

# Gegenwind



Der Wind wird zunehmend rauer. Die nächsten Jahre werden hart. Viele Unternehmen und Branchen werden durch die Finanzkrise durchgeschüttelt. Kunden werden sich in vielen Bereichen in Kaufzurückhaltung üben oder weniger kaufen. Der Druck auf Unternehmen wächst.

Gerade in schlechten Zeiten ist die Markenführung mehr denn je gefordert. Kunden benötigen Orientierung durch Marken, die Vertrauen schaffen und für klare Versprechen stehen. Wenig profilierte Marken stehen hingegen am Scheideweg: Wer nicht an seinem Profil arbeitet und Präferenzen bei Kunden aufbaut, hat künftig im Markt nichts mehr verloren.

Doch auch bei profilierten Marken wird der Spielraum enger. Was an Maßnahmen geplant und umgesetzt wird, muss sich

rechnen. Im Zweifelsfall werden weniger Maßnahmen genehmigt und Budgets geschrumpft. Dies ist insofern schade, weil bekannt und belegt ist, dass gerade in rezessiven Märkten Marken, die antizyklisch handeln, belohnt werden.

Markenmanager sind deshalb gefordert, ihre Maßnahmen auf Wirksamkeit hin zu prüfen und diese auch intern zu rechtfertigen. Sind sie dazu auch in der Lage? Wenn nicht, ist das Gängelband durch Controller vorprogrammiert.

Wir führen ein Angebot, mit dem wir gemeinsam mit Ihnen Ihre Markenmaßnahmen auf den Prüfstand stellen. Der **Markencheck** dient dazu, Optimierungspotentiale für Ihre Marke zu ermitteln. Dies erfolgt, indem die Markenstrategien und -ziele durchleuchtet, die Umsetzung der Maßnahmen analysiert und die Wirkungen kritisch untersucht werden. Es ist die Basis für eine noch effektivere und effizientere Markenarbeit. Zudem bietet dies eine Argumentationshilfe qualitativer wie quantitativer Art gegenüber dem Top-Management. Schließlich geht es darum, Ihre Marke durch turbulentes Gewässer zu navigieren und fit für die Zukunft zu machen.

Ich wünsche Ihnen dabei viel Erfolg.

Bleiben Sie uns treu!

Mit herzlichen Grüßen

Franz-Rudolf Esch

P.S. Drachen steigen am besten gegen den Wind. Marken können viel von Drachen lernen.

Aufgrund der überaus positiven Resonanz zu unserem Seminar haben wir das Veranstaltungsangebot erweitert:

- Seminar – Behavioral Branding  
**26. und 27. März 2009**
- Seminar – Markenführung in B2B-Märkten  
**4. und 5. Juni 2009**
- Seminar – Praxisorientierte Markenführung  
**22. und 23. September 2009**

Mehr dazu auf den Seiten  
6–8 dieses Newsletters.