

Pressemitteilung

Neue Studie von Batten & Company zur Einzigartigkeit von Marken

Ikea, Manufactum und Amazon sind die „einzigartigsten“ Marken in Deutschland

Am schlechtesten schneiden Baur, Schwab und Moe-
bel24.de ab. Sie wirken am austauschbarsten.

Düsseldorf 09.11.2020 - Batten & Company und YouGov haben untersucht, wie einzigartig Verbraucher in Deutschland 92 große Retail-Marken wahrnehmen. Das Ergebnis fällt deutlich aus: Insgesamt empfinden Verbraucher 78 Prozent der untersuchten Handelsmarken als austauschbar. Nur 22 Prozent schaffen es, als einzigartig wahrgenommen zu werden.

Die drei Gewinner der Studie heißen Ikea, Manufactum und Amazon. Auf den Plätzen vier und fünf folgen die Drogeriemarke Dm und der Lebensmittelhändler Edeka. Ihnen bescheinigen die befragten Verbraucher Einzigartigkeit. Diese Marken unterscheiden sich also deutlich von ihren Mitbewerbern und wirken für die Konsumenten nicht beliebig. Ebenfalls sehr gut schneiden die Supermarktketten Aldi Süd, Lidl, Rewe, Aldi Nord, sowie das Onlineportal Ebay ab.

Im Mittelfeld rangieren unter anderem Douglas, Bauhaus, Westwing, der Biosupermarkt Basic, Media Markt, der Gartenhändler Dehner, die Baumarktkette Obi und Otto.de. Das ist insofern bemerkenswert, da einige dieser Marken hohe Beträge in ihre Markenpräsenz investieren, es trotz hoher Bekanntheit aber nicht schaffen, von den Verbrauchern als einzigartig wahrgenommen zu werden. Die Schlusslichter in der Studie bilden Euronics, Baur, der Modehändler Schwab und moebel24.de. Diese Marken wirken auf Verbraucher wenig einzigartig und sehr austauschbar.

Warum die Einzigartigkeit als Erfolgsfaktor für Marken so wichtig ist, zeigt der Blick auf die Markenpräferenz: Ziel jeder Marke ist es, die First Choice beim Kunden zu sein, also dessen bevorzugte Wahl beim Kauf. Die Brand Uniqueness erklärt die First Choice zu 25 Prozent. Damit ist die Einzigartigkeit einer der stärksten Treiber, wenn es darum geht, zu welcher Marke die Konsumenten als erstes greifen.

„Gerade im Einzelhandel lag der kommunikative Fokus in den letzten Jahren oft einseitig auf dem Thema Preis bzw. Preis-Leistung und dabei hat das differenzierte Branding vielleicht nicht immer den Stellenwert gehabt, den es für ein langfristig erfolgreiches Retail-Format braucht“, sagt Christian von Thaden, Managing Partner und CEO bei Batten & Company. „Für die Zukunft braucht es ein Umdenken: Preis allein reicht zur Profilierung einer Retail-Marke nicht aus, ein sehr gutes Preis-Leistungsverhältnis ist heute im Einzelhandel eher ein ‚Hygienefaktor‘ als ein ‚Differenzierungsfaktor‘“, so von Thaden weiter. Die Studienzusammenfassung steht zum Download unter folgendem Link zur Verfügung: <https://www.batten-company.com/magazin/detail/brand-uniqueness-studie-2020-retail>

Über Batten & Company

Batten & Company ist eine der führenden Strategieberatungen für Marketing & Sales, mit Fokus auf digitale Transformation und nachhaltiges Wachstum. Batten & Company ist eingebettet in das globale Kommunikationsnetzwerk von BBDO – eines der kreativsten Agentur-Networks der Welt. Ein Alleinstellungsmerkmal, das den Beratern den vollen Zugriff auf die Ressourcen, Kompetenzen, Insights und Marktkenntnisse aus über 77 Ländern und 290 Büros garantiert. Batten & Company steht für eine tiefe Kenntnis der lokalen Themen, eng verbunden mit der globalen Perspektive.

Batten & Company begleitet ihre Kunden auf allen strategisch wichtigen Feldern kundenzentrierter Marktbearbeitung. Mit spezialisierten Beratungseinheiten für die Bereiche Innovation, Business Model Transformation und Marketing Automatisierung mit dem Fokus auf die gesamte Wertschöpfungskette. Für die Kunden entstehen so unmittelbar wirksame und nachhaltige Lösungen für ein profitables Wachstum, die Exzellenz in Konzeption mit exzellenter Umsetzung verbinden.

Ansprechpartner

Christine Malewski

Batten & Company Düsseldorf

T: +49.211.1379-8354

christine.malewski@batten-company.com

www.batten-company.com