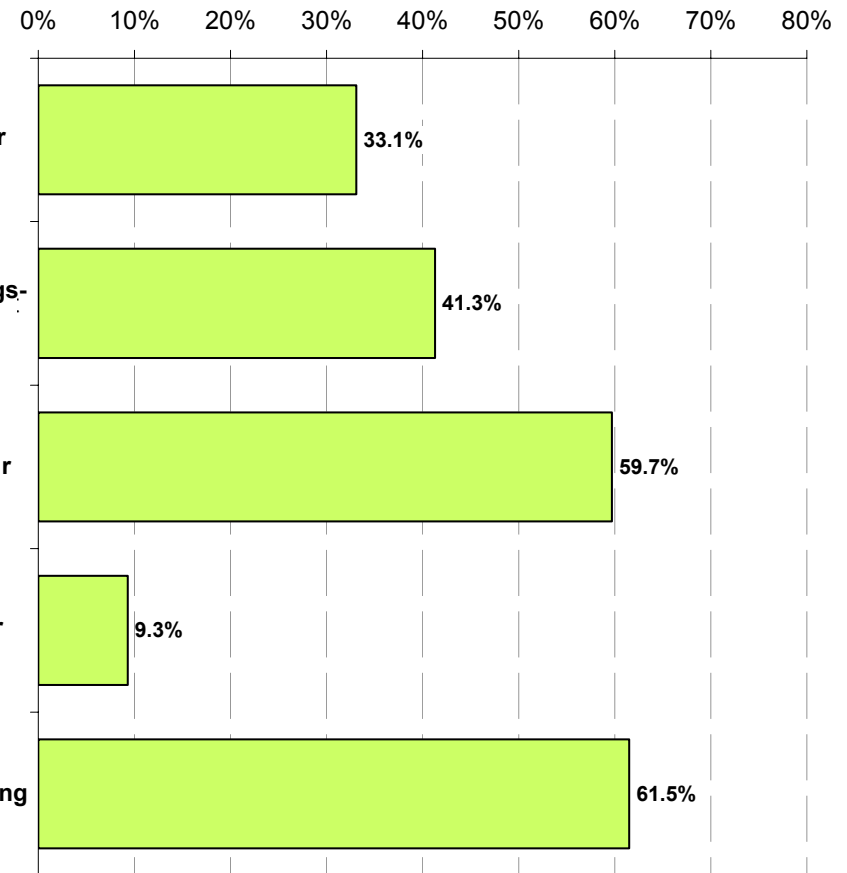
74% der Unternehmen zählen beim Markenmanagement auf die Ratschläge ihrer Werbeagentur. Marken- und Strategieexperten werden hingegen nur von 37% bzw. 31% zu Rate gezogen.

Frage: „Von welchen externen Dienstleistern hat sich Ihr Unternehmen beim Thema Markenmanagement schon einmal beraten lassen?“



n = 168, Angaben Prozent der Befragten

Frage: „Wie gross ist Ihrer Meinung nach der Einfluss dieser Dienstleister auf die Markenführung in Ihrem Unternehmen?“



