

Presseinformation zur Buchvorstellung

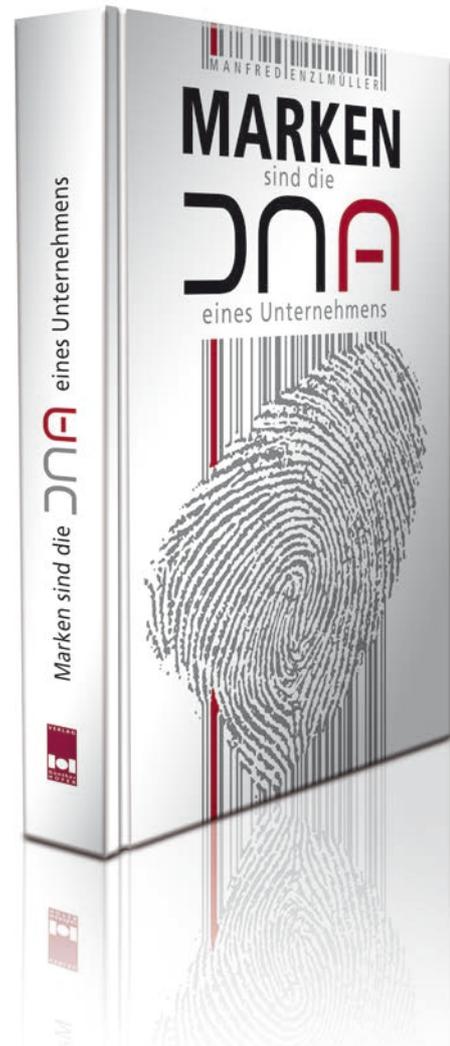
„Marken sind die DNA eines Unternehmens“

Alles eine Frage der Gene? Manfred Enzlmüller, der Markenwertexperte, entschlüsselt die Spuren in seinem neuen Buch.

Marken üben weltweit eine besonders starke Faszination auf Menschen aus. Für den Erfolg einer Firma stellen sie wesentliche Assets dar – egal, ob es sich dabei um einen Konzern oder einen kleinen Laden handelt. Experten auf dem ganzen Globus sind sich daher einig: Marken sind die DNA jedes Unternehmens.

Den Beweis treten zudem zahlreiche internationale Markenwertstudien an, die von namhaften unabhängigen Instituten durchgeführt werden. Es ist daher nicht verwunderlich, dass Inhaber genauso wie Marketingstrategen brennend daran interessiert sind, die DNA-Spuren zu entschlüsseln.

Passend zum ersten österreichischen Markendialog erscheint die neue Lektüre, die sich mit den spannenden Themen beschäftigt: Was sind diese einzigartigen genetischen Bausteine, die eine Marke für eine Zielgruppe zu etwas Unwiderstehlichem machen? Was verbirgt sich tatsächlich hinter der DNA? Welche Bestandteile sind für die Markenentwicklung nötig?



Lösungsansätze

Dieser Abschnitt beschäftigt sich mit jenen Elementen, die beim Ausbau einer Marke beachtet werden sollen. Dabei erklärt der Profi, welche Rolle Farben und Formen sowie Namen und Verpackungen spielen. Weiters wird der Frage nachgegangen, ob wirklich alle Produkte und Dienstleistungen Marken sein müssen. Ein Kapitel befasst sich damit, wie und ob man die DNA einer Marke mittels einer DNA-Markenanalyse[®] tatsächlich nachweisen kann. Ferner liefert der Werbefachmann Antworten auf die Thematik der ganzheitlichen Markenführung und wirft einen Blick in die Zukunft, was passiert, wenn die Kommunikation noch mobiler wird.

Standards für Markenbewertungen

Eine mangelnde Differenzierung des relevanten Nutzenprofils oder ein ähnlicher Auftritt führen fast immer zu einem kostenintensiven Leistungswettbewerb unter den Marktteilnehmern. Es wird geklärt, was sich Betriebe von einer adäquaten Markenbewertung erwarten. Antworten darauf, ob es genormte Standards dafür gibt und wenn ja, was sie berücksichtigen, verdeutlicht ein weiterer Beitrag.

Markenbotschafter

Mitarbeiter zählen zu den wertvollsten Markenbotschaftern eines Betriebes. Sie sind es, die eine Marke am deutlichsten für den Kunden erlebbar machen können. Mehrere Standpunkte zum Bereich Employer Branding verdeutlichen die Materie.

Piraterie und andere Delikte

Aktueller denn je ist das unliebsame Gebiet der Markenpiraterie. Die wachsende Anzahl der Fälle führt zu enormen Schäden und legt dar, dass es sich hierbei um kein Kavaliersdelikt handelt. Im Buch wird zudem auf Studien Bezug genommen, die zeigen, dass sich Betriebe – egal, ob groß oder klein – zwar über die Bedeutung des individuellen Erkennungszeichens für den Unternehmenserfolg weitgehend einig sind. Wenn es aber um Sloganklau und Maßnahmen gegen Markenpiraterie geht, ist das Bild vielfach verschwommen.

Die Neuerscheinung will auf keinen Fall den Eindruck erwecken, Patentlösungen zum Thema Marke zu präsentieren. Ganz im Gegenteil: Vielmehr zielt es – genau wie der erste österreichische Markendialog – auf eine wertfreie Betrachtung des komplexen Systems Marke ab.

Buchinformationen:

Manfred Enzlmüller – Marken sind die DNA eines Unternehmens
Günther Hafer Verlag
ISBN 978-3-902111-43-2
Erscheinungstermin: 22. November 2012

Bilddownload

Die Diagramme stehen auf <http://www.diemarkenwertexperten.at/presse-.html> in druckfähiger Auflösung zum Download bereit.

Information und Rückfragen:

Dkkfm. Manfred Enzlmüller
Mobil: +43 699 / 111 100 24
E-Mail: enzlmueller@diemarkenwertexperten.at

DIE MarkenWertExperten® – Institut für ganzheitliche Markenbewertung OG
Wiener Straße 10, 4300 St. Valentin, Austria
T +43 7435-52 801, F +43 7435-522 304
office@diemarkenwertexperten.at • www.diemarkenwertexperten.at

