

# MEHRWERT FÜR NACHHALTIGE MARKEN

B.A.U.M.-JAHRESTAGUNG

FRANKFURT, 18. MAI 2017

HERKÖMMLICHE MARKEN  
HABEN FÜNF ERNSTHAFTE  
PROBLEME



# #1: INFLATION

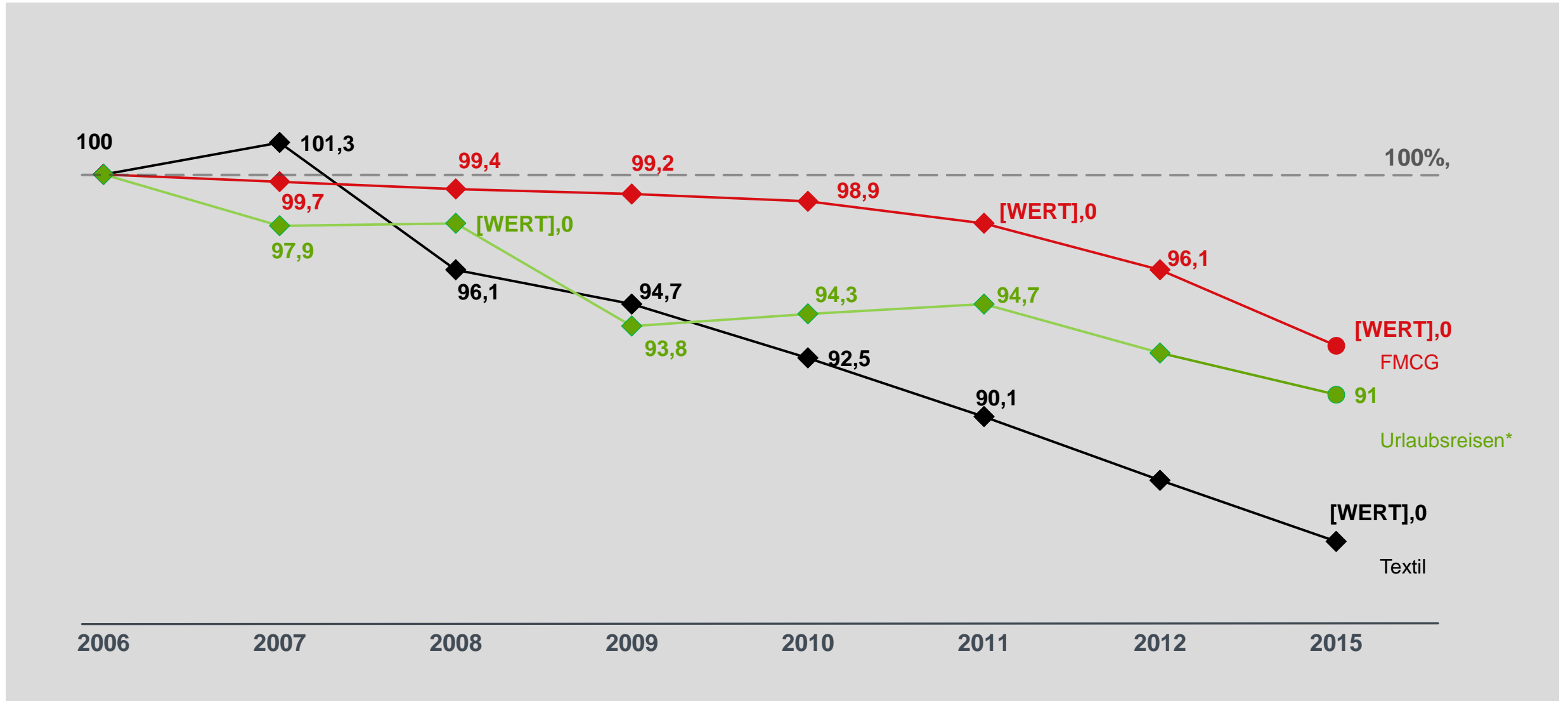




