

Thalialos

VON STEFAN VOGLER

Jede Schweizer Banknote ist ein Qualitätsprodukt aus einem der ältesten Unternehmen der Schweiz, das 2019 zum 500. Mal Geburtstag feiern wird. Mit Qualität alleine können die künftigen Herausforderungen aber kaum gemeistert werden. Während das Banknotengeschäft durch das zunehmend bargeldlose Bezahlen unter Druck steht, bedrohen die tiefpreisigen «Amazons» dieser Welt den andern Teil des börsenkotierten Konzerns. Kaum ein anderes, diversifiziertes Unternehmen

steht mit seinem Angebot dermassen zwischen den Fronten der alten analogen und neuen digitalen Welt. Spätestens jetzt wird klar, es geht um die altherwürdige Orell Füssli. Ausschlag für die Wahl zur Marke des Monats hat eine Meldung gegeben, die schon länger als Gerücht kursierte: Die Orell Füssli Buchhandlungen verzichten in Zukunft auf die Marke «Thalia», die erst vor drei Jahren im Zuge des Joint Ventures Orell Füssli Thalia AG eingeführt wurde. Der Fokus auf Orell Füssli führt dazu, dass statt wie bislang nur 13 neu 27 Fi-

MARKE DES MONATS

Im Juni 2016:

**orell
füssli**

www.books.ch

lialen landauf, landab mit der starken Marke Orell Füssli auftreten.

Orell Füssli ist so etwas wie der Inbegriff für Buchhandlungen. In einem rückläufigen Markt ist Konzentration ein wichtiges Mittel. Die damalige Einführung von Thalia als zusätzliche Marke hat einiges gekostet und vielerorts für Kopfschütteln gesorgt. Umso deutlicher fiel die Zustimmung aus, als Orell Füssli diesen Frühling ihre Single Brand-Strategie bekannt gab. Gemäss Marketing-

leiterin Coralie Klaus Boeker im «Schweizer Buchhandel» hat Orell Füssli diesen strategischen Markenentscheid minutiös vorbereitet. «Hintergrund dazu bilden Marktforschungen und Erhebungen.» Gegen seriöse Abklärungen, die emotionale Markenentscheide rational absichern, ist nichts einzuwenden. Im Gegenteil: Bekannte und beliebte Marken werden zu oft zu schnell abgeschossen. Man kann sich fragen, warum Orell Füssli die Zweitmarke Thalia überhaupt eingeführt und damit die bekannteste Schweizer Marke im Buchhandel geschwächt hat. Der Rückblick lohnt sich nicht, denn Thalia ist Geschichte und jene Buchliebhaber, die das

Haptische und das analoge Schmökern lieben, können sich wieder an ihrer Marke orientieren: Wo Orell Füssli drauf steht, sind Bücher drin. Und die liebe Thalia ist und bleibt die Muse der komischen Dichtung und Unterhaltung. ■

STEFAN VOGLER



Der Autor berichtet über die aktuelle Markenführung einer grossen oder kleinen, globalen, nationalen oder lokalen, altbewährten, aufgefrischten oder neuen Marke.
www.markenexperte.ch

Anzeige

Zeit für ein Update



Der Schweizer Zahlungsverkehr wird harmonisiert
Wir unterstützen unsere KMU-Kunden bei der Anpassung ihrer Software.

postfinance.ch/update

PostFinance 
Besser begleitet.

