

# Die Zukunft ist heute ...

Die Marken-Roadshow fand statt und beschäftigte sich mit dem Thema Markenführung in Echtzeit.

••• Von Gianna Schöneich

WIEN. Vergangenen Mittwoch fand die Marken-Roadshow in Wien im k47 statt. Hoch über den Dächern Wiens stellten Serviceplan und GfK einen innovativen Ansatz vor, der die verunsicherte Markenführung der Gegenwart richtig bewertet und es so möglich macht, in Echtzeit zu reagieren.

## „Jahr der Prognose-GAU“

2017 wurde auf der Veranstaltung als „Jahr der Prognose-GAU“ bezeichnet: Die 50 bedeutendsten Prognoseexperten hatten ein Wachstum des Brutto-sozialprodukts von durchschnittlich 1,4–1,5% vorausgesagt.

Geworden sind es fast 2,3%, also 50% mehr. Peter Haller, Gesellschafter und Chef der Werbeagentur Serviceplan, erklärte, da die Wirtschafts- und Branchenprognosen immer ungenauer werden, bräuchte die Markenführung einen neuen, verlässlichen Planungsansatz.

## Gegenwart richtig bewerten

Vorgelegt wurde dieser auf der Marken-Roadshow und mittels praktischer Fallbeispiele dem Publikum nähergebracht.

Erfolgreiche Markenführung würde nicht mehr versuchen, die Zukunft zu prognostizieren, sondern konzentrierte sich darauf, die *Gegenwart* richtig zu bewerten und in Echtzeit zu reagieren.

Der neue Planungsansatz erweitert die klassische demografische Zielgruppendefinition um einen wertebasierten Zielgruppenansatz und plant nicht allein auf Reichweite und Kosten, sondern auf *Werbewirkung*. Dazu wurde von Plan.Net Business



© Serviceplan

Intelligence ein neuer, hochflexibler Algorithmus entwickelt: Der „Brand Investor“, mit dem der Budgetbedarf, der Maßnahmenmix und eine Prognose der erreichbaren Ziele für den Return on Investment ermittelt werden.

## Der Brand Investor

Die Abweichungen der realen Ergebnisse von der Prognose liegen unter 2%. Basis der Erfahrungswerte sind 151 Fälle aus drei Jahren und verschiedenen Branchen.

Mit dem Brand Investor ist nicht nur der Wirkungsbeitrag der einzelnen Medien messbar,

## Initiator

Peter Haller ist Buchautor sowie Gesellschafter und Chef der Werbeagentur Serviceplan.

sondern auch der Einfluss auf die verschiedenen Vertriebsformen (Omnichannel Vertrieb, stationärer Vertrieb und eCommerce). Die dem Brand Investor zugrundeliegende Datenplattform lässt sich zu einem Echtzeit-Monitoring-System ausbauen. Interessiert sich z.B. ein Handelsunternehmen für die Gründe, weshalb am Vortag 3% Umsatz verloren wurden, kann am nächsten Tag gezeigt werden, dass es am Wetter, an den Konkurrenzpreisen, an der Zahl der Kassenbons oder an der Kampagne usw. gelegen hat. Das ist die Basis, um in Echtzeit auf aktuelle Marktveränderungen reagieren zu können.

Erfolgreich in der Praxis sei ein neuer Ansatz wie der Brand-Investor allerdings nur, wenn alle Tools zur Umsetzung in Echtzeit auch wirklich zur Verfügung stehen. Ein neuer Algorithmus allein ist also keine Lösung.



© Springer Gabler Verlag

## Background

### Info

Die Veranstaltung „Marken-Roadshow“ findet seit 1992 statt. 2014 erschien das Buch „Die Zukunft der Marke – Handlungsempfehlungen für eine neue Markenführung“; es basiert auf über 20 Jahren Markenroadshow und wurde von Peter Haller, Serviceplan, und Wolfgang Twardawa, GfK, geschrieben. 300 Seiten; Springer Gabler Verlag; ISBN: 978-3658049812.