# #2: AUSTAUSCHBARKEIT



# #3: RÜCKLÄUFIGER KONSUM

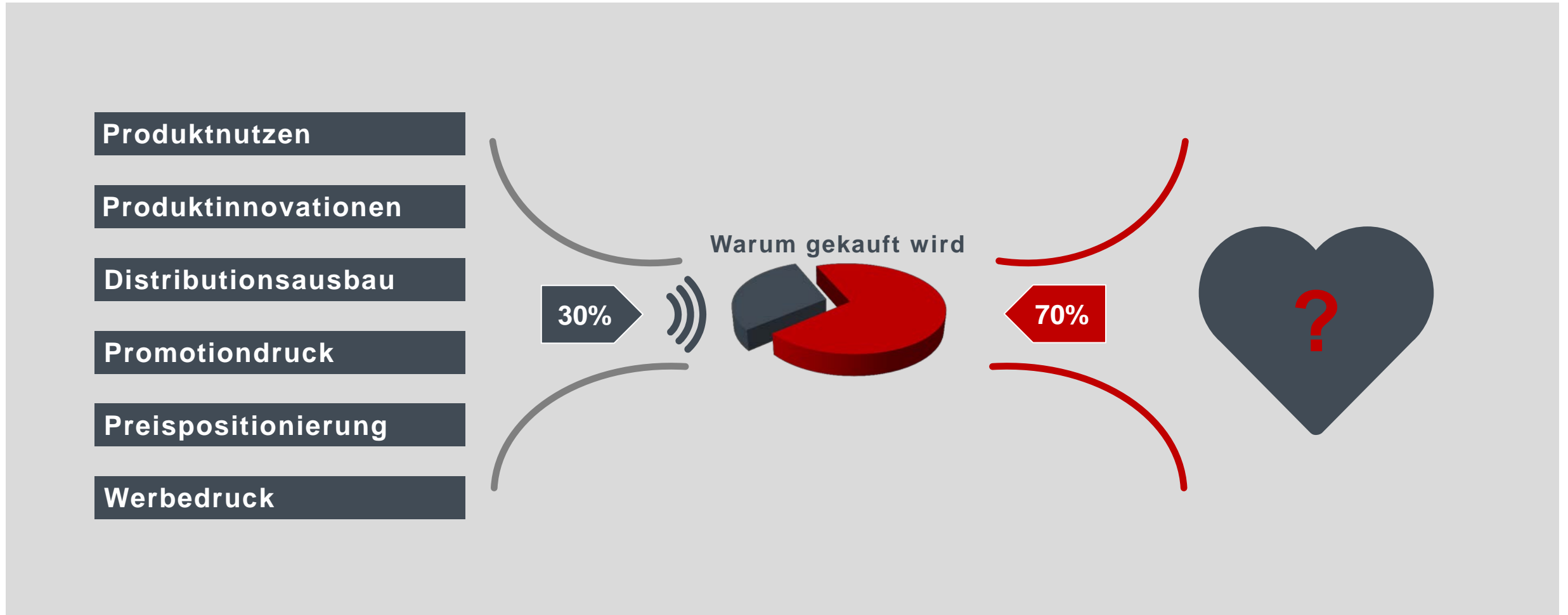




# #4: HANDELSMARKEN / NO NAMES ÜBERNEHMEN



# #5: HERKÖMMLICHE MARKEN VERSTEHEN VERBRAUCHER NICHT MEHR



VERBRAUCHER SAGEN:

