

## MARKE DES MONATS: FINDUS

# Reputationsrisiko Global Brand

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](http://www.markenexperte.ch)



Marke des Monats im April 2013: [www.findus.ch](http://www.findus.ch)

Heute ist der Pferdefleisch-Skandal Geschichte. Oder schwelt so sehr, dass Ihnen die Lust auf Tiefkühl-Lasagne vergangen ist. Aber egal, ob Sie Pferdefleisch mögen oder verabscheuen, es geht hier um den Umstand «wahr ist, was wahrgenommen wird». Der Fall Findus verdeutlicht, wie wir bekannten und profilierten Marken im Sinne eines positiven Vorurteils vertrauen. Wo Findus draufsteht ist Findus drin! Oder wo Rindfleisch draufsteht, ist auch solches drin. Während das zweite schlicht illegal ist und trotzdem immer wieder vorkommt, kann das erste ein grosses Risiko für die Anbieter von globalen Marken sein. Wir gehen zu recht davon aus, das Findus

in unseren Kühlregalen das selbe wie Findus in andern Ländern ist, zumal sich das Logo und die Packungsgestaltung von Land zu Land gleichen. Wir orientieren uns am grössten Nutzen einer globalen Marke: Anhand einer aus der Heimat vertrauten Marke erkennen wir auch im Ausland ein Produkt, dem wir vertrauen, weil wir von einer weltweit gleichen Qualität dank einem globalen Besitzer der Marke ausgehen.

Irrtum: Wie erst mit dem Pferdefleischskandal bekannt wurde, ist Findus aber nicht Findus. Hierzu gehört die Marke Findus zu Nestlé. Der für Qualität bekannte Nahrungsmittelkonzern produziert Findus seit Jahrzehnten 100

Prozent einheimisch. Aber in andern Märkten gehört die Marke Findus andern Besitzern und wird anderswo mit den Rohwaren anderer Lieferanten produziert. Und so kam es, dass Nestlé mit Findus, wie sich im Nachhinein herausstellte, zu Unrecht unter Beschuss geriet. Die Aufarbeitung durch Nestlé mit sofortiger Kontrolle, blitzartiger und glaubwürdiger Kommunikation bis ans Kühlregal war dann mustergültig und Glück im Unglück. Findus konnte die Bekanntheit über Nacht erhöhen und sich als Qualitätsprodukt gegen andere profilieren.

Findus zeigt, durch Schanden wird man klug. Ein «Sepp» hat dazu am

## NEWS AUS DER MARKENWELT

Bekannte CEOs sind **Personal Brands**. Das **Ranking 2013** gem. BILANZ zeigt die Auf- und Absteiger: 1. Martin Senn, Zurich (2012: 3.) und Joseph Hogan, ABB (1.); 3. Boris Collardi Julius Bär, Joe Jimenez, Novartis und Michael Mack, Syngenta (alle 5.); 6. Albert Baehny, Geberit (-), Sergio Ermotti, UBS (beide 3.), Nick Hayek, Swatch (12.) und Carsten Schloter, Swisscom (1.); 10. Jean-Paul Clozel, Actelion (12.), Chris Kirk, SGS (-), Michel Liès, Swiss Re (-) und Severin Schwan, Roche (5.).

12.2.2013 um 20.16 Uhr den einzig richtigen Kommentar auf 20min online geschrieben: «Wäre wohl besser eine eigene Marke zu haben, als eine Marke welche einem nicht weltweit gehört...»

Anzeige

**NEUE HORIZONTE IM HR!**  
**[www.personal-swiss.ch](http://www.personal-swiss.ch)**



Jetzt sparen!  
[www.personal-swiss.ch/registrierung](http://www.personal-swiss.ch/registrierung)

Personal  
Swiss

**9.–10. April 2013 | Messe Zürich**

12. Fachmesse für Personalmanagement

MIT FREUNDLICHER UNTERSTÜTZUNG

HRm.ch

n|w Fachhochschule  
Nordwestschweiz

ZGP Zürcher Gesellschaft für  
Personal-Management

HR Today  
Das Schweizer Personal Management Journal

[jobs.nzz.ch](http://jobs.nzz.ch)