

CLIPPING

Firma: BrandTrust/ Klaus-Dieter Koch/ Uhren: Markenbegehrlichkeit

Titel: „Ich bin begeistert!“

Medium: CHRONOS

Auflage: 9.630

Datum: September - Oktober 2020/ Ausgabe Nr. 5

Kontaktdaten:

PR-Büro Heinhöfer
Birgit Heinhöfer
Lindengasse 3
90419 Nürnberg

Tel.: 0911/ 300 349 - 0
Mail: info@pr-heinhoefer.de
www.pr-heinhoefer.de

”

**ICH
BIN**

BEGEISTERT!

Entscheidend für eine hohe Markenbegehrlichkeit ist die Fähigkeit, **immer wieder zu begeistern** – indem man Erwartungen übertrifft. Wir zeigen, welchen Marken das besonders gut gelingt und womit sie uns zuletzt positiv überrascht haben.

TEXT RÜDIGER BUCHER

“



A. LANGE & SÖHNE

Viele Jahre sah es so aus, als wärgere Lange sich standhaft, eine eigene Luxusportuhr zu bringen. Im Herbst 2019 überraschten die Glashütter uns dann mit der Odysseus: einer zeitgemäßen Luxusportuhr in Stahl mit Stahlband, die es sofort geschafft hat, neben Ikonen wie Nautilus und Royal Oak ihren eigenen Platz zu finden. Sie ist vom Design her klar als Lange erkennbar und verströmt gleichzeitig einen leichten Hauch von Extravaganz.



PANERAI

Bisher waren Leuchtmittel nur dazu da, die Uhrzeit auch nachts ablesbar zu machen. Panerai ist nun eine der ersten Marken, die auch periphere Teile der Uhr erhellen und das Supertuminova damit als Designelement einsetzen. Im Fall der Luminor Marina 44 (PAM01117) sind das die Bandnaht und der modeltypische Schutzbügel. Somit gibt die Marke, bei der das Leuchtmittel schon früh ein wichtiger Bestandteil der Firmengeschichte war, dem Thema eine ganz neue Bedeutung.



GLASHÜTTE ORIGINAL

Glashütte Original hat seine Kollektion in den letzten Jahren klug ausgeweitet und ihr immer wieder neuen Pfiff gegeben – zum Beispiel mit den in eigener Manufaktur gefertigten farbigen Zifferblättern. Begeistert haben uns sowohl die aufgerissene Struktur der Oberfläche als auch die expressiven Farben, vor allem das Grün.

MANCHE MARKEN

schaffen es, uns nachhaltig zu begeistern. Zuerst ist es eine bestimmte Uhr, die uns in ihren Bann schlägt, später kommen weitere Modelle hinzu. Als Nächstes folgt vielleicht der Einkauf in einer Boutique, der uns in die Welt der Marke hineinzieht. Oder ein Manufakturbesuch, bei dem wir erleben, mit welcher Hingabe die Mitarbeiter ein Einzelteil verzieren oder ein Emailzifferblatt bemalen. Im Extremfall verspüren wir so etwas wie ein Lebensgefühl, das uns die Uhren der Marke vermitteln und an dem wir teilhaben wollen. Wenn wir bereits eine oder mehrere Uhren dieser Marke besitzen, gibt es weitere Felder, auf denen uns unsere Marke begeistern kann. Hier

spielt dann auch der persönliche Kontakt eine große Rolle: Vielleicht lädt uns die Marke zu einem exklusiven Event ein, gratuliert uns auf eine besonders raffinierte Weise zum Geburtstag oder bietet einen überraschend guten Service.

„Überraschend“ ist hier das Zauberwort, denn Begeisterung geht über bloße Zufriedenheit hinaus. Sie entsteht erst dann, wenn uns die Marke etwas Positives bietet, mit dem wir so nicht gerechnet haben. Der Nürnberger Markenberater Klaus-Dieter Koch erklärt es so: „Der Grad der Begeisterung definiert sich immer aus der Erwartung heraus. Wird diese übertroffen, entsteht Begeisterung.“ Allerdings, so Koch, wissen die Marken selbst nie genau, an welcher Stelle



TUDOR

Tudor ist ein Phänomen: Die Marke bezieht einen Teil ihrer Stärke von der Faszination, die kleine Rolex-Schwester zu sein, womit sich das Vertrauen in absolute Qualität verbindet. Gleichzeitig ist Tudor eine eigene Marke mit eigener Geschichte und Identität. Dafür stehen unter anderem die seit den Fünfzigern gebauten Taucheruhren, der 1969 eingeführte Snowflake-Zeiger und das (früher nicht immer, aber mittlerweile längst wieder) eigenständige Design. Bei der neuen Black Bay Fifty-Eight Navy Blue begeistert uns die Fülle an gelungenen Details in Optik wie Haptik, zum Beispiel die Lünette, die sich so sanft dreht, wie man es sonst nur von Rolex kennt.



AUDEMARS PIGUET

Der Gegenwind, den die Marke mit der 2019 eingeführten Linie Code 11.59 von vielen Sammlern erhielt, zeigte: Auch AP gelingt es nicht immer, mit allem, was sie tun, zu begeistern. Das ist bei den meisten Royal-Oak-Modellen schon anders. Toll auch das soeben eröffnete, vom Stararchitekten Bjarke Ingels designte Firmenmuseum in Le Brassus mit seinem spektakulären spiralförmigen Glasbau.