74 % ALLER MARKEN SIND  
ÜBERFLÜSSIG

67% ALLER BOTSCHAFTEN  
SIND UNINTERESSANT

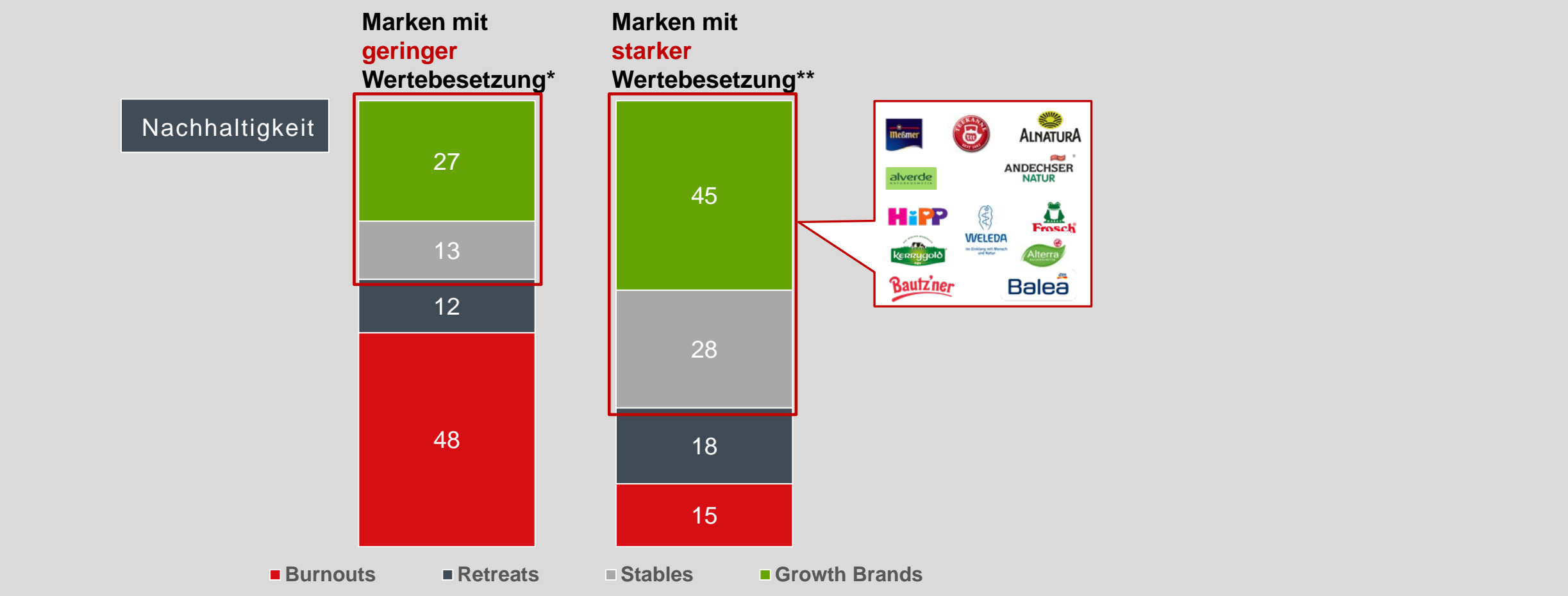




DIE PROBLEME  
HERKÖMMLICHER MARKEN  
SIND CHANCEN FÜR  
NACHHALTIGE MARKEN



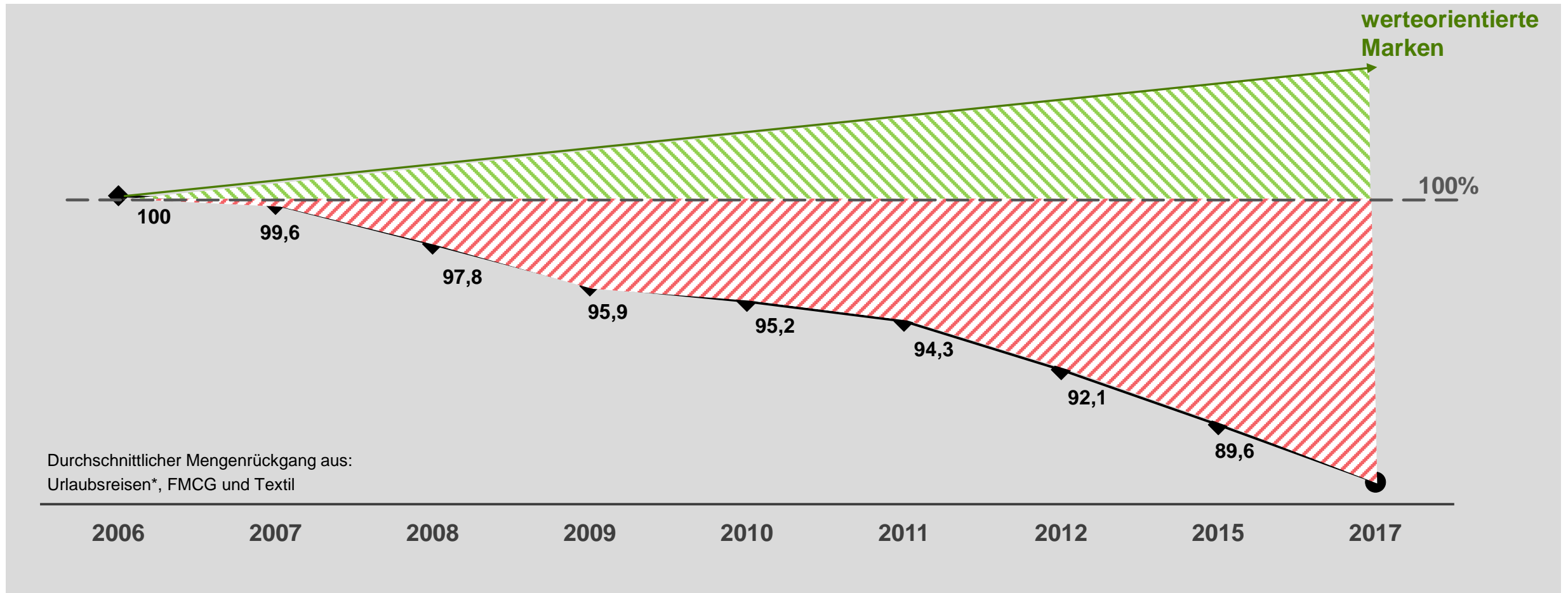
# ERFOLGREICHE MARKEN SIND NACHHALTIG UND WERTEORIENTIERT



Quelle: Eigene Darstellung, Serviceplan und GfK/GfK Haushaltspanel ConsumerScan, \*Unterstes Quartil –vs.- \*\*oberstes Quartil, Dimension: Nachhaltigkeit (soziale Verantwortung, Umweltschutz, Gesundheit, Ehrlichkeit)

