



## Was ist Markenpower?

Artikel von Rolf P. Gruber

**Jedes Unternehmen ist eine Marke. Doch die untrügliche Wahrheit ist: Marken sterben – sie leben nicht aus sich selbst heraus. Man muss sie pflegen, schützen und gelegentlich auch renovieren. Doch etwas muss man ganz gewiss – man muss sie evolutionieren. Was das bedeutet? Lesen Sie weiter.**

Der grösste Fehler den Markenverantwortliche begehen, ist zu denken, dass Menschen Marken wollen. Kunden wollen keine Marken, sie wollen Gattungen. Menschen, die ein «renommiertes» Auto kaufen, kaufen zum Beispiel einen Mercedes. Es ist einfacher, schneller und befriedigender zu sagen «Ich fahre einen Mercedes», als zu sagen «Ich fahre ein renommiertes Auto».

Wichtig zu wissen ist: An dem Tag an dem Mercedes nicht mehr den Beiklang «renommiertes Auto» als Gattungsbegriff hat, verliert die Marke Mercedes an Wert.

Marken entstehen über Gattungen. Nur wer eine Gattung glaubwürdig verkörpert und repräsentiert, geniesst das Vertrauen als Marke. Als Unternehmer müssen Sie somit verstehen, dass man für eine Gattung stehen muss. Das ist das Geheimnis starker Marken.

Mit einer guten Positionierung, die Ihr Unternehmen an eine Gattung bindet, können Sie schon viel erreichen. Beispiel aus der eigenen Küche: Richards & Gold steht für «Knowledge in Branding» als Gattungsbegriff. Kunden wollen nicht Richards & Gold, sie wünschen sich Markenwissen, das sie weiterbringt. Richards & Gold ist lediglich das Synonym für das, was unsere Kunden wollen. Alles klar ☺

Und jetzt kommt's. Für eine Gattung stehen, birgt eine grosse Gefahr in sich. Wird eine Gattung nicht mehr gewünscht, wie die Gattung «Fotofilm» bei Kodak, oder «Sofortbild» bei Polaroid, dann sind die Tage dieser Marke gezählt. Retten kann sie nur der Blick nach vorne. Der Blick in die noch nicht existierende Zukunft hinein.

Gattungen sind der Evolution unterworfen. Wer sich nicht anpassen kann, verschwindet aus dem Leben. Es reicht bei weitem nicht aus, Kunden nur bei Laune zu halten, sie mit einem Essen zu verwöhnen, oder gemäss vorgeschriebenem Bindungsprogramm alle zwei Wochen zu besuchen.

Was gilt es also zu tun, um seine Marke mit voller Kraft vorwärts zu treiben? Unternehmen brauchen ein Evolutionier-Training, das ihnen Innovationskraft einverleibt. Innovation sollte das Herzstück jedes Unternehmens sein. Und der Taktschlag des Herzens ist der Rhythmus stetig wachsender Kundenbegeisterung. Und das ist Markenpower.

Sie wünschen sich mehr Power? Rufen Sie an.

Herzlichst, Ihr Rolf Gruber

**Richards & Gold GmbH**  
Brand Coaching  
Dörflistrasse 50, CH-8050 Zürich  
Tel.: + 41 44 421 41 41  
Mail: [info@richards-gold.ch](mailto:info@richards-gold.ch)  
Web: [www.richards-gold.ch](http://www.richards-gold.ch)