ROLEX

Rolex begeistert seit jeher durch die hohe Qualität seiner Uhren, das zeitlose Design, die hohe Präzision sowie durch die hohe Werthaltigkeit. Bei der Marke mit der Krone gibt es keine Paukenschläge – was uns stattdessen beeindruckt, ist die Stetigkeit, mit der die Genfer ihre Uhren immer wieder in allen Details verbessern.

BULGARI

Dass Bulgari seit 2014 fünf Flachheits-Weltrekorde aufgestellt hat, hat wohl kaum jemanden kaltgelassen. Das Juwelierhaus, das eigentlich auf Schmuck und Damenuhren spezialisiert ist, hat damit eine eindrucksvolle Könnerschaft als Manufaktur für komplizierte Herrenuhren bewiesen. Und schneidet in unserer Studie beim Thema Begeisterung mit Platz 10 überdurchschnittlich gut ab.

JAEGER-LECOULTRE

Jaeger-LeCoultre ist einer der bedeutendsten Uhrwerkespezialisten der Welt und begeistert uns immer wieder mit der Fülle an neuen Kalibern und Komplikationsuhren. Jüngstes Beispiel: die Master Grande Tradition Grand Complication, eine aufsehenerregende Uhr mit Minutenrepetition, ewigem Kalender und Sternzeitkalender.





GRAND SEIKO

Grand Seiko beeindruckt durch höchste Präzision, Performance und Langlebigkeit und wartet immer wieder mit überzeugenden Produktverbesserungen auf. Einzigartig machen die Marke unter anderem Details im Design, die typisch japanisch sind: so etwa die spezielle Art, Zeiger und Indize zu polieren, sodass sie zweidimensional flächig wirken und mit Licht und Schatten spielen. Unter anderem begeistert uns, wie diese Uhren das Licht ganz anders reflektieren als Schweizer oder deutsche Uhren.



PATEK PHILIPPE

Bei Patek Philippe begeistern die vielen feinen Details, die jede Uhr und jedes Uhrwerk zu etwas Einzigartigem machen, genauso wie ein Besuch in der Manufaktur, wo man erleben kann, wie meisterhafte Köpfer etwas Atemberaubendes entstehen lassen. Das 2020 bezogene Manufakturgebäude, das seine Pforten für Außenstehende noch nicht geöffnet hat, beeindruckt durch seine schieren Dimensionen: Hinter einer 189 Meter langen und 67 Meter breiten Front sind auf zehn Etagen (davon vier unterirdisch) nunmehr alle Aktivitäten unter einem Dach zusammengefasst – ein neuer Tempel der Uhrmacherkunst.

MARKEN, DIE IHRE KUNDEN IMMER WIEDER BEGEISTERN: DAS ERGEBNIS UNSERER STUDIE

Aussage: „Ist eine Marke, die ihre Kunden immer wieder begeistert“, bewertet mit Schulnoten von 1 bis 6.

1,53 1. A. Lange & Söhne

1,56 2. Audemars Piguet

1,59 3. Rolex

1,61 4. Patek Philippe

1,77 5. Glashütte Original

1,83 6. Panerai

1,90 7. Grand Seiko

2,07 8. Jaeger-LeCoultre

2,12 9. Tudor

2,14 10. Bulgari

○
○
○

2,47 Durchschnitt

3,27 schlechtesten Wert

sie begeistern können: „Was begeistert, entscheidet immer nur der Kunde gemäß seines Erwartungslevels.“ Diesen müsse die Marke kennen und nicht nur ihren eigenen.

Für die Markenbegehrlichkeit ist die Begeisterung sehr wichtig. Ihre Bedeutung nimmt in einer Zeit, in der die persönliche Bindung zwischen Käufer und Marke eine immer größere Rolle spielt, sogar noch zu. Koch erklärt weiter: „Für die Marke hat die Begeisterung drei Vorteile: Erstens führt sie dazu, dass der Kunde die Marke weiterempfiehlt. Zweitens bindet sie den Kunden an die Marke, verstärkt seine Loyalität und macht ihn unempfindlich für das Werben anderer. Und drittens ermöglicht sie einen Preisaufschlag. Man ist gerne bereit, für Begeisterung direkt oder indirekt zu bezahlen.“

Im Rahmen unserer Studie zur Markenbegehrlichkeit, die wir mit der Puls Marktforschung GmbH durchgeführt haben, baten wir Uhreneigentümer, das Thema Begeisterung für die Marken, von denen sie Uhren besitzen, mit Schulnoten von Eins bis Sechs zu bewerten. Die Top Ten finden Sie im Kasten links.

Womit schaffen es gerade diese zehn Marken, ihre Käufer nachhaltig zu begeistern? Womit überraschen sie und übertreffen die Erwartungen ihrer Fans? Wir wissen es nicht – wie oben gezeigt, hat hierfür jeder seine eigenen, individuellen Gründe. Also haben wir uns selbst gefragt, womit uns diese Marken zuletzt positiv überrascht haben. ┘