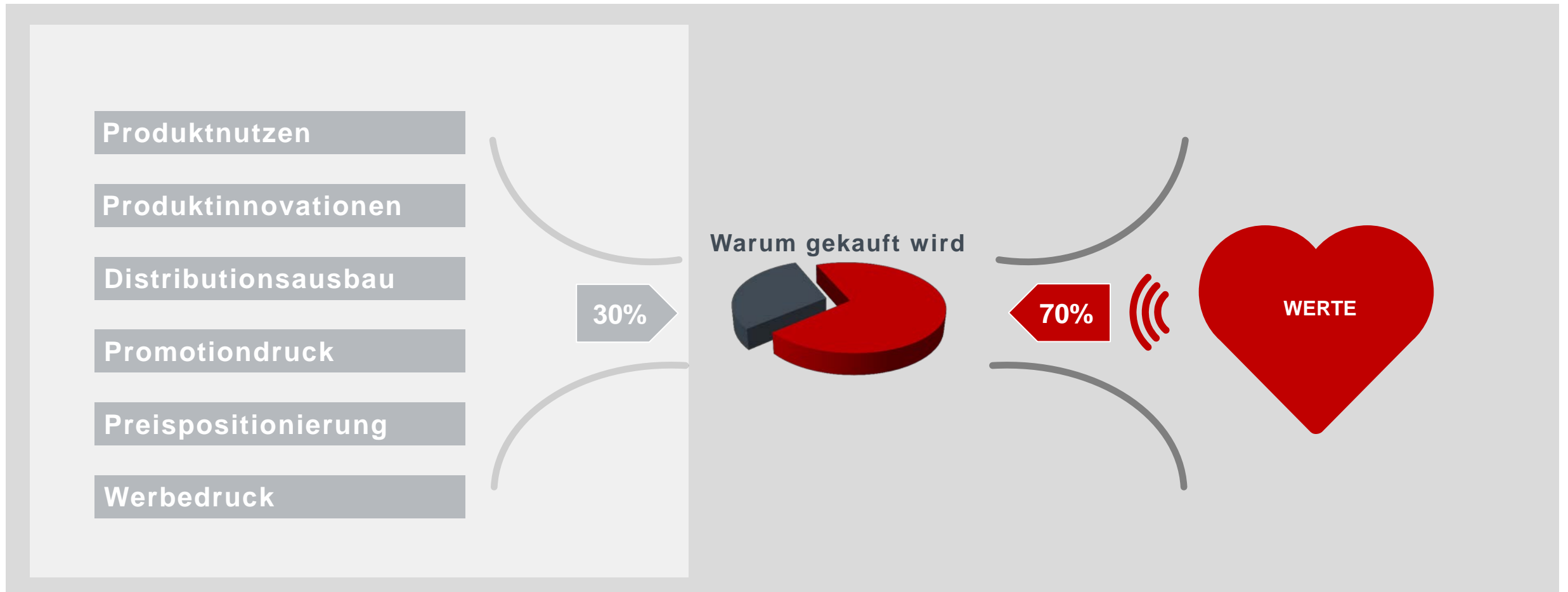


# WERTEORIENTIERTE MARKEN GEWINNEN AUCH OHNE MENGENWACHSTUM

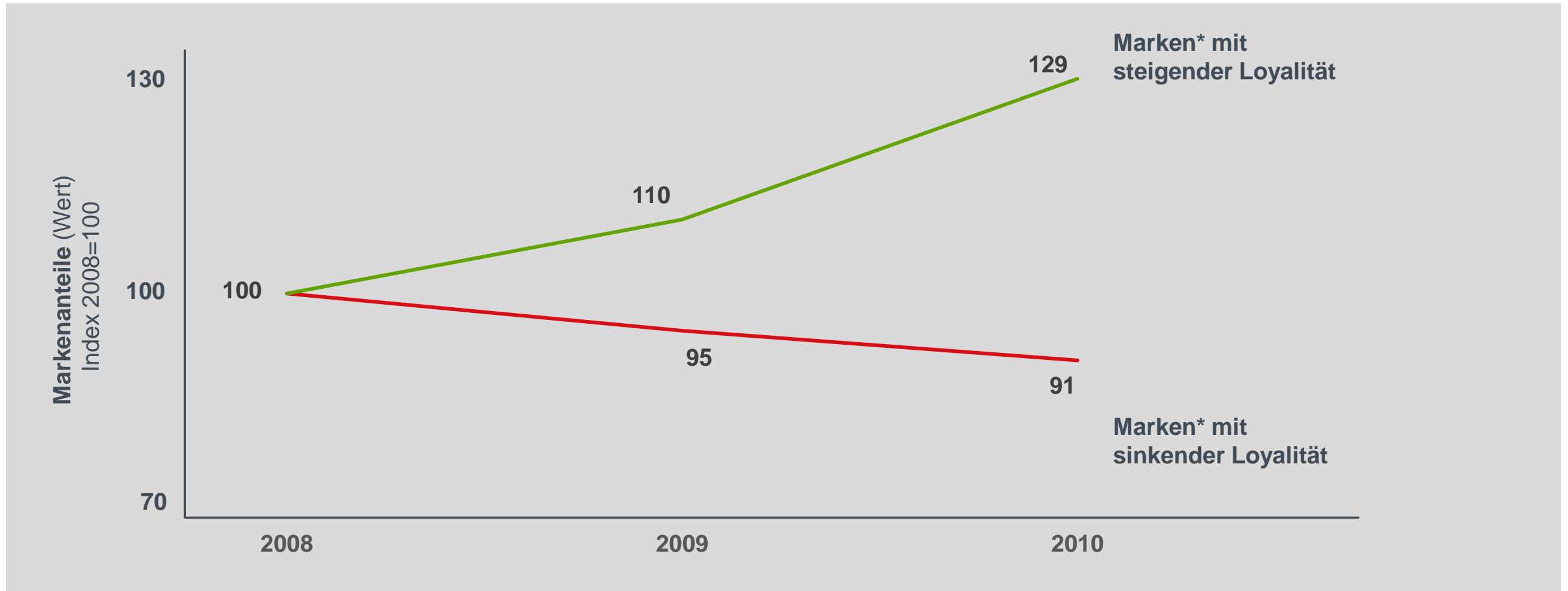




# VERBRAUCHER WOLLEN WERTE. DESHALB: WERTE KOMMUNIZIEREN



# WERTEORIENTIERTE MARKEN HABEN LOYALE KUNDEN



HERAUSFORDERUNG:

WERTEORIENTIERTE  
MARKTFORSCHUNG

WERTEORIENTIERTES  
MARKETING

WERTEORIENTIERTE  
MARKTPLÄTZE





# BUILDING BEST BRANDS

# GET IN TOUCH

Joachim Schöpfer | Geschäftsführer

[j.schoepfer@serviceplan.com](mailto:j.schoepfer@serviceplan.com)

T. +49 30 339888 – 128

M. +49 172 5 995 604

[serviceplan.com](http://serviceplan.com) | Building Best Brands

Serviceplan Corporate Reputation

Ein Unternehmensbereich der Serviceplan Berlin GmbH & Co. KG

Haus der Kommunikation

Ziegelstraße 16 | 10117 Berlin