



02.11.2016 - 09:10 Uhr

## Marken verlieren ihren Wert, wenn sie nicht Chefsache sind - Studie des Institute of Brand Logic

München/Innsbruck (ots) -

Marken sind klarer positioniert und differenzieren sich stärker vom Wettbewerb, wenn der Chef für sie zuständig ist. Doch in vielen Unternehmen ist die Verantwortlichkeit dafür noch immer in Fachabteilungen wie Marketing oder Vertrieb delegiert. Das belegt eine aktuelle Studie des Institute of Brand Logic. Die Beratungsboutique für markenorientierte Unternehmensführung hat dafür über 130 Unternehmenslenker im deutschsprachigen Raum befragt.

Über 40 Prozent der CEOs gaben an, dass die Führung der Marke nicht in ihrem Verantwortungsbereich liegt. "Damit vergeben die Unternehmen die Chance, die Stärken ihrer Marke voll auszuspielen", sagt Markus Webhofer, Managing Partner des Institute of Brand Logic. "Als Unternehmenschef die Verantwortung für die Marke zu übernehmen zahlt sich aus. Denn was dem Chef wichtig ist, nehmen auch die Abteilungen ernst." Das zeigt sich bei der Frage nach der Markenpositionierung: Nur knapp 27 Prozent der CEOs finden, dass ihre Marke außerhalb des Unternehmens sehr klar positioniert ist. Von den CEOs, die selbst für die Marke ihres Unternehmens verantwortlich zeichnen, sind es immerhin 35 Prozent - doch auch das ist ein erschreckend geringer Wert.

Webhofer und sein Team haben deshalb in ihrer Studie den Einfluss von Marke auf die Entscheidungen in unterschiedlichen Unternehmensbereichen unter die Lupe genommen. Selbst in den Unternehmen, in denen der Chef für die Marke zuständig ist, fällt das Ergebnis ernüchternd aus: Bei Entscheidungen zur Strategie beziehen über 35 Prozent dieser CEOs die Marke nicht in die Überlegungen ein, bei Themen wie Kundenkommunikation und Vertrieb sogar jeder Zweite. Personalentscheidungen treffen rund 85 Prozent ohne einen Gedanken an die Marke, und bei Budgetentscheidungen spielen zwar alle möglichen Kriterien eine Rolle, aber die Marke nur in rund fünf Prozent der Fälle.

Marke als gemeinsamer Entscheidungsrahmen für alle Abteilungen "Unsere Umfrage zeigt deutlich, dass die Marke in vielen Unternehmensbereichen noch immer eine untergeordnete Rolle spielt - selbst wenn der Chef zuständig ist", sagt Webhofer. "Dabei ist das ein deutlicher Widerspruch zu dem, was die CEOs selbst gerne hätten." Ein signifikantes Ergebnis der Studie ist nämlich, dass CEOs sich mehr Einfluss der Marke für alle Unternehmensbereiche wünschen: je nach Bereich um 20 bis 35 Prozent stärker als es nach ihren Angaben heute der Fall ist. Die Deutlichkeit dieses Ergebnisses hat selbst die Experten des Institute of Brand Logic überrascht, aber auch in ihrer Erfahrung bestätigt. "Gerade in disruptiven Zeiten müssen Unternehmen aus einem Guss gesteuert werden können", sagt Webhofer. "Hierfür bietet Marke enormes Potenzial, man muss es nur nutzen."

Für die Studie hat das Institute of Brand Logic 138 Unternehmer, Geschäftsführer und Inhaber im deutschsprachigen Raum befragt. Die vollständige Studie "CEO OPINION #02: Markenorientierte Unternehmensführung" finden Sie unter: [www.brand-logic.com/de/news/](http://www.brand-logic.com/de/news/)

Die Beratungsboutique Institute of Brand Logic wurde 1999 als Spin-off der Universität Innsbruck gegründet, um Unternehmen durch Beratung und aktive Mitwirkung zu führenden Marken ihrer Branche aufzubauen. Mit Büros in Innsbruck und München berät das Institute of Brand Logic markenorientierte Firmen in Deutschland, Österreich, Italien und der Schweiz. Der Beratungsansatz zielt dabei vor allem auf die Einbindung der gesamten Unternehmensorganisation in einen über die Marke geführten Transformationsprozess. Über seinen Beirat und eine Reihe etablierter Dialogplattformen steht das Institute in engem Dialog mit einem Netzwerk aus Unternehmenslenkern und Wissenschaftlern.

Kontakt:

Susanna Sullivan  
INSTITUTE OF BRAND LOGIC GmbH  
Ganghoferstr. 66  
D-80339 München  
T +49(0)89 54884583.12  
E-Mail: [presse@brand-logic.com](mailto:presse@brand-logic.com)  
[www.brand-logic.com](http://www.brand-logic.com)