

Ranking der wertvollsten Einzelhandelsmarken

Die Unternehmensberatung OC&C Strategy Consultants hat in der Neuauflage des Proposition-Index durch die Befragung von 26.000 Verbrauchern gemessen, in welchem Maße der deutsche Einzelhandel die Erwartungen seiner Kunden erfüllt. Sieger wurde zum dritten Mal in Folge die Drogeriekette DM.

Die [Studie Proposition-Index](#) der Unternehmensberatung OC&C Strategy Consultants untersucht durch die Befragung von Verbrauchern und der Vergabe von entsprechenden Indexpunkten, wie gut die Einzelhandelsunternehmen die durch ihren Werbeauftritt geschaffenen Erwartungen seiner Kunden erfüllt, wobei es eine Besonderheit der Studie ist, dass die Unternehmen nur von ihren realen Kunden und nicht vom gesamten Markt bewertet werden.

Nach der Studie führt die Drogeriekette DM zum dritten Mal in Folge das Ranking der stärksten Marken im Einzelhandel an und bestätigt damit die hohe Service-Qualität, die dem Karlsruher Händler auch regelmäßig im Kundenmonitor attestiert wird. Auf den zweiten Platz der stärksten Einzelhandelsmarken schaffte es erneut der E-Commerce-Riese Amazon. Einziger Newcomer sei der Möbelriese Ikea. Das Unternehmen schaffte es im Rahmen der Erweiterung des Rankings um den Möbelhandel aus dem Stand heraus auf den dritten Platz.

Der Proposition-Index stellt auch fest, dass Lidl für seine auf eine qualitative Verbesserung ausgerichtete Markenkampagne und Aldi für seine verstärkte Listung von bekannten Markenartikeln von den Verbrauchern nicht abgestraft wurde. Einige Experten hatten erwartet, dass die Strategieänderung der Discounter den USP der beiden Marken aufweichen würde. Dies werde durch die Studie widerlegt, da sowohl Lidl wie auch Aldi ihren Indexwert in diesem Jahr spürbar verbessern konnten.

Fazit

Die Stärke und damit auch der Wert einer Marke hängen nach der Studie der Unternehmensberater zumindest auch an der durch die Marketingaktivitäten geschürten Erwartungshaltung der Verbraucher. Umso wichtiger ist es auch in der Zukunft, entsprechende Markenstrategien zu entwickeln und diese dann auch konsequent umzusetzen.