

MARKE DES MONATS: NOTENSTEIN

Vernichtung und Aufbau

VON STEFAN VOGLER

DER AUTOR



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

len, nationalen oder lokalen, altbewährten, aufgefrischten oder neuen Marke.

www.markenexperte.ch.

Marke des Monats im März 2012:



NOTENSTEIN
PRIVATBANK

www.notenstein.ch

Das Tempo verdient Anerkennung. Innert Wochenfrist wurde aus der ältesten Schweizer Bankmarke eine neue generalstabsmässig aus dem Boden gestampft: Aus «Wegelin» wurde «Notenstein». Wie bekannt ist Wegelin aufgrund der Aufnahme von Ex-UBS-Kunden in den Bann der US-Justiz geraten und handstreichartig an Raiffeisen verkauft worden. Nachdem vor wenigen Monaten schon die zweitälteste Bank Clariden Leu mit einem Markenwert von ca. 220 Mio. Franken (gem. BrandFinance) durch Integration in die CS das Zeitliche segnete, folgte Ende Januar die nächste Markenwert-

vernichtung. Gemäss BV4 hatte Wegelin am Todestag einen Markenwert von rund 225 Mio. Franken.

Vielleicht erinnern Sie sich noch daran, wie Novartis nach der Grossfusion die Novartis-Domain von jemandem erstehen musste, der sie blitzschnell registrierte. Oder bei der Fusion von SBG und SBV zur UBS sollte die Firma United Bank of Switzerland AG heissen. Da eine gleich lautende existierte, hat sich UBS kurzerhand für UBS AG entschieden. Die kurzfristige Suche einer neuen Marke, welche eintragungsfähig und damit schützenswert ist und deren Domain(s) noch frei sind,

gestaltet sich zuweilen schwierig. So betrachtet war der Rückgriff auf die bestehende, eingetragene Firma und Marke Notenstein clever und risikolos. Und ein Beweis, dass die Geburts-Botschaft von Notenstein «Grosse Erfahrung. Junge Bank.» Hand und Fuss hat.

Böse Zungen haben das neue Markenzeichen von Notenstein sarkastisch mit «Wegelin ist auf den Hund gekommen» kommentiert. Albena Böck, Leiterin Corporate Communications von Notenstein, konterte auf persoenlich.com souverän «Schon im Logo von Wegelin & Co. waren Tiere, welche Spielraum für Interpretation offen gelas-

NEWS AUS DER MARKENWELT

Markenwert - auch für KMU. Gemäss einer Studie von pwc tragen Marken mehr als zwei Drittel zum Unternehmenswert bei. Der Markenwert beschreibt den Aufpreis, den Konsumenten für ein Produkt/Service nur auf Grund der Marke zu bezahlen bereit sind. Der finanzielle Markenwert beschreibt demzufolge den monetären Mehrwert (z.B. gemessen in Cash Flows), der ausschliesslich dank der Marke erwirtschaftet wird. Markenwertberechnungen werden u.a. von www.bv4.ch, neu auch für KMU angeboten.

sen haben. Auf lange Frist haben sich diese Tiere als Sympathieträger erwiesen.» Warten wir gespannt, wie sich die neue Bankmarke durchsetzt.