Marke als Managementsystem

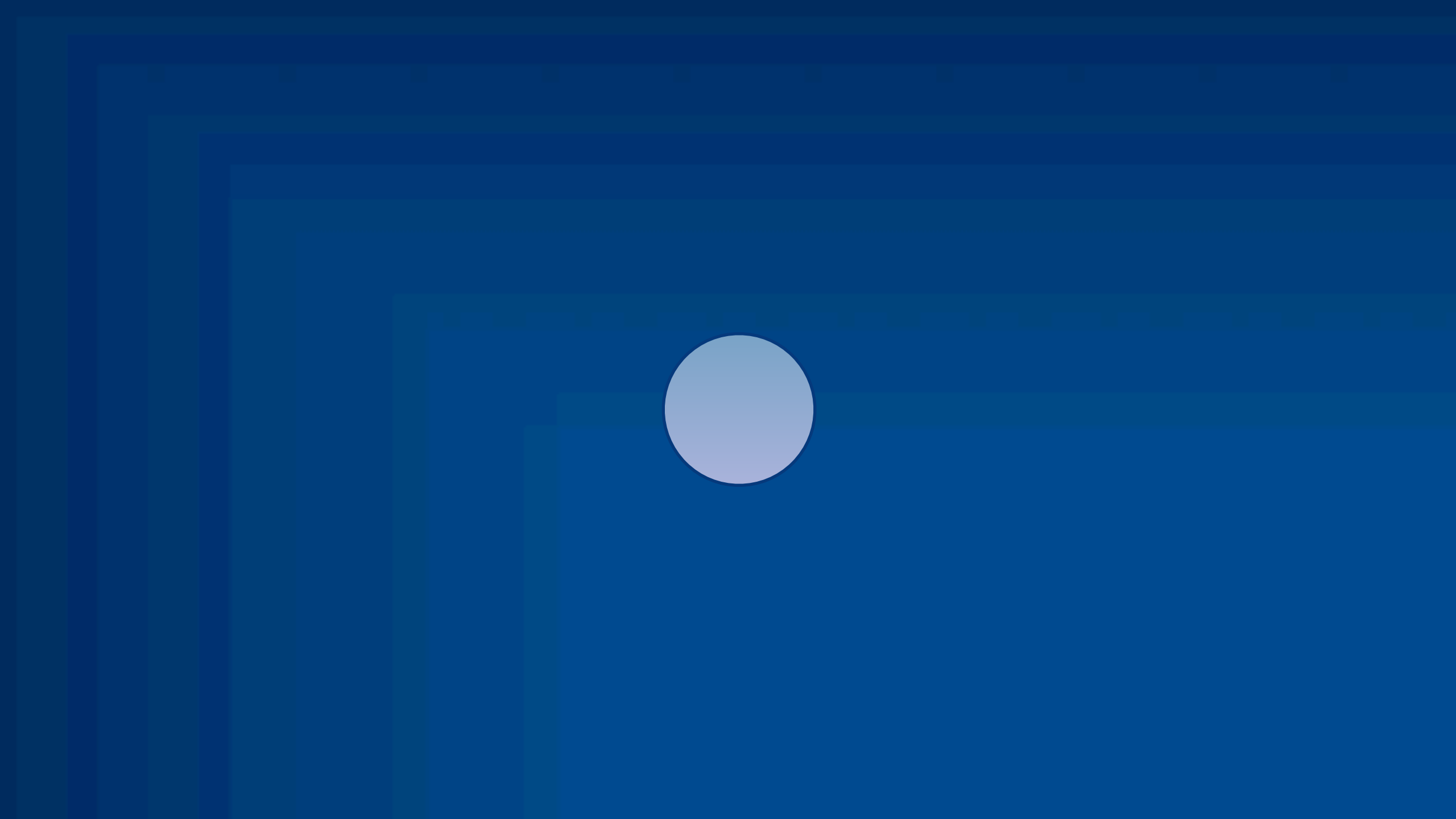
Was Marken von Produkten unterscheidet

Christoph Engl, Managing Director * Brand Trust GmbH Nürnberg/Wien/Zürich/Ljubljana

41. Congress der Controller
25./26. April München

Brand Trust

BRAND STRATEGY CONSULTANTS



93
noma

1,2 Millionen Anfragen für 4750 Sitzplätze

93
noma

Mercedes-Benz

„99 cent“

Überfluss hat den Mangel abgelöst

TDK
UFC

Kodak
VELASQUEZ VS DOS SANTOS III
UFC

hankook
Kodak
VELASQUEZ VS DOS SANTOS III
UFC

THE HUNGER GAMES
MOCKINGJAY
PART 1
NOVEMBER 21
DISNEY
FOREVER
FOREVER 21

IBM
SAMSUNG
Gillette
Allianz
Canon
NIKE
Kellogg's
Microsoft
amazon
BMW
Nestlé
SONY
DELL
PORSCHE
Coca-Cola
adidas
IKEA
intel
SAP

3.000

Reichtum an Information bringt Armut an Aufmerksamkeit

Controller

Google-Suche | Auf gut Glück!

590 × 332 · microsoftstore.com
SONY

Controlling

1875 • 1013 - heimarbeit.de

Controller

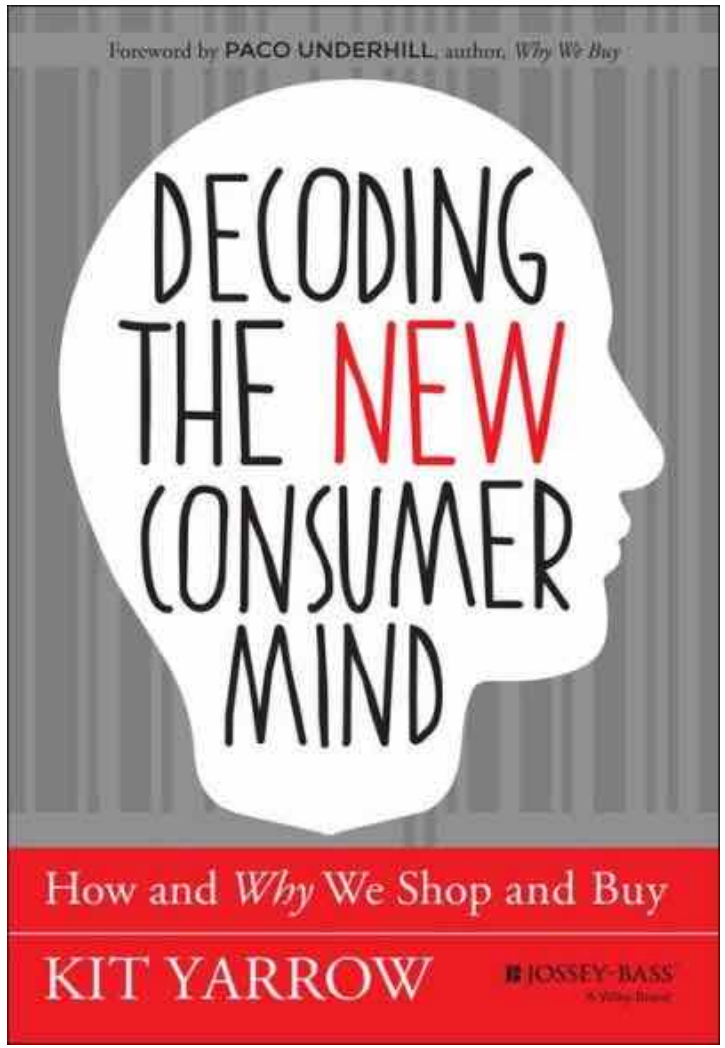
Was Controller verdienen
54563
53790
52717
47717
38676
38141

