

Freitag, 14. Juli 2006

Zeichen der Zeit

Die Marke in ihrem Lebensmittelpunkt halten. Shell ist 106 Jahre alt, und dabei hat die Marke keine Falten bekommen und ist immer gleich alt oder jung geblieben. Zudem in ihrer Zeit verankert. Das gelingt nicht vielen. Etwas Gutes und Beständiges in der Wahrnehmung immer gut und beständig zu halten, auch wenn die Zeichen sich ändern. Der Konsument bekommt davon oft nichts mit. Markenpflege ist, wenn sie gut gemacht ist, bei weitem ansehnlicher als viele nach einer gewissen Häufung von Schönheitsoperationen.

Somit liegt die Kunst der Marke darin, sie immer zeitgemäß im Lebensmittelpunkt zu halten. Wenn Emporkömmlinge sich anstellen müssen, und Wettbewerber sich als überaltert aus dem Markt zurückziehen, steht die gute Marke immer besser da und vor allem erfolgreicher.

Geschrieben von Christof Hintze in Wunderbare Welt der Logos um 07:03