

Quick – Takeaways

Prüffragen zur wirksamen Gestaltung des Markenportfolios

Checkliste zur Gestaltung des Markenportfolios (Auszug)		
Konzeptionelle Überlegungen		
Kann durch ein Markenportfolio das Potential auf einem oder mehreren Märkten besser ausgeschöpft werden als durch eine Marke allein?		
Wurden die Wettbewerbssituation und Investitionen zum Aufbau beachtet?		
Sind die Kosten der parallelen Marktbearbeitung sowie höherer Ressourcen- und Koordinationsbedarf langfristig tragbar?		
Sind die Rollen der Marken innerhalb des Portfolios klar definiert?		
Ist festgelegt, ob Marken individuell auftreten oder durch übergeordnete Strukturen Ausstrahlungseffekte und Synergien nutzen sollen?		
Umsetzung im Markt		
Sind Prägnanz und Diskriminationsfähigkeit der Marken sichergestellt?		
Sind Zielsegmente, Produktlinien, Preiskategorien und Vertriebskanäle bei Marken des Portfolios überschneidungsfrei?		
Werden die Marken aus Kundenperspektive im Wettbewerb voneinander unabhängig wahrgenommen?		
Arbeiten die Marken des Portfolios wirtschaftlich und können sich klar gegen den Wettbewerb behaupten?		
Interne Ausgestaltung		
Sind Leitlinien für die Koordination und die organisatorische Verantwortlichkeit für das Markenportfolio festgelegt worden?		
Arbeiten die Markenmanager eher miteinander als gegeneinander?		
Werden Ausstrahlungseffekte und innerbetriebliche Interdependenzen zwischen den Marken kontrolliert?		
Sind Kontrollgrößen für Wirksamkeit und eventuelle Kannibalisierung der Marken untereinander festgelegt?		
Herrscht Commitment bzgl. dieser Kontrollgrößen?		