



Genialität versus Verrat.

Artikel von Rolf Gruber

Die Zukunft für viele starke Marken wird nicht nur durch Neues bestimmt, sondern auch durch Rückschlüsse, die man aus der Vergangenheit zieht. Viele Marken sind schon deshalb untergegangen, weil ein ständig wechselndes Management nicht mehr wusste, wo die Stärken der Marke tatsächlich liegen. Ein Blick hinter die Kulissen lohnt sich.

Im Markenmanagement sollte man alle Disziplinen, welche ein Unternehmen in die Zukunft führen, stets im Auge behalten und verbessern. Man muss lernen, wie man seine Marke dem Zeitgeist entsprechend erlebbar macht.

Nehmen wir zum Beispiel die Kultmarke Harley Davidson. Hätte Harley Davidson nicht zum richtigen Zeitpunkt den Mut gehabt, sich die Motoren von Porsche bauen zu lassen, wäre die Kultmarke schon längst begraben worden. Was ist also ihr Geheimnis? Es ist die Fähigkeit, die über Jahrzehnte aufgebaute Kultur nicht zu verraten, sondern mit Neuem zu ergänzen.

Das Gegenstück ist die Marke Polaroid, die vor ihrem Niedergang das Unternehmen war, das den Markt der Digitalkameras hätte bestimmen können. Doch was tat Polaroid? Sie hatten Milliarden und schiefen.

Grund: Als ehemalige Forschungsfirma für chemische Prozesse im Bereich Lichtreflexionen unterliess sie neue Marktforschungen.

Dazu kam, dass sich Polaroid in einen Patentkrieg mit Kodak einliess, dem zweiten grossen Verlierer, dem ein für die Markenzukunft blindes Management vorstand. Am Schluss half alles Geld der Welt nicht mehr, um den Zerfall aufzuhalten. Was steht also hinter diesem Niedergang? Verrat an der aufgebauten Leistungskultur und eine Ignoranz Neuem gegenüber. Und heute: Nach dem Neustart setzt Polaroid auf die verloren gegangenen Werte und ist innovativer denn je.

Fazit: Starke Marken schöpfen Kraft aus ihrer Geschichte und sie wissen, diese zu erzählen. Sie stehen zu sich selber und sind fähig, flexibel auf Neues einzugehen – ein Zeichen von Genialität.

Richards & Gold GmbH
Brand Coaching
Dörflistrasse 50, CH-8050 Zürich

Tel.: + 41 44 421 41 41
Mail: info@richards-gold.ch
Web: www.richards-gold.ch