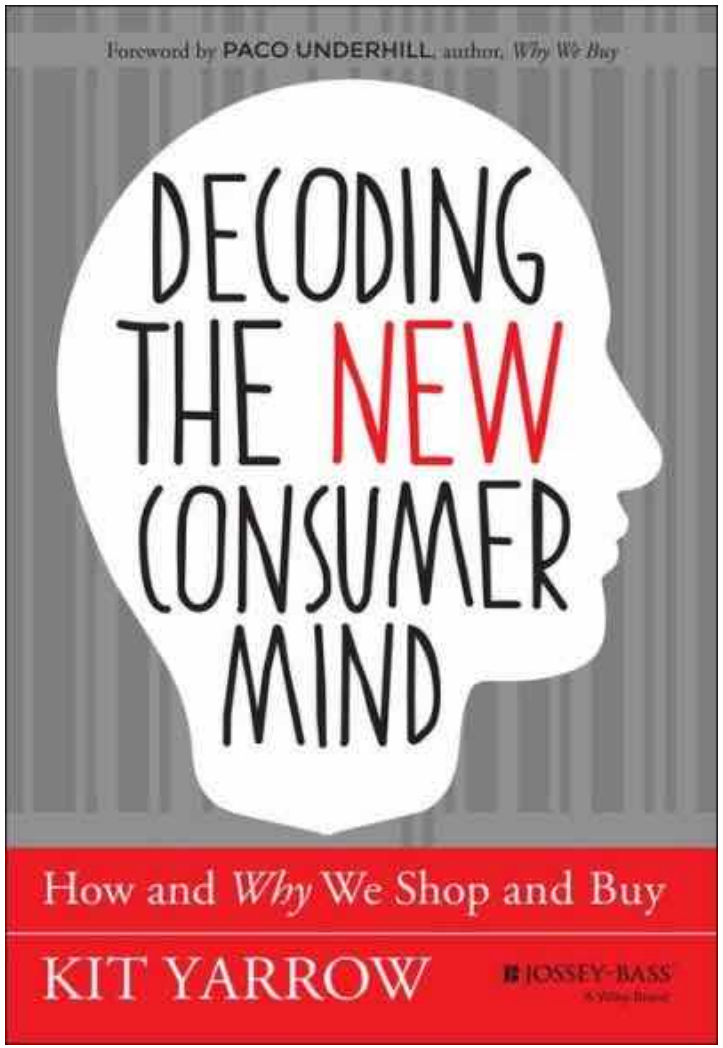
Von oben hat man den Überblick

Klaus Stuttmann Karikaturen - 22.08.2006

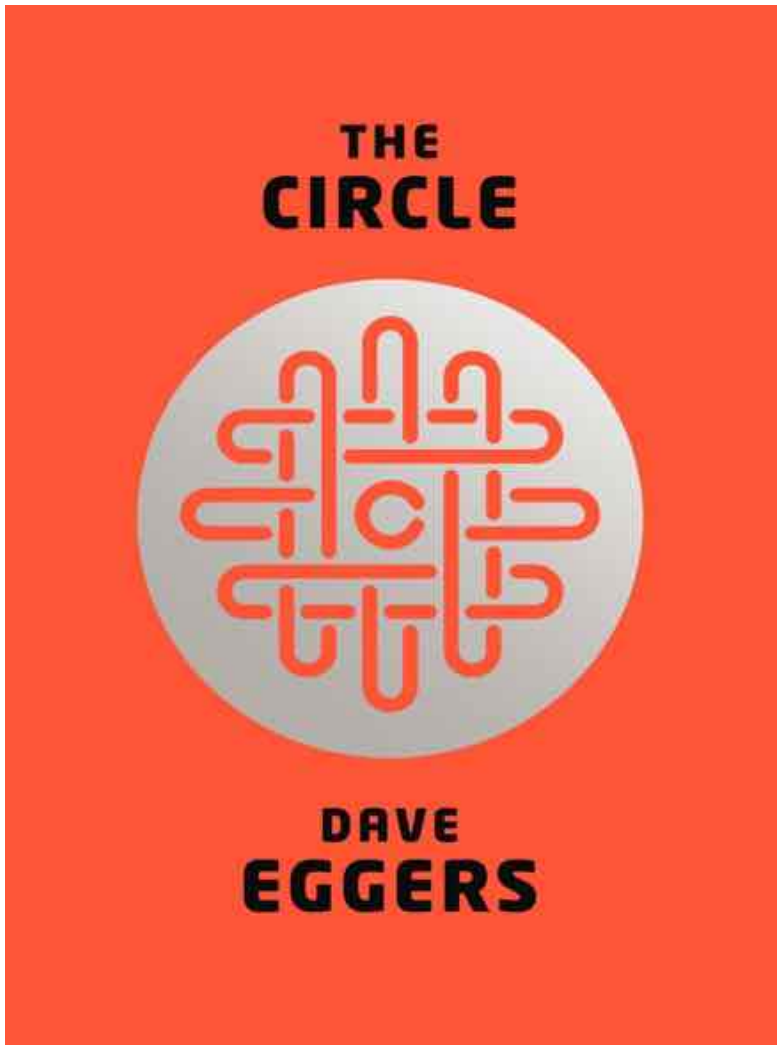
„Zu viele Unternehmen investieren ihre Energie in die **Aufrechterhaltung** eines **Kundenproblems**, wofür sie einmal eine Lösung gefunden haben.“

Activity
10:09
MOVE
EXERCISE
STAND
Jamie


Foreword by PACO UNDERHILL, author, Why We Buy
DECODING THE NEW CONSUMER MIND
How and Why We Shop and Buy
KIT YARROW
JOSSEY-BASS


Foreword by PACO UNDERHILL, author, Why We Buy
DECODING THE NEW CONSUMER MIND
How and Why We Shop and Buy
KIT YARROW
JOSSEY-BASS

Urheberrechtlich geschütztes Material
JEREMY RIFKIN
DIE
NULL
GRENZKOSTEN
GESELLSCHAFT
DAS INTERNET DER DINGE,
KOLLABORATIVES GEMEINGUT
UND DER RÜCKZUG DES
KAPITALISMUS
campus
Urheberrechtlich geschütztes Material


