

MARKE DES MONATS: APPLE

# Die neue Weltreligion?

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 November:



[www.apple.ch](http://www.apple.ch)

Von welchem Stern Steve Jobs auch immer auf unsere Erde herunterblickt – er wird seine helle Freude haben: Um satte 129 Prozent ist der Markenwert seines Lebenswerks gewachsen. Und das im Jahr eins nach seinem Ableben. Längst ist fast jedem Kind im hintersten Winkel der Welt klar, dass der speziellste Apfel nicht am Baum wächst, sondern ein lifestyleiges Designwunder zum Kommunizieren ist. Was Jobs mit Apple erschaffen hat, grenzt an ein Wirtschaftswunder, das weiter lebt. Sein Brand überlebt ihn, denn noch immer campieren Fans vor seinen Shops, um die neusten Produkte am Lancierungstag zu er-

gattern. Stellen Sie sich vor, Ihre Kunden würden dasselbe tun, um ein neues Produkt Ihrer Marke zu kaufen!

Während Jahren dominierten klassische Konsumgüter, vorzugsweise Genussmittel wie Coca-Cola oder McDonalds die Hitparade der wertvollsten Brands (vergl. Kasten). Nun ist die digitale Revolution endgültig in der Markenwelt angekommen: Sechs Marken in den Top 10 stammen aus der Informations- und Kommunikations-Technologie.

Was macht es denn aus, dass Apple quer durch alle Länder und Kulturen so beliebt und begehrt ist wie Coca-Cola? Wie bei jeder starken Marke

entsteht auch die Präferenz für Apple durch eine hohe Bekanntheit und klare Profilierung als Ausdruck einer einzigartigen und damit differenzierenden Positionierung. Apple-Produkte überzeugen auf der rationalen Ebene, indem sie Information und Kommunikation auf einfachste, zuweilen sogar spielerische Weise ermöglichen. Die Menschen brauchen (fast) keine IT-Kenntnisse, um Apple's zu nutzen. Sie können sich auf die Inhalte konzentrieren. Auch emotional bietet Apple Faszination: Sehr gute Technologie kommt in wunderbar abgespeckten Design daher und präsentiert die Stores überzeugend in fast puristischer Gestaltung und Ausstattung. Alles dient einem Ziel: Die Produkte sind die Helden, die stets

NEWS AUS DER MARKENWELT

- Top 10 Global Brands, 2012 gemäss Interbrand:
1. Coca-Cola 77,8 Bill. USD (+8% vs. 2011)
  2. Apple 76,5 (+129% !)
  3. IBM 75,5 (+8%)
  4. Google 69 (+26%)
  5. Microsoft 57,8 (-2%)
  6. General Electric 43,6 (+2%)
  7. McDonalds 40 (+13%)
  8. Intel 39,3 (+12%)
  9. Samsung 32,8 (+40%)
  10. Toyota 30 (+9%).
- Nur noch drei Swiss Brands (2011: 5) haben es unter die weltweiten Top 10 geschafft:
35. Nescafé 11 (-8%)
  57. Nestlé 6,9 (+5%)
  95. Credit Suisse 3,8 (-5%).

aufgestellten Supporter ideale Botschafter der neuen Weltreligion – einer Religion für alle Weltreligionen!

Anzeige

Den Elektro-Sportwagen von morgen schon heute Probe fahren. Fisker Karma.

[www.fisker-automobile.com](http://www.fisker-automobile.com)



PURE DRIVING PASSION



**Basel:** Emil Frey AG, Autowelt Basel-Dreispietz, 061 335 61 11  
**Safenwil:** Emil Frey AG, Autocenter Safenwil, 062 788 88 88  
**Zürich:** Emil Frey AG, Autohaus Zürich-Altstetten, 044 495 23 11  
**Crissier:** Emil Frey SA, Centre Automobile Romand, 021 631 24 11  
**Noranco:** Emil Frey SA, Auto-Centro Noranco-Lugano, 091 960 96 96

Fährt elektrisch – auch wenn er mit Benzin fährt.

- Elektroantrieb mit Reichweitenverlängerer
- Reichweite: 483 km nonstop
- Leistung: 408 PS
- Verbrauch: 2,2 l/100 km
- CO<sub>2</sub>-Emission: 53 g/km
- Solardach
- 22-Zoll-Leichtmetallräder

Fisker Karma EcoSport: Energieeffizienzklasse C, CO<sub>2</sub>-Durchschnitt aller Neuwagen in der Schweiz: 159 g/km.