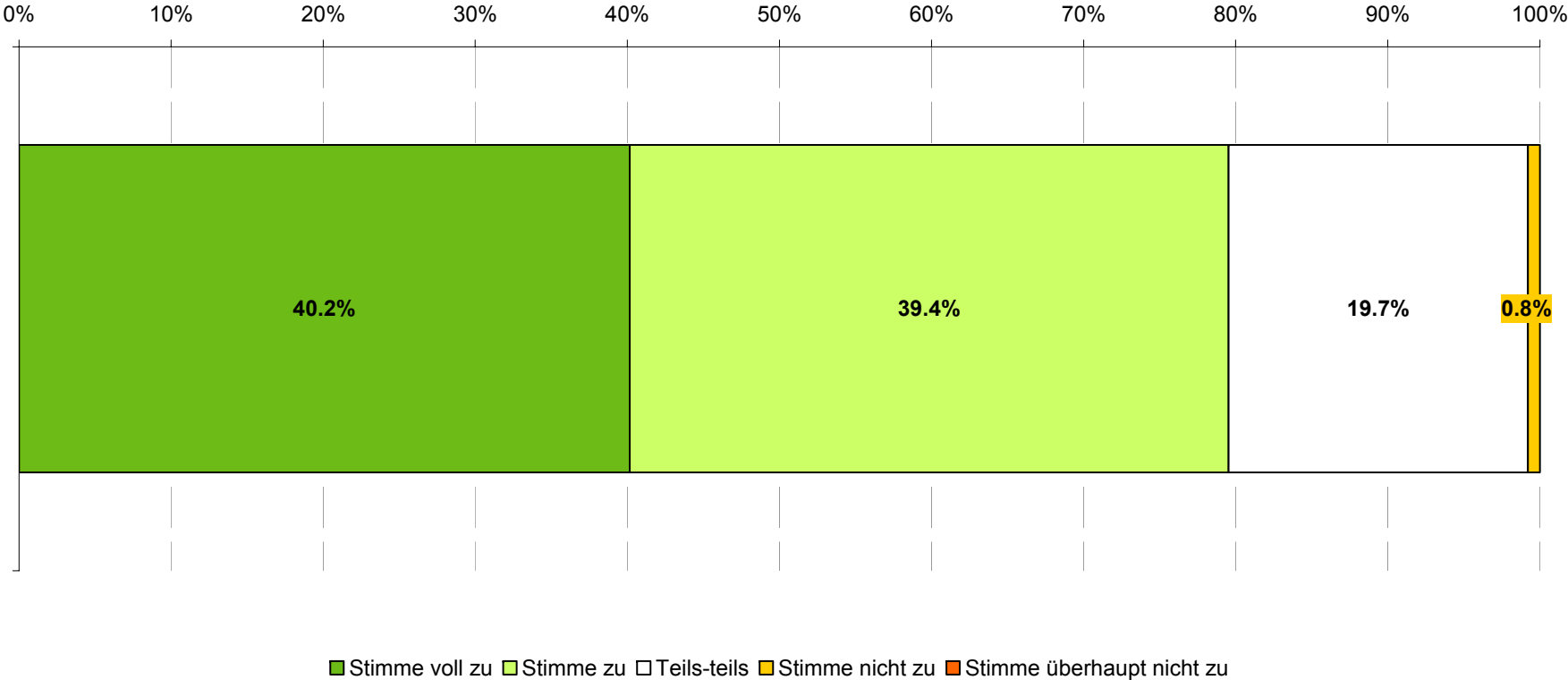
n = 54-124, Antwort „Starker Einfluss“ / Angaben in Prozent der Befragten, die den entsprechenden Dienstleister genutzt haben



Emotionale Bindung der Mitarbeiter an die Marke

Ganzheitlicher Markenerfolg ist nur möglich, wenn das Markenversprechen in jedem Kontakt mit dem Unternehmen eingelöst wird, die Mitarbeiter also als echte Markenbotschafter agieren. Das setzt voraus, dass die Mitarbeiter hinter der Marke stehen. Rund 20% der Unternehmen sind jedoch *nicht* davon überzeugt, dass ihre Mitarbeiter stolz auf die eigene Marke sind.

