



DIE STARKE MARKE - WUNDERMITTEL ODER „NICE TO HAVE“?



Christian Schölnhammer MMag.
CEO

Handelskammer Bozen, 08.05.2019



PROBLEM NR.1: DER ÜBERFORDERTE KONSUMENT

3.500

MARKENKONTAKTE PRO TAG



PROBLEM NR.2: UNTERNEHMEN AGIEREN IN KOMPLEXEN UMFELDERN

Angebotsüberfluss
und Marktsättigung

Verdrängung durch
Globalisierung
und Digitalisierung



Austauschbarkeit
auf Produktebene

Herkömmliche Geschäftsmodelle
mit Ablaufdatum

Unberechenbares
Kundenverhalten



**STARKE MARKEN
BESETZEN
KULTURELLE
KRAFTFELDER**

**STARKE MARKEN
BLEIBEN
SICH TREU**

**STARKE MARKEN
MANAGEN
IHRE GRENZEN**

**STARKE MARKEN
ENTSTEHEN DURCH
SPITZENLEISTUNGEN**

**STARKE MARKEN
BEHERRSCHEN
DIE INSZENIERUNG**

**STARKE MARKEN
SETZEN AUF DEN
FAKTOR MENSCH**

**STARKE MARKEN
HALTEN WAS SIE
VERSPRECHEN**

**STARKE MARKEN
BRECHEN MIT DER
BRANCHENLOGIK**

**STARKE MARKEN
STEHEN FÜR EINE
SINNSTIFTENDE
SACHE**



AUF GUTE GEDANKEN.

Christian Schönhammer MMag.
CEO

BRAND+

Institut für mehrdimensionale
Markenentwicklung GmbH

c.schoelhammer@brand-plus.at

1010 Wien