THE
CIRCLE
DAVE
EGGERS

„Unseren Kindern wird Zugang wichtiger sein als Besitz“

Jeremy Rifkin

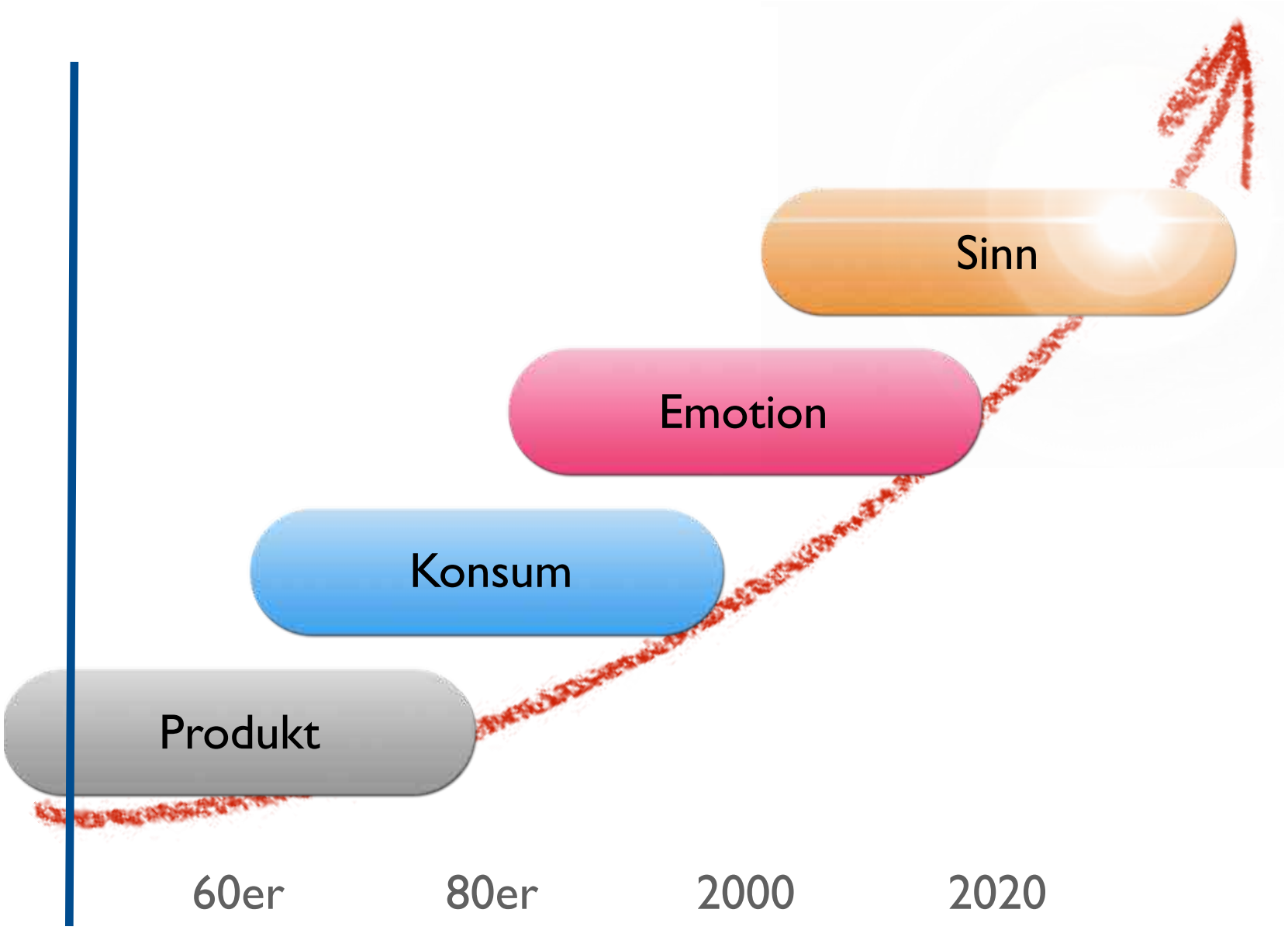
GENERATION

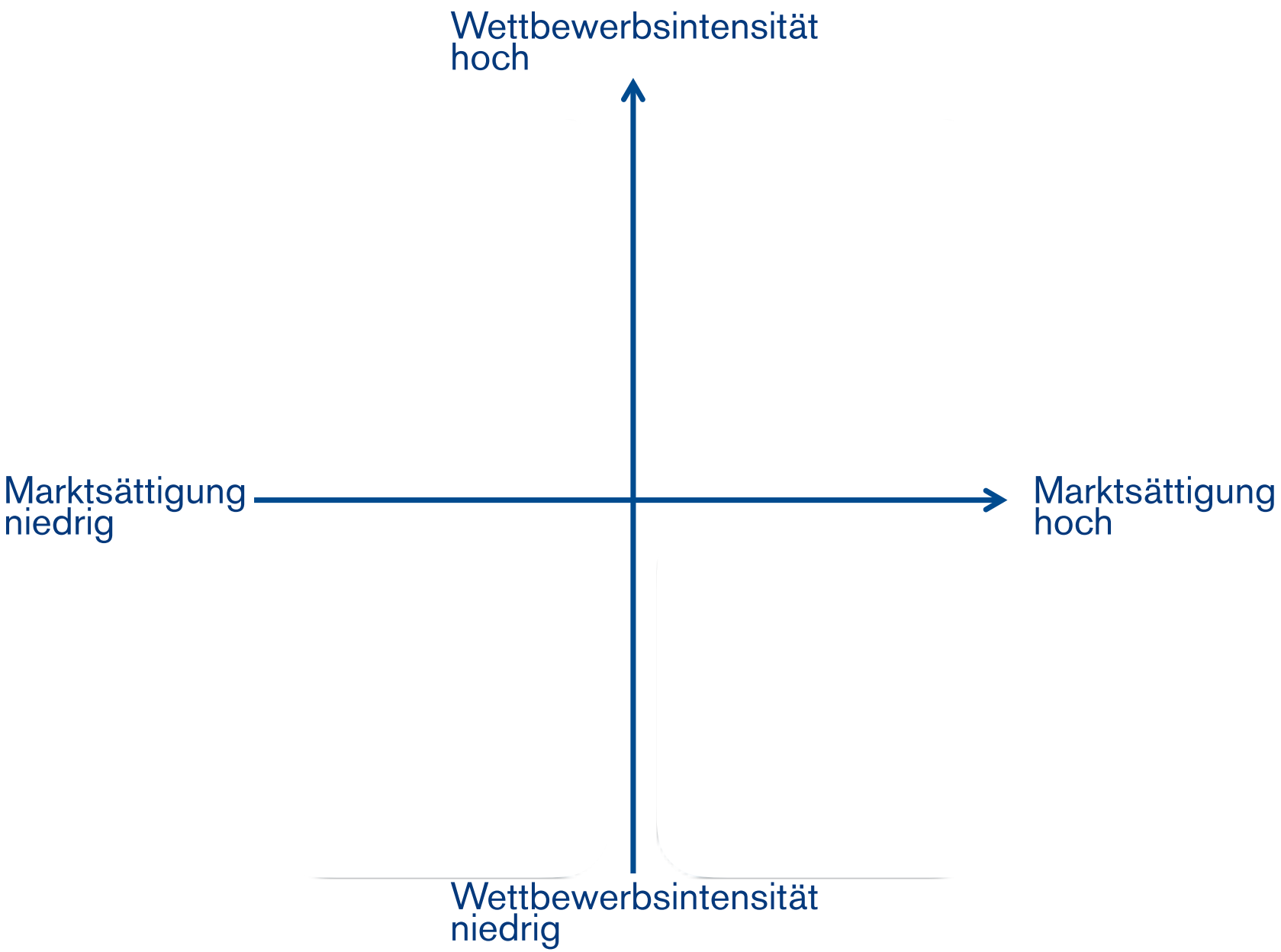
couchsurfing
UBER
airbnb
Spinlister
MEAL SHARING
CAR 2GO

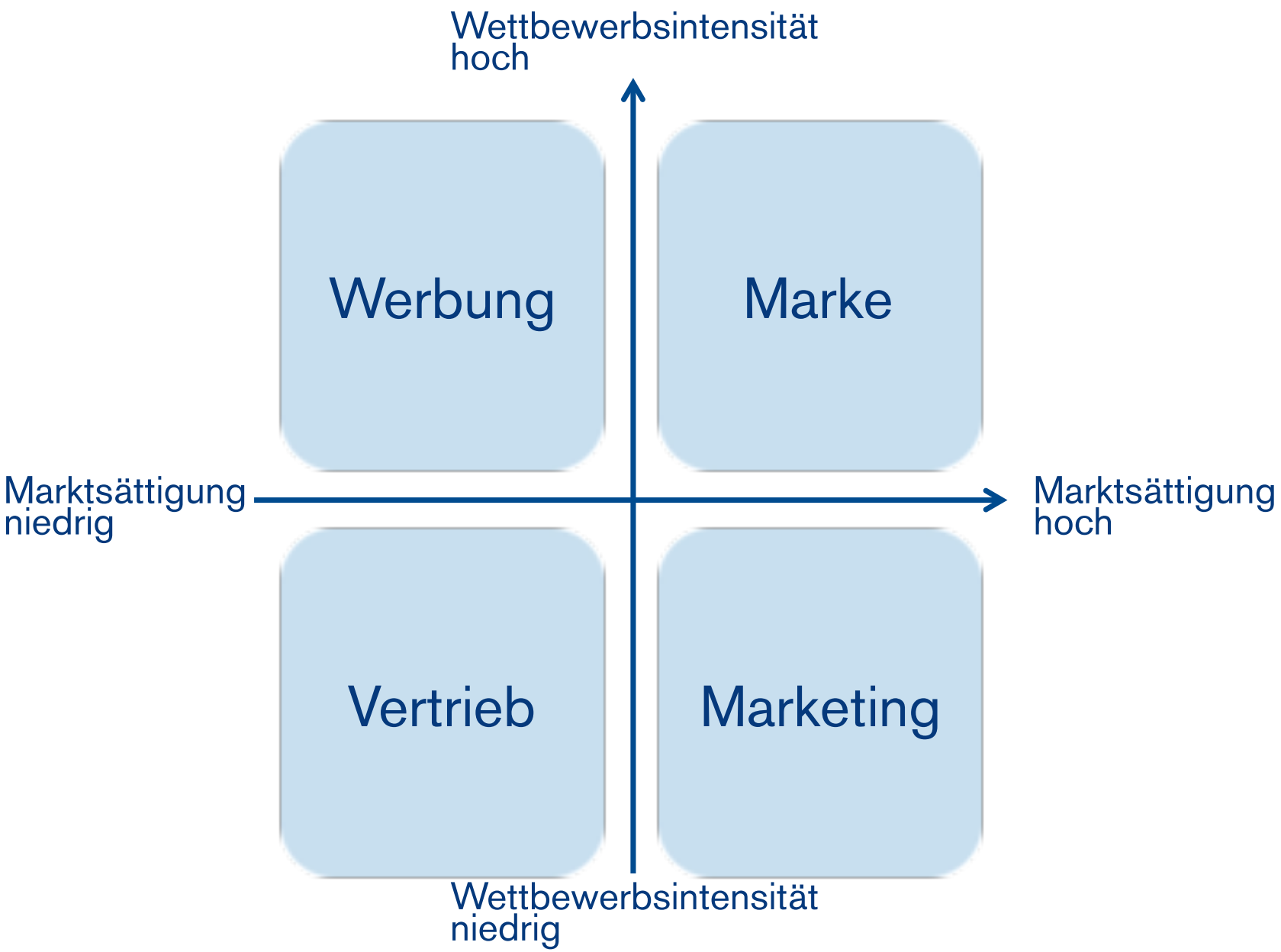
a heart

DIGITAL MARKETING

BIG
DATA
ANALYTICS
STORAGE
COMPLEX
SOCIAL
RELATIONAL
CONNECTOMICS
ORGANIZATIONS
SET
USE
LARGER
CONTINUES
INDEXING
CITATION
TENS
BIOLOGICAL
PROCESSING
UBIQUITOUS
NOW
CAPACITY
BURIED
WORLD'S
HUNDREDS
NETWORKS
DATABASES
DESKTOP
RECORDS
SEARCH
TYPES
SOLID
CURRENTLY
GARTNER
WORKING
AMOUNT
OPPORTUNITIES
DIFFICULTY
EVERY
EXAMPLES
TOOLS
DISK
TARGET
APPLIED
SENSOR
SHARED
DEFINITION
CURRENT
MAY
MOVING
WITHIN
RECONSIDER
ZETTABYTES
PRACTITIONERS
CAPTURE
THOUGHT
INTERNET
DISTRIBUTED
BUSINESS
SETS
GENOMICS
COMPLEXITY
DESCRIBING
RADIO-FREQUENCY
MANAGEMENT
TERABYTES
CASE
ABILITY
ELAPSED
PETABYTES
INCLUDE
EC
FORMS
SYSTEMS
TOLERABLE
SIZE
MPP
SINCE
PARALLEL
SAN
QUALITIES
MASSIVELY
GROW


Sinn
Emotion
Konsum
Produkt
60er
80er
2000
2020


Wettbewerbsintensität
hoch
Marktsättigung
niedrig
Marktsättigung
hoch
Wettbewerbsintensität
niedrig


Wettbewerbsintensität
hoch
Werbung
Marke
Marktsättigung
niedrig
Marktsättigung
hoch
Vertrieb
Marketing
Wettbewerbsintensität
niedrig

Brand
Trust

BRAND STRATEGY
CONSULTANTS

BrandTrust
ist die führende Managementberatung für wirksame Marken

Wir helfen Unternehmen und Institutionen, mehr Wertschätzung für ihre Leistungen zu erlangen

Wir befähigen Unternehmen ihre Marke mit anderen Augen zu sehen und damit unentdecktes Geschäftspotential zu erschließen.