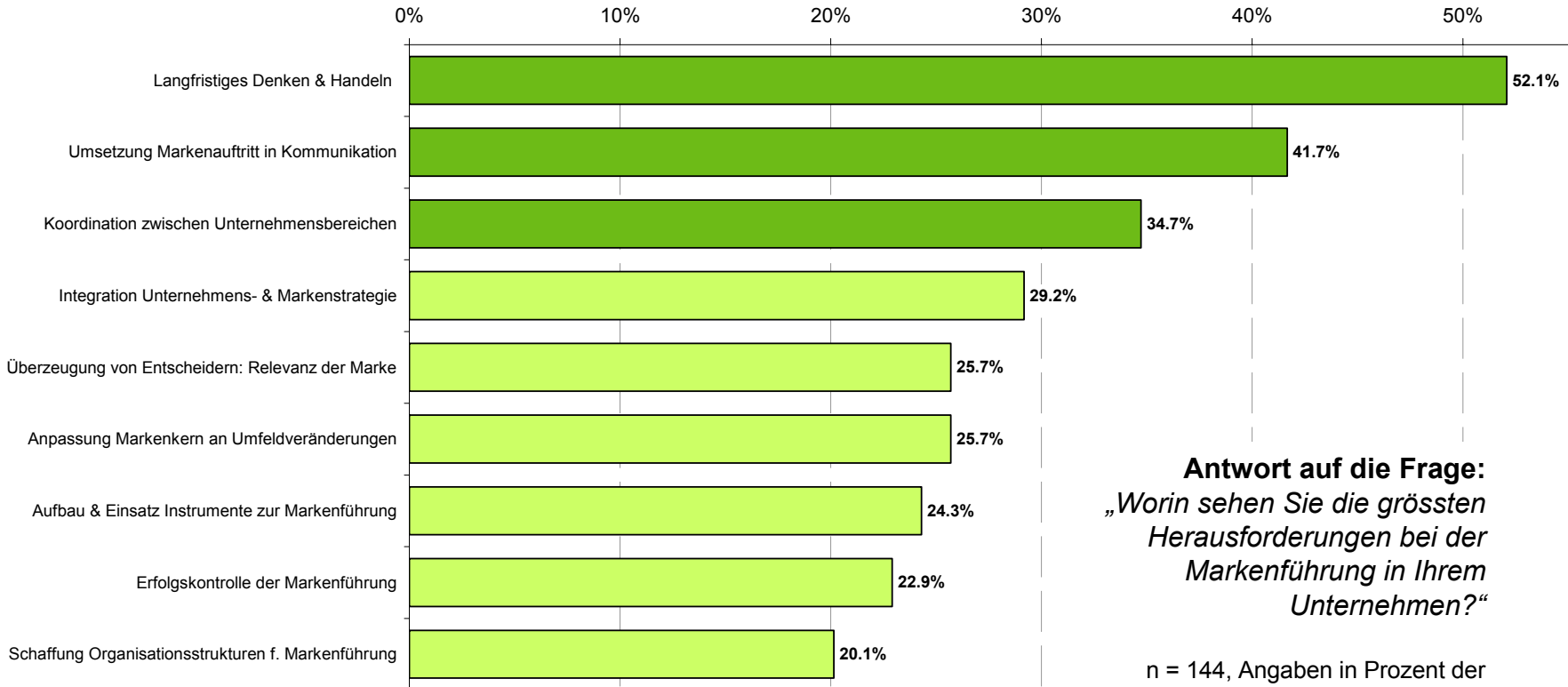
Antwort auf die Frage: „Die Mitarbeiter unseres Unternehmens sind stolz darauf, für unsere Marke(n) zu arbeiten.“
n = 127, Angaben in Prozent der Befragten.





Grösste Herausforderungen bei der Markenführung

Eine der grössten Herausforderungen: Langfristiges Denken und Handeln.

