

Thema: Klaus-Dieter Koch

Autor: k.A.

MARKEN



PRAXIS

Feind
der Marke

Wenn die Kosten steigen, müssen auch die Preise steigen, die man für seine Leistungen verlangen muss. Man kann zwar viel über Optimierungen im Einkauf, Produktivitätserhöhung und Einsparungen bei Personal und Gemeinkosten abfangen, aber irgendwann kommt das Unvermeidbare: Man muss dem Geschäftspartner mitteilen, dass man die Preise erhöhen wird. Dies ohne neue Produkte oder entsprechende Vorbereitung zu tun, grenzt meist an unternehmerischen Selbstmord.

Deshalb beißen viele Manager in den sauren Apfel und lassen die Preise, wo sie sind. Das Ergebnis ist immer dasselbe: Erst gehen die Erträge in den Keller, dann werden wichtige Mitarbeiter entlassen und irgendwann hat die Hausbank das

Sagen. Die Ursache ist der schleichende Einzug der Gleichheit in ein System, das per se unvergleichbar sein sollte. Gleichheit ist der Feind jeder Marke.

Denn alles, was gleich ist, ist auch vergleichbar. Sind die Leistungen einer Marke vergleichbar, sind es auch ihre Preise. Weil alles transparent wird, liegt die Macht beim Kunden und der Preisverfall ist unausweichlich. Eine wirksame Marke ist als Leistungssystem einzigartig, sie ist unvergleichbar. Sind ihre Leistungen nicht zu vergleichen, sind es auch nicht ihre Preise. Sorgen Sie dafür, dass Ihre Markenleistung unvergleichbar wird.



beigestellt

Klaus-Dieter Koch
Der Autor ist Markenstrategieberater und Gründer von Brand:Trust