Leadership

- Brand Strategy
- Portfolio Management
- Business Model Generation
- Brand Steering
- Mission/ Vision Development

Positioning

- No. 1 Positions
- Golden Circle
- Employer Branding
- Customer Insights
- Internal Branding

Transformation

- Innovation
- Blue Ocean
- Scenario Planning
- Digitalization
- Change Management
- Cultural Change

Performance

- Touchpoint Mgmt
- Marketing Consulting
- Brand Tracking
- Engagement
- Product /Process Alignment

Education

- Strategy Seminars
- Leadership Programs
- Ambassador Trainings
- Inhouse Academy
- Digital Brand Program
- Touchpoint Trainings
- Brand Trust Future Circle

Wir konzentrieren uns auf die ökonomisch stärkste Region Europas

Klaus-Dieter Koch
Managing Partner

Jürgen Gietl
Managing Partner

Achim Feige
Partner

Jasmin Rubner
Managing Director

Cristoph Engl
Managing Director

Christoph Hack
Executive Brand Consultant

Dieter Lützelschwab
Executive Brand Consultant

Susanna Wieseneder
Executive Consultant

Andrea Baust
Personal Assistent

Alexandra Fischbäck
PA to K.-D Koch/Jürgen Gietl

Manuela Seibold
Referentin HR und QM

Alois Dorfner
Senior Brand Consultant

Kolja Friedel
Brand Consultant

Stefanie Berning
Brand Consultant

Dr. Deborah Zani
Brand Consultant

Metka Hrovat
Senior Brand Consultant

Brand Trust

ist die führende Management-beratung für wirksame Marken.

Tanja Schug
Business Development Manager

Nicole Eckle
Event and Marketing

Katharina Wickel
Brand Consultant

Anne Kalmutzki
Brand Consultant

Colin Fernando
Brand Consultant

Nicole Rimser
Brand Consultant

Benedikt Streb
Brand Consultant

Eva Köttschau
Brand Consultant

Susanne Jech
Executive Consultant

Cordelia König-Teufelberger
Senior Consultant

Denise März
Team Assistant

Jeannette Marcus
Personal Assistant

Martha Kift
Brand Consultant

Alan Mattapour
Brand Consultant

Stephanie Hofer
Brand Consultant

Brand Trust

BRAND STRATEGY CONSULTANTS

11 Branchen

Lifestyle & Luxury

GORE Creative Technologies Worldwide
MADELEINE
CHRONOSWISS
MAMMUT

Retail, Mail Order & E-Commerce

Sutterlüty
eybl
CATENO IT FOR MULTI-CHANNEL SELLING
IMMOBILIEN SCOUT 24

Public Sector, Destination, Tourism & Logistics

Thüringen entdecken.de
DOLOMITI SUPERSKI wonderful times
St. Moritz TOP OF THE WORLD
TCS

Technology & Automotive

GLYSANTIN
SCHUNK
Doppelmayr
Jehm

Construction & Real Estate

glaströsch
OTTO IMMOBILIEN GRUPPE
warema
RUBNER

Financial & Professional Services

CREDIT SUISSE
UNIQA
Schwäbisch Hall Auf diese Steine können Sie bauen

Telecoms, IT, Media, Entertainment & Security

T
intel
upc
russmedia

Pharmaceuticals, Healthcare & MedTech

amoena
ABF
Geistlich Pharma
Nobel Biocare

Chemicals, Energy, Materials

axpo
WATTNER IN ENERGIE INVESTIEREN
BASF The Chemical Company
Hoval

Ecology & Organics

Neumarkter Lammsbräu
A.Vogel
DAVERT

Fast moving consumer goods

RAUCH
Trolli
STABILO
Emmi

No.1 BRANDS
Die Erfolgsgeheimnisse starker Marken
Reiz ist geil
Harvard Business manager
NEW LUXURY AND BRANDS
Beyond the Digital Hype
ACHIM FEIGE GOOD BUSINESS
Value Branding
101 Triggers to Boost Your Brand
WAS MARKEN UNWIDERSTEHLICH MACHT
101 WEGE ZUR BEGEHRLICHKEIT
Internal Branding
Achim Feige
BrandFuture
Praktisches Markenwissen für die Marktführer von morgen
GOOD BUSINESS
ACHIM FEIGE
Das Denken der Gewinner von morgen
NEW LUXURY AND BRANDS
TOP 40
B2B-MARKEN IN DER PRAXIS
Trends and Issues in Global Tourism 2011

„Wer nicht weiß,
in welchen Hafen
er segeln will,
für den ist kein
Wind der richtige.“

Seneca

Preise, Gewinne, Geschäftsmodelle und Unternehmenskulturen geraten unter Druck

Marken erhöhen Robustheit

Marken erhöhen Agilität

1

1

Marken bedienen Lebensknappheiten

Röstkaffee Aldi

0,1 kg = 0,70 Euro

0,5 kg = 3,50 Euro

Preispremium

1000%

Röstkaffee Aldi

0,1 kg = 0,70 Euro

0,5 kg = 3,50 Euro

Nespresso Kapseln

0,005 kg = 0,35 Euro

0,5 kg = 35,00 Euro

Venus omega3 lift eye care

15 ml = 15 Euro

100 ml = 100 Euro

Preispremium

1100%

Venus omega3 lift eye care

15 ml = 15 Euro

100 ml = 100 Euro

LA MER The Eye Balm

15 ml = 165 Euro

100 ml = 1.100 Euro

Weihenstephan Alpenmilch laktosefrei

1 Liter = 1,95 Euro

Weihenstephan Alpenmilch laktosefrei

1 Liter = 1,95 Euro

Whiskas Katzenmilch laktose-reduziert

1 Liter = 6,65 Euro

Lil Bub

Instagram

1,8 Mio

NIVEA
Creme

NIVEA
GLOSS
WONDER
BALM
NIVEA
EXTREME
RESIST
LONG LASTING
FOUNDATION
NIVEA
Calcium
power
SHOCK
RESISTANT

PHAETON
V8
4.2
WOB DD 800
www.MOTOR-TALK.de

Leistungen müssen bewiesen werden.

Marken werden kollektiv geglaubt.

2

2

Marken folgen nicht, sie führen

„Meistens wissen die Leute nicht, was sie wollen, bis man es ihnen zeigt.“

Steve Jobs

WATERPROOF
BREATHABLE

USA
TDK
BEIJING 2015

23,7 Mio US$

0,7 Mio US$

Abgrenzung schafft Klarheit und Orientierung

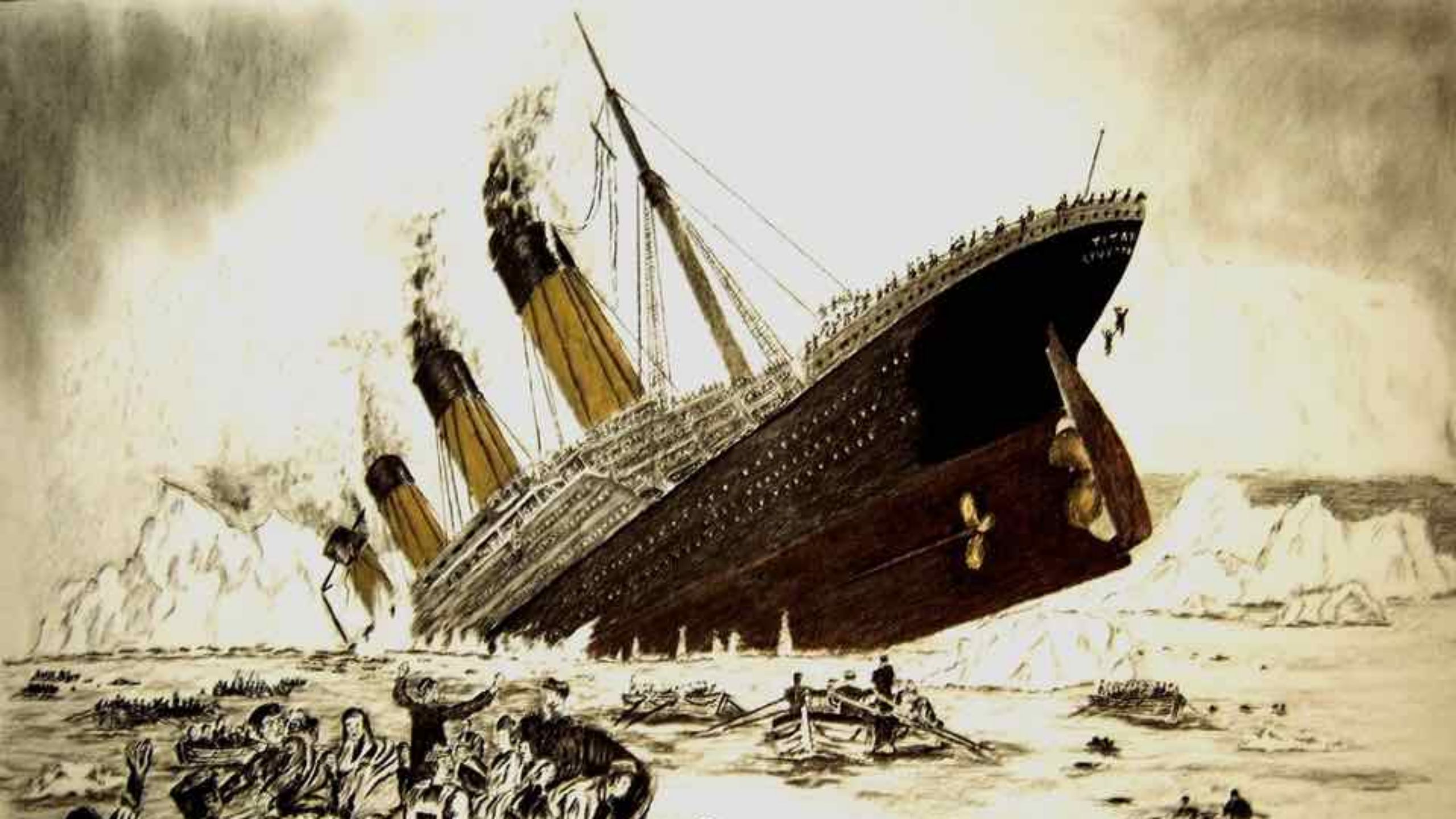
3

3

Marken beweisen statt zu behaupten

Brand
Trust

Wirkung
Ursache



Wirkung
Ursache

Markenbild
Markenname
Markenzeichen
Markenstil
Markendesign
Marketing
Markenkommunikation
Markenkontaktpunkte
Markenstrategie
Markenregeln
Markenprogramme
Markenpositionierung
Nährböden
Fanresonanz
Markenkern
Spitzenleistungen

Das Verhältnis aus Wunsch ...
www.novotel.com
NOVOTEL
Designed for natural living

Das Verhältnis aus Wirklich Wunsch ...