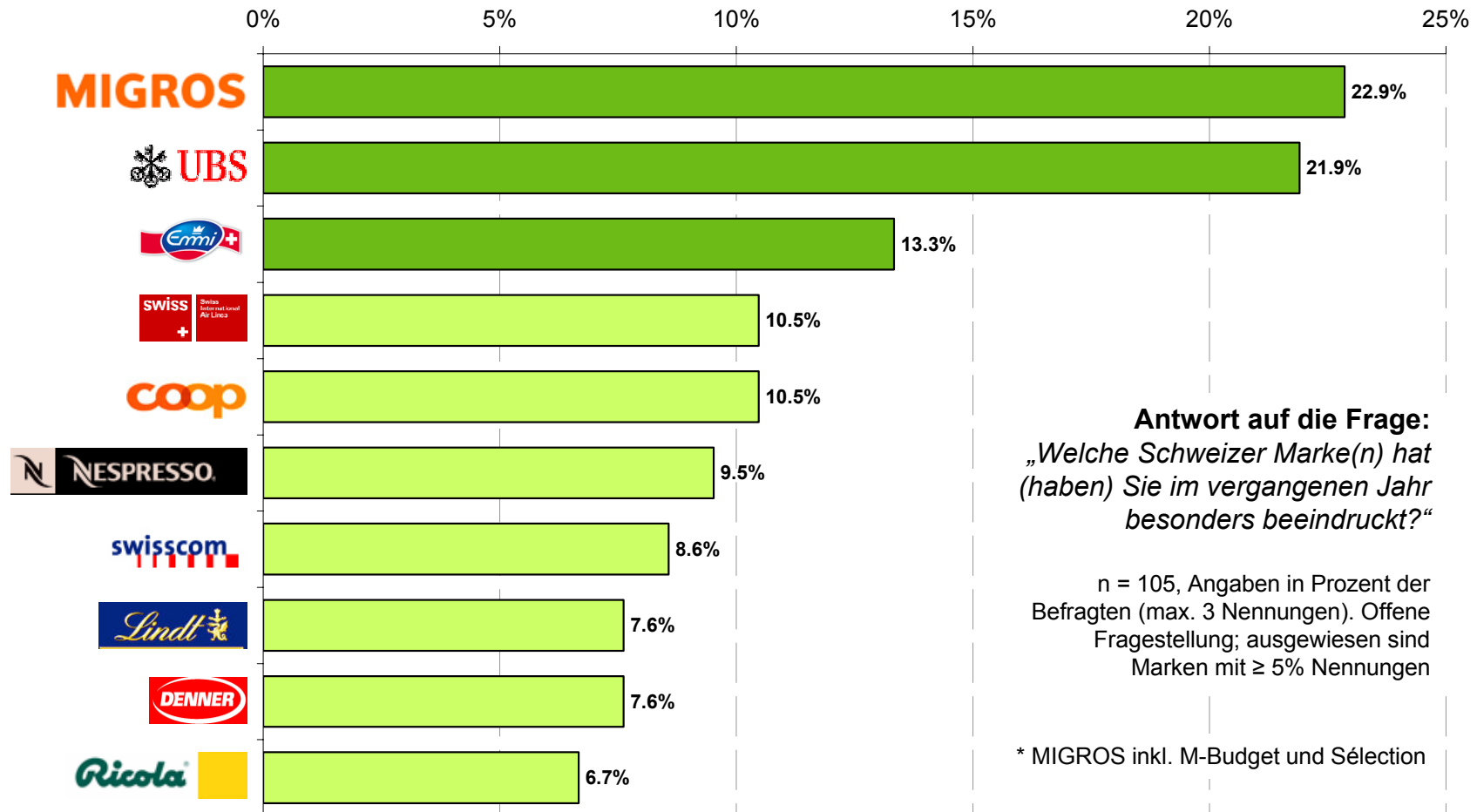


Antwort auf die Frage:
„Worin sehen Sie die grössten Herausforderungen bei der Markenführung in Ihrem Unternehmen?“

n = 144, Angaben in Prozent der Befragten (max. 3 Nennungen)

Die Besten unter den Schweizer Marken ...

MIGROS*, UBS und Emmi – diese Marken haben sich die besondere Bewunderung der Schweizer Marketing Professionals verdient.





Gesamtverantwortung und Realisierung: zahnvier

zahnvier berät als Strategieberatung die Entscheider führender Unternehmen und Organisationen an der Schnittstelle von Marketing und Strategie. Dabei unterstützt zahnvier seine Kunden entlang des gesamten Strategieprozesses:

- «Marketing Research»: zahnvier analysiert Kundenwünsche und -bedürfnisse und bringt Licht in künftig zu erwartende Marktentwicklungen.
- «Marketing Consulting»: Das Leistungsspektrum von zahnvier umfasst die Entwicklung innovativer Positionierungsstrategien, die Formulierung von Ansätzen zur Akquisition und Bindung von Kunden und die Gestaltung von Produkt- und Servicekonzepten.

Zu den Kunden von zahnvier zählen unter anderem publisuisse, Betty Bossi, Sonova oder ALDI SÜD.

Für weitere Auskünfte wenden Sie sich bitte an Dr. Clemens Koob, Managing Director bei zahnvier:

zahnvier Marketingberatung GmbH

Zeltweg 74

CH-8032 Zürich

Tel.: +41 44 251 54 66

Fax: +41 44 251 54 68

clemens.koob@zahnvier.ch

www.zahnvier.ch