

Die Bedeutung der Markenführung in Österreich

27. Februar 2013, 16:26

MarkenWertExperten stellen Studie zum Thema

"strategische Markenführung" vor

Das Institut für ganzheitliche Markenbewertung, DIE MarkenWertExperten, präsentiert seine jüngste Studie, die sich mit der Bedeutung von "strategischer Markenführung" in Unternehmen und den mit der Umsetzung verbundenen Herausforderungen beschäftigt: "Wie stark ist das Thema Markenführung in österreichischen Unternehmen verankert?" und "Wie groß ist die Diskrepanz zwischen dem Themenbewusstsein und der realen Umsetzung im Unternehmen?" Dazu wurden 300 Fachleute aus Industrie, Handel, Gewerbe und Werbung befragt.

Der Druck für Marketingverantwortliche steigt: Die Hürden, die es bei der Umsetzung von strategischen Markenführungszielen zu überwinden gilt, sind Budgetknappheit, mangelnde Fachkompetenz sowie unklare Zielvorgaben.

In der Studie hat sich herausgestellt, dass der Begriff "Markenführung" sehr unterschiedlich interpretiert wird. Die benötigten Informationen innerhalb eines Markenführungsprozesses werden durch eine dezentrale Datenverwaltung oft mehrfach erarbeitet. Drittens wurde erhoben, dass nur ein sehr kleiner Teil der befragten Unternehmen eine Software-Lösung für das Markenmanagement verwendet.

Rückfragehinweis: Dkkfm. Manfred Enzlmüller MWC Mobil: +43 699/111 100 24
mailto:enzlmueller@diemarkenwertexperten.at www.diemarkenwertexperten.at

Digitale Pressemappe: <http://www.ots.at/pressemappe/13867/aom>

*** OTS-ORIGINALTEXT PRESSEAUSENDUNG UNTER AUSSCHLIESSLICHER INHALTLICHER VERANTWORTUNG DES AUSENDERS - WWW.OTS.AT ***

OTS0278 2013-02-27/16:26

© derStandard.at GmbH 2013 -

Alle Rechte vorbehalten. Nutzung ausschließlich für den privaten Eigenbedarf.

Eine Weiterverwendung und Reproduktion über den persönlichen Gebrauch hinaus ist nicht gestattet.