Spitzenleistung ist die Grundlage einer jeden Marke

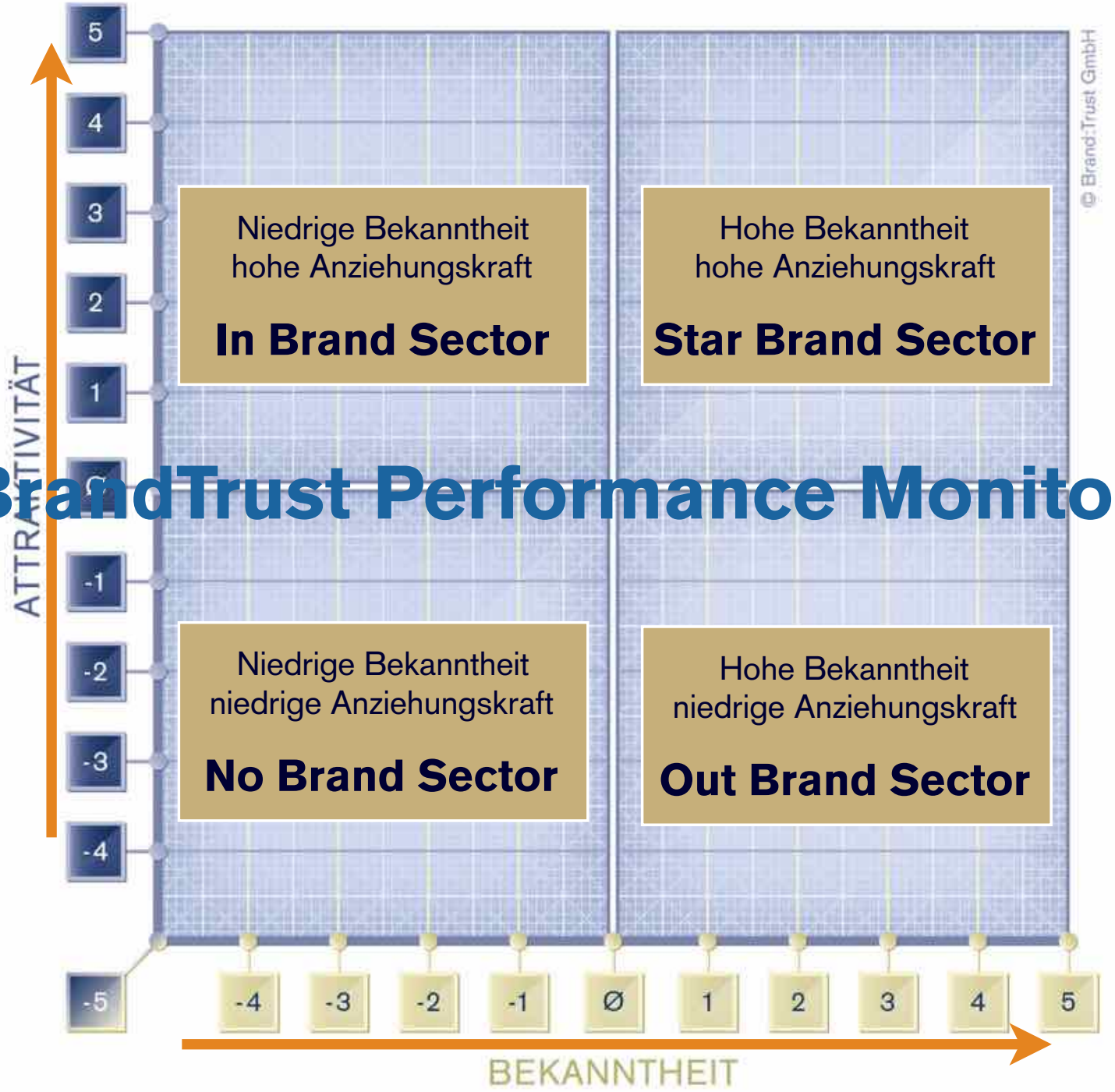
4

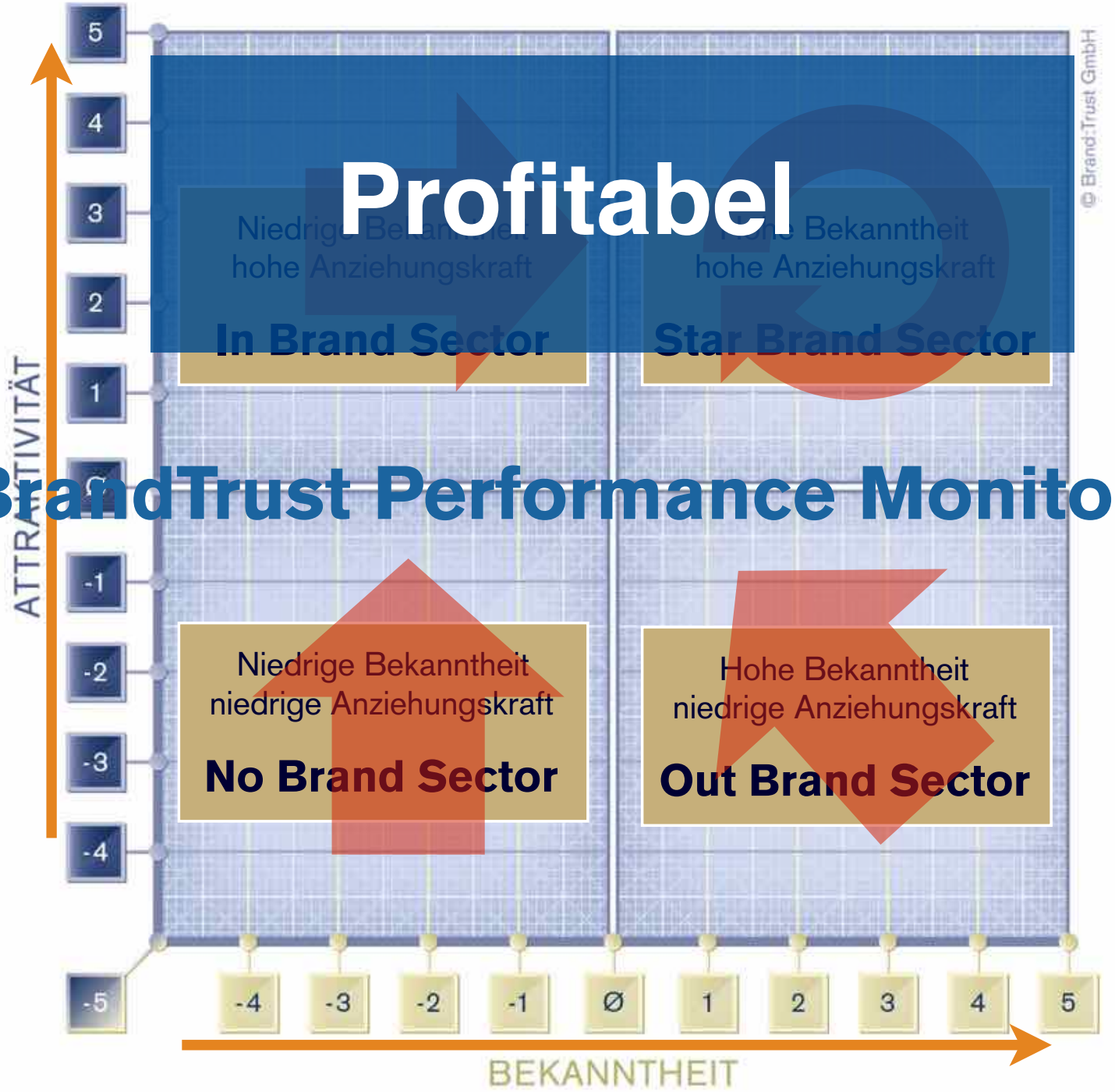
4

Marken geben Produkten ihren Wert

Ich kenn Dich! + Ich will Dich!

