

Reputationsschweizermeister



VON STEFAN VOGLER

Bescheidenheit, Dankbarkeit und Demut gehören bei vielen Marken nicht zum Vokabular. Vielmehr verbinden wir Werte wie Kraft, Selbstbewusstsein oder Glamour mit grossen Brands. Auch hierzulande ist eher Klotzen statt Kleckern angesagt, um in Zeiten des Information-Overkills gese-

hen oder gehört zu werden. Wer aber genau hinsieht und -hört stellt fest, dass übersteigertes Selbstbewusstsein von Frau und Herr Schweizer:in wenig geliebt wird. Produkte, Services und Unternehmen, die zuerst still und leise Grossartiges leisten, erzielen höhere Sympathiewerte. Selbstverständlich müssen auch sie dann «laferen». Aber zuerst müssen sie «lieferen». Eine konstant hohe Qualität der möglichst einzigartigen Produkte ist die Voraussetzung, um vor den immer kritischeren Konsumierenden zu bestehen und sich in deren Köpfen und Herzen zu verankern. Victorinox schafft das seit Jahren. Das sympathische Schwyzer Unternehmen mit dem bescheidenen Chef Carl Elsener und seiner Frau Veronika, welche das Marketing verantwortet, hat es im GfK Business Reflector Reputations-Ranking 2022 erstmals und mehr als verdient auf den ersten Platz geschafft. Dahinter folgen die Migros, welche den Spitzenplatz während acht Jahren verteidigen konnte und Zweifel.



VICTORINOX

Mit der mutigen Diversifizierung nach dem weltweiten 9/11-Verkaufsstopp der legendären Swiss Army Knifes, hat Victorinox bei aller Tradition Innovationskraft bewiesen. **Chapeau**, Gratulation zum ersten Rang und weiterhin viel Erfolg! ■

WWW.VICTORINOX.COM

Stefan Vogler berichtet über die Markenführung von grossen und kleinen, altbewährten, aufgefrischten oder neuen Marken.

WWW.MARKENEXPERTE.CH