

Meaningful Brands® powered by Havas Media erstmalig auch für Österreich

OLN NEWS, MEDIEN, AGENTUREN, ADVERTORIAL | 25.04.2019

Die Top 3 der "Meaningful Brands®" weltweit sind Google, PayPal, Mercedes-Benz, in Österreich liegen Hofer, Spar, ÖAMTC voran.



Das Havas Media Austria Team Anke Ellmerer, Managing Director, Georg Feldmann, Director Strategy, Michael Göls, CEO, und Gabriel Delano, Strategic Planning, präsentierte die 'Meaningful Brands®' Studie powered by Havas Media.

Unglaubliche 77 Prozent von Marken könnten verschwinden und es würde niemanden interessieren, zeigen neue Ergebnisse der globalen 'Meaningful Brands® 2019' Studie der Havas Group. "Eine Marke ist dann "meaningful", wenn sie für Konsumenten Bedeutung hat", erläutert Michael Göls, CEO der Havas Media Austria.

Entstehung des Meaningful Brand Index

Klassische Markenbewertungssysteme beruhen auf der Brand Equity, bei den Meaningful Brands werden drei weitere Aspekte in der Markenbewertung berücksichtigt.

Folgenden Bedürfnissen müssen Marken in Form der Brand Performance entsprechen:

1. Der funktionale Vorteil: Hält das Produkt, was es verspricht?
2. Der persönlich-individuell Vorteil: Wie verbessern Marken das Leben der Konsumenten?
3. Der kollektiv-soziale Vorteil: Was ist ihre Rolle in der Gesellschaft?

Weitere Informationen.

OK