BrandTrust Performance Monitor®




Profitabel
BrandTrust Performance Monitor®
ATTRAKTIVITÄT
5
4
3
2
1
Ø
-1
-2
-3
-4
-5
Niedrige Bekanntheit
hohe Anziehungskraft
In Brand Sector
Hohe Bekanntheit
hohe Anziehungskraft
Star Brand Sector
Niedrige Bekanntheit
niedrige Anziehungskraft
No Brand Sector
Hohe Bekanntheit
niedrige Anziehungskraft
Out Brand Sector
-4
-3
-2
-1
Ø
1
2
3
4
5
BEKANNTHEIT
© BrandTrust GmbH

ATTRAKTIVITÄT
5
4
3
2
1
Ø
-1
-2
-3
-4
-5
OFFICINE PANERAI
FIRENZE
adidas
SSANGYONG
-4
-3
-2
-1
Ø
1
2
3
4
5
BEKANNTHEIT
© Brand:Trust GmbH

ATTRAKTIVITÄT
5
4
3
2
1
Ø
-1
-2
-3
-4
-5
OFFICINE PANERAI
FIRENZE
adidas
SSANGYONG
-4
-3
-2
-1
Ø
1
2
3
4
5
BEKANNTHEIT
© Brand:Trust GmbH

Freude am Fahren (1969)

Vorsprung durch Technik (1971)

Freude durch Technik (1990)

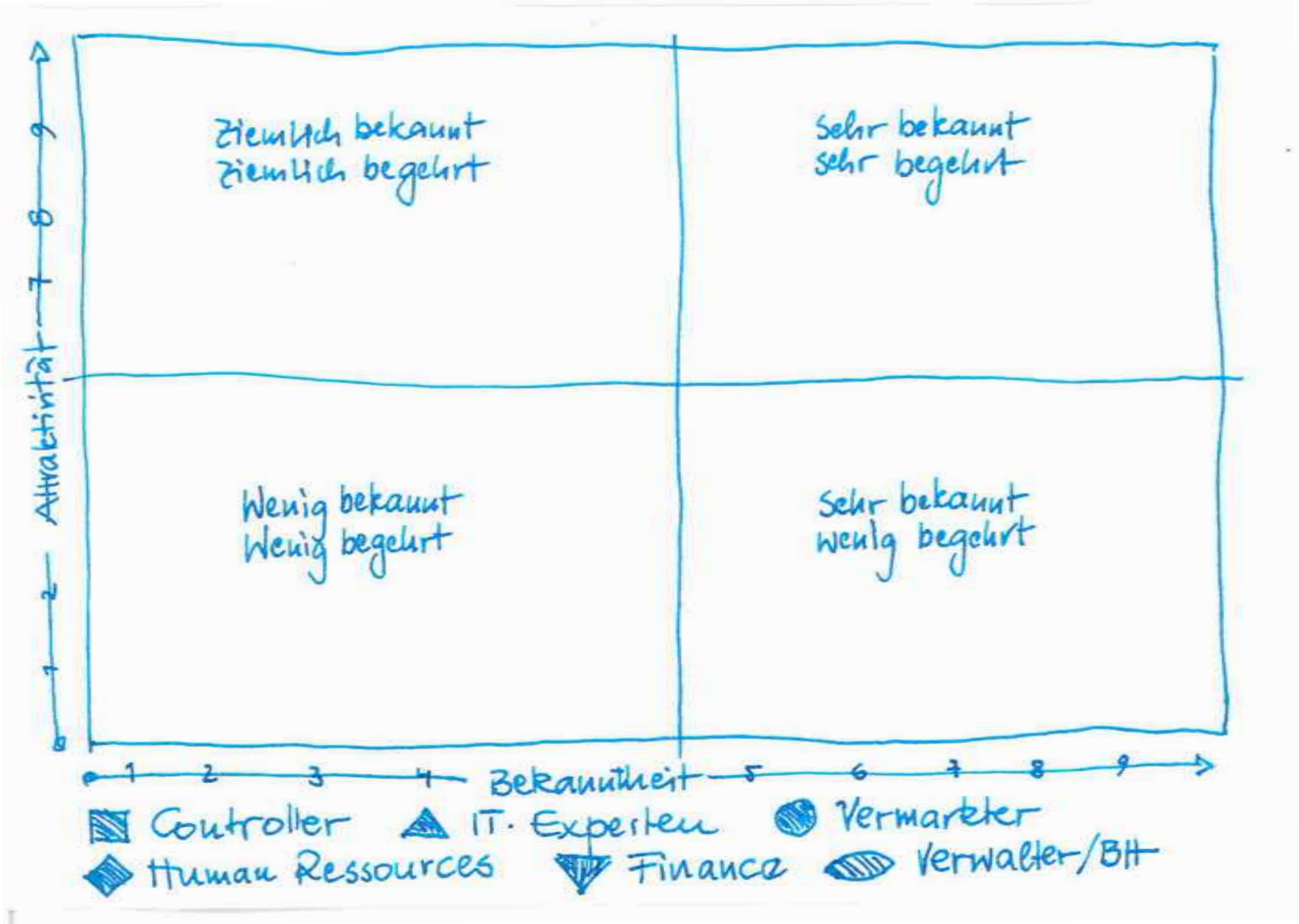
Wir haben verstanden (1994)

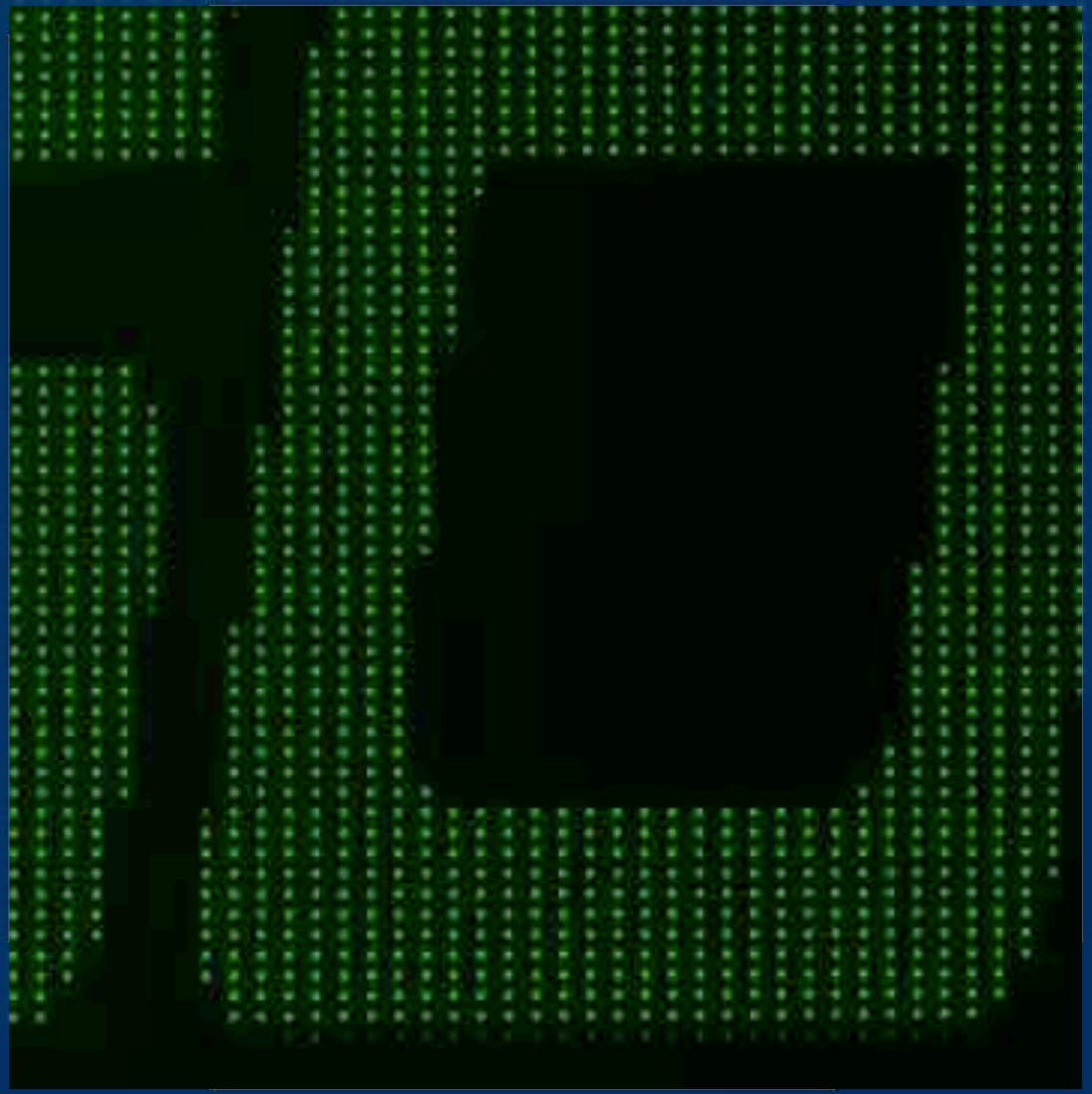
Frisches Denken für bessere Autos (2002)

