

MARKE DES MONATS: COCA COLA

Die Wertvollste jubiliert

VON STEFAN VOGLER

DER AUTOR



Stefan Vogler berichtet über die aktuelle Markenführung einer grossen oder kleinen, globalen,

nationalen oder lokalen, altbewährten, aufgefrischten oder neuen Marke.

www.markenexperte.ch.

Marke des Monats im Juli/August 2011:



www.coca-cola.ch

Gemäss Interbrand hat die wertvollste Marke der Welt 2010 die Grenze von 70 Mia USD überholt. Sie heisst Coca-Cola und hat genau genommen einen Wert von 70,452 Mia USD. Zum Vergleich: Die zweite Lebensmittelmarke in den Top 10, McDonalds, liegt auf Platz 6 und ist nur halb so viel Wert (33,578 Mia USD). Niemand bezweifelt, dass Coca-Cola (liebevoll Coke genannt) der Inbegriff des modernen Branding, die Marke schlechthin, ist. Und vermutlich noch lange bleiben wird.

Sie feiert dieses Jahr den 125. Geburtstag und ist seit 75 Jahren auch in der Schweiz eine der beliebtesten Marken.

Kaum eine andere Marke wird derart konsequent geführt wie Coke. Gemäss Flavio Calligari, Coke-Chef Schweiz, hat das sehr viel mit Kontinuität zu tun. «Bei der Werbung ist die Essenz der Botschaft dieselbe wie vor 50 Jahren: Das Unverwechselbare, «the real thing» und die Erfrischung – ein Highlight im Alltag. Etwas Einmaliges, das bis heute noch niemand wirklich kopieren konnte.» Das beweist den wertvollen Unterschied zwischen Produkt und Marke. Ein Produkt kommt aus einer Fabrik, eine Marke sitzt im Kopf der Konsumenten. Ein Produkt kann kopiert werden, eine Marke nicht. Produktinnovationen sind

trotzdem ein starkes Erfolgskriterium. Eben wurde das Vanilla-Coke in der Migros förmlich aus den Regalen gerissen.

Kennen Sie diesen Blindtest? Die Probanden degustieren mit verbundenen Augen Pepsi und Coke. Die Mehrheit findet Pepsi besser. Im zweiten Durchgang werden die Gläser mit Pepsi und Coke beschriftet. Nun ist die Mehrheit der Ansicht, dass Coke besser schmeckt...

Bis Ende August wünsche ich Ihnen viel Sonniges! Wenn's zu heiss wird erfrischt Coke. Und auch NIVEA feiert «100 Jahre Hautpflege fürs Leben». Und schützt Sie vor Sonnenbrand.

NEWS AUS DER MARKENWELT

Ranking Most Trusted Brands von Reader's Digest (Leader CH pro Kategorie): Raiffeisen, Charles Vögele, Ricola, Nivea, NeoCitran, Canon, Granini, Kellogg's, L'Oreal, Miele, Migros, Swisscom/Bluewin, upc cablecom, Nespresso, Helsana, Visa, SwissLife, Ikea, Nokia, Similisan. Pepsi verliert 5% Marktanteil. Die Strategie, nur auf Social-Media zu setzen, ist nicht aufgegangen. UBS (9.) und CS (13.) zählen gemäss Bloomberg zu den 20 stärksten Banken der Welt, in denen nur 5 europäische vertreten sind. Starbucks-CEO Howard Schultz feierte in Zürich 10 Jahre Starbucks Schweiz und präsentierte das neue Designkonzept. Ikea wurde in Cannes zum «Advertiser of the Year» gekürt.