

25.10.2013: Thielenhaus & Partner: Markenprofilierung im Exportgeschäft

Mittelständische Unternehmen unter erheblichem Wettbewerbsdruck durch Billiganbieter / T&P empfiehlt individuelle Premium-Strategie unter Nutzung des Labels „Made in Germany“ / Erleichterungen bei Markteintritt und Vermarktung / Wirksame Positionierungs-Alternativen wie „German Engineering“



Die deutsche Industrie sieht sich international einem immer schärferen Wettbewerb ausgesetzt. Vor allem Billiganbieter aus Ländern mit erheblichen Lohnkostenvorteilen machen hiesigen Herstellern zu schaffen. Das gilt insbesondere für mittelständische Unternehmen, deren Marken-Image sich in den Exportländern als unzureichend erweist.

Vor diesem Hintergrund empfiehlt die Wuppertaler Marketing-Agentur Thielenhaus & Partner (T&P) vor allem bei technischen Gebrauchs- und Investitionsgütern eine konsequente Premium-Strategie. Bewährt habe sich dabei der Ansatz, Profilierungshilfen wie „Made in Germany“ aktiv zur vorbeugenden Preisargumentation zu nutzen. Vor allem kleineren und mittelgroßen Herstellern, die sich neu auf Auslandsmärkten positionieren wollen, helfe das mit dem weltbekannten Label verbundene Leistungsversprechen beim Markteintritt und bei der laufenden Vermarktung. Hier gebe es allerdings keine allgemein gültigen Pauschalrezepte, sondern es komme immer auf den Einzelfall an, also auf das Unternehmen, die Branche, die Konkurrenzsituation und das jeweilige Exportland.

T&P-Geschäftsführer Dietrich W. Thielenhaus rät daher zu individuellen Marktanalysen. So seien plakative Herkunftsnachweise dann nicht zielführend, wenn sie durch Kampagnen wie z.B. „Buy American“ zur Standort- und Arbeitsplatzsicherung konterkariert würden. Thielenhaus weiter: „Grundsätzlich bietet die Dachmarke ‚Made in Germany‘ aber interessante Profilierungschancen, um den No-name-Status zügig zu überwinden, Markenbekanntheit aufzubauen und bei Ausschreibungen berücksichtigt zu werden. Die Erfahrung zeigt, dass eine konsequente Premium-Positionierung, die Mehrwert bei Technologie, Präzision, Zuverlässigkeit und Langlebigkeit signalisiere, auf Kundenseite zur besseren Akzeptanz höherer Preise beitragen kann. Als wirksame Alternative für Unternehmen mit eigener Auslandsproduktion hat sich der Marken-Claim ‚German Engineering‘ bewährt.“

Thielenhaus & Partner entwickelt und realisiert als Full-Service-Agentur komplette Strategien und Aktionsprogramme in den Bereichen Marketing, Vertrieb, Kommunikation und Produktinnovation. Weitere Informationen via www.thielenhaus.de oder bei

Telefon: 0202 - 97010-0

THIELENHAUS & PARTNER

Agentur für Marketing GMBH
Dönberger Straße 92
42111 Wuppertal
Deutschland
info@thielenhaus.de
www.thielenhaus.de

[Zurück zur Übersicht](#)