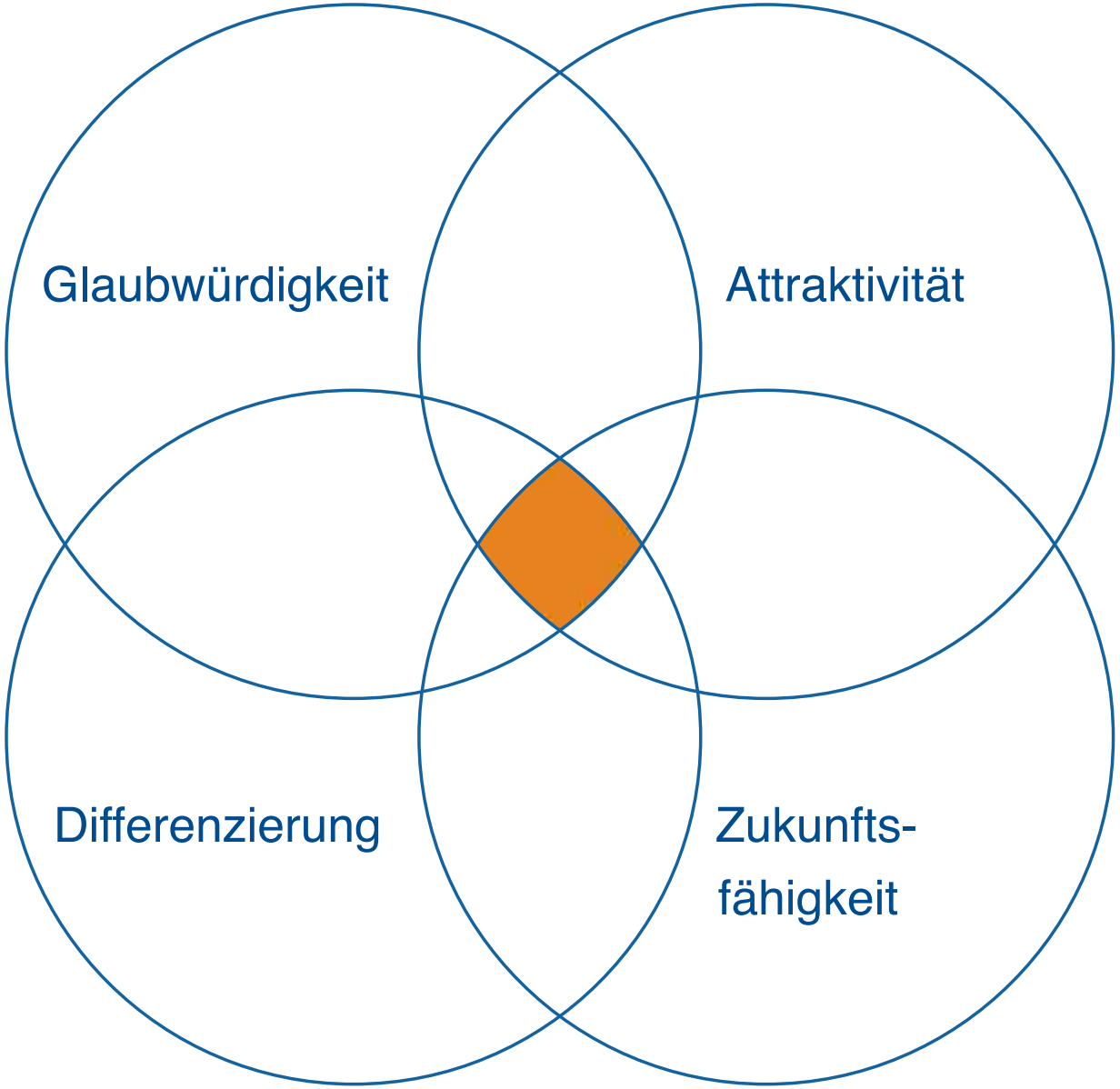
Entdecke Opel (2007)

Wir leben Autos (2009)

Umparken im Kopf (2015)


Ziemlich bekannt
Ziemlich begehrt
Sehr bekannt
sehr begehrt
Wenig bekannt
Wenig begehrt
Sehr bekannt
wenig begehrt
Attraktivität
1
2
7
8
9
1
2
3
4
Bekanntheit
5
6
7
8
9
Controller
IT-Experten
Vermarkter
Human Ressources
Finance
Verwalter/BH




Glaubwürdigkeit
Attraktivität
Differenzierung
Zukunfts-
fähigkeit

Ökonomische Spielarten

Spiel

Spiel

Produkte

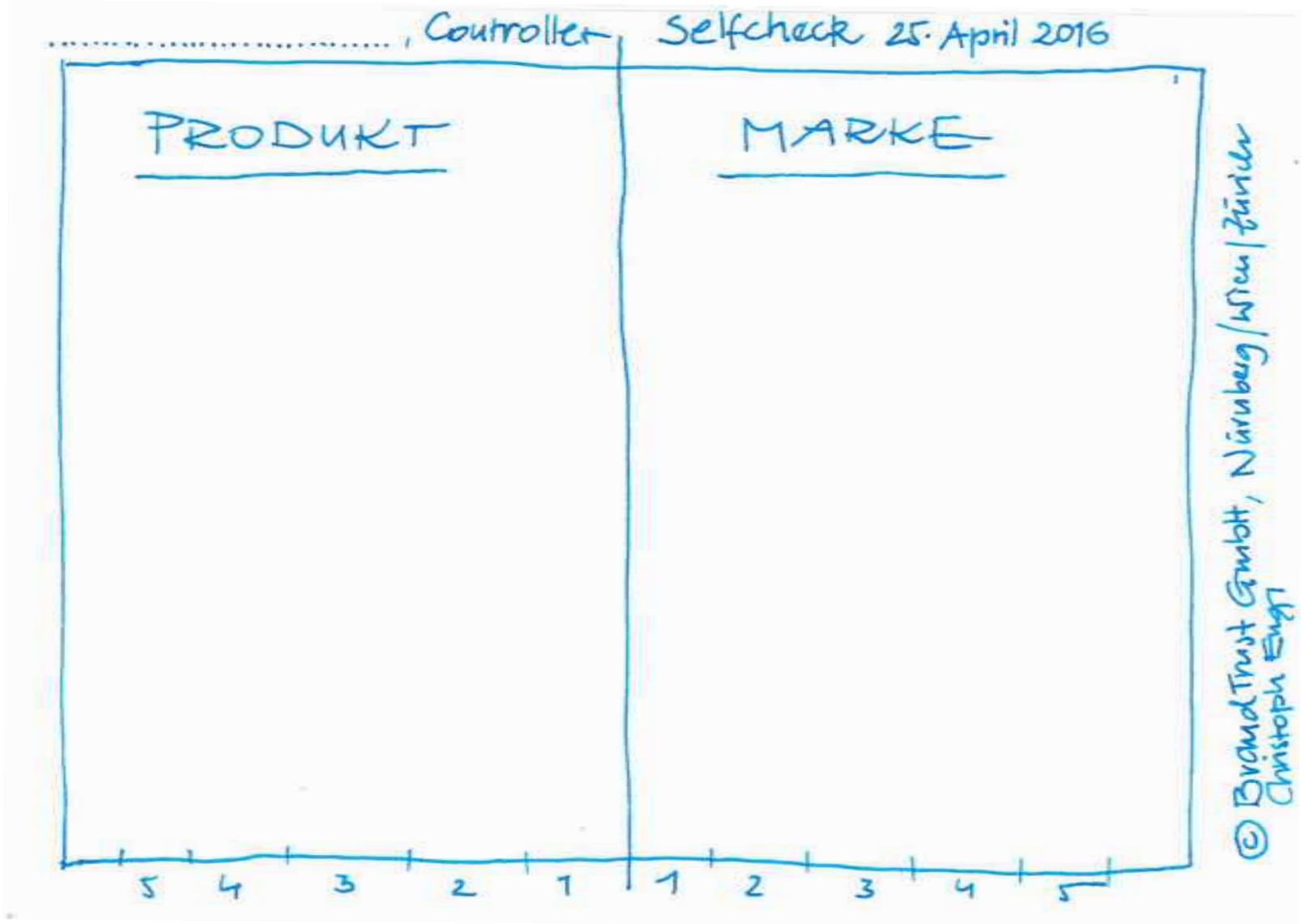
product
promotion
placement
price

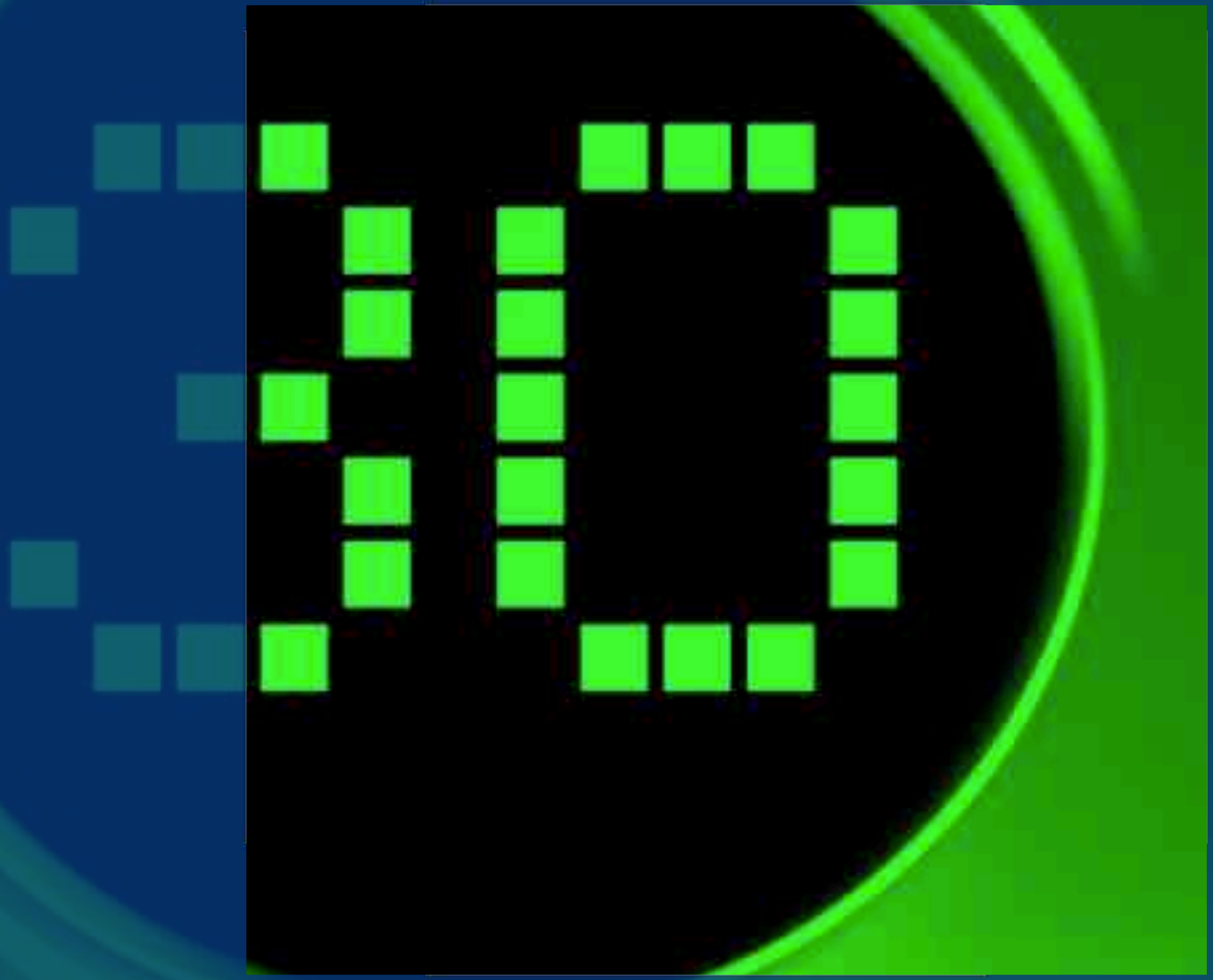
Umsatz

Marken

Wert
Wahrnehmung
Wertschätzung
Wertschöpfung

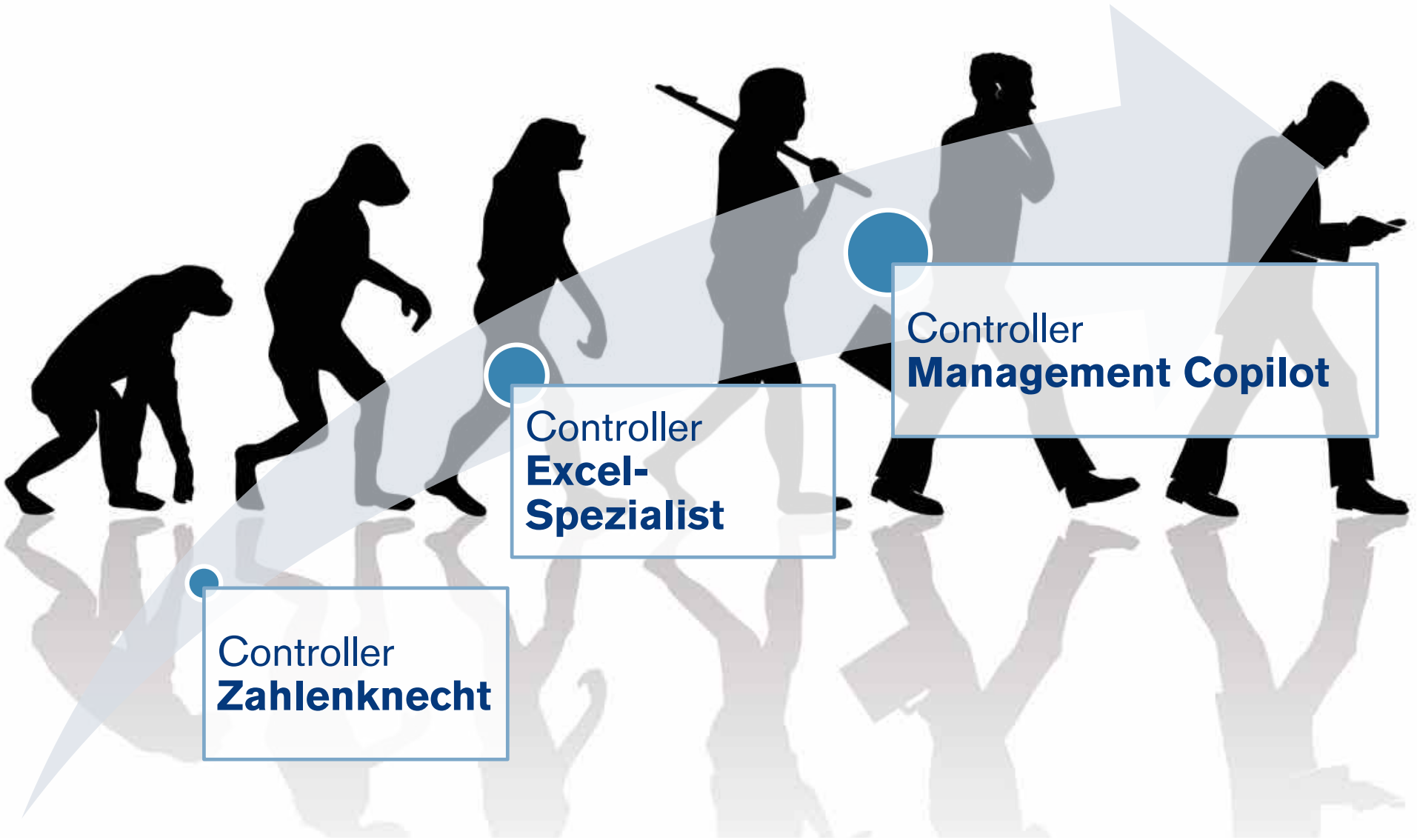
Marge


..... Controller Selfcheck 25. April 2016
PRODUKT
MARKE
5 4 3 2 1 1 2 3 4 5
© BrandTrust GmbH, Nürnberg/Wien/Zürich
Christoph Engl



Marken kämpfen um den Wert, nicht um den Preis

Controller
Zahlenknecht


Controller
Zahlenknecht
Controller
Excel-
Spezialist
Controller
Management Copilot

Marken-Transformation Controller

Nutzenbringer		Wertstifter
Zahlenknecht		Manager
Berichterstatter		Prophet
Excel-Profi		Copilot

Was wir sind
Was wir tun

Wissen

Was wir tun

Leistung

Glauben

Was wir sind

Werte

ACV

GREEN
PEACE

GREEN PEACE

SOS MEDITERRANEE

En partenariat avec :

MÉDECINS DU MONDE

Slow Food®
Deutschland e.V.

Marken Transformation

Berufsgruppe		Wertegemeinschaft
Interessensvertreter		Themenführer
Nutzen erzeugen		Wert stiften
Vorteile bieten		Stolz auslösen

Marken wachsen von innen nach außen

Brand
Trust
BRAND STRATEGY
CONSULTANTS

christoph.engl@brand-trust.de

Ha16refcc!

Brand Trust

BRAND STRATEGY CONSULTANTS

Enabling brands to attract people

Brand
Trust

Copyright

Alle in dieser Dokumentation enthaltenen Strategien, Modelle, Konzepte und Schlussfolgerungen sind ausschließliches geistiges Eigentum (Ausnahme bei Quellenangaben) von BrandTrust – Brand Strategy Consultants – und urheberrechtlich geschützt. Sie werden dem Auftraggeber zu dessen ausschließlicher Nutzung zeitlich unbefristet überlassen. Alle hierin enthaltenen Informationen unterliegen der Geheimhaltung und sind nur für den Auftraggeber bestimmt. Der Auftraggeber ist nicht berechtigt diese Dokumentation zu verändern oder außerhalb seines Unternehmens zu veröffentlichen oder zu verbreiten. Diese Bestimmung kann ausschließlich mit schriftlicher Zustimmung von BrandTrust – Brand Strategy Consultants – abgeändert oder widerrufen werden. Mündliche Vereinbarungen besitzen keine Gültigkeit.

All the strategies, models, concepts and conclusions incorporated into this documentation are the exclusive intellectual property (exceptions are source referenced) of BrandTrust – Brand Strategy Consultants and are protected under copyright. They have been turned over to the client exclusively for his own use for an unspecified period. All information included in them is to be kept confidential and is intended for the client's eyes only. The client is not permitted to change this documentation, make it public outside his own company or disseminate it in any way. This rule may only be amended or revoked with the express written consent of BrandTrust – Brand Strategy Consultants. Verbal agreements shall not be deemed valid.

BrandTrust GmbH – Brand Strategy Consultants

Pfannenschmiedsgasse 1
90402 Nürnberg ▪ Germany

T +49 (911) 933 57 80
F +49 (911) 396 066

info@brand-trust.de
www.brand-trust.de

Brand Trust

BRAND STRATEGY CONSULTANTS