

# Logibrand

## Pressemitteilung Juli 2005

### Markenhöchstleistungen durch logische Konsequenz

**Berneck/St. Gallen (CH).** „Marken brauchen logisch konsequente Führung“. Unter diesem Leitsatz hat Dr. Christine Wichert sich selbständig gemacht. Logibrand – so der Name des Beratungsunternehmens für logische Markenführung verfolgt das Ziel, das maximale Ertragspotential aus Marken herauszuholen. Die erfahrene Expertin hat das Branding Know-how bei der Boston Consulting Group erlernt und selber zahlreiche Topmarken wie Hilti, Airbus und BMW gemanagt. „Oft wird in der Markenführung kreativ und intuitiv gewirkt, ohne zu wissen, welche Aspekte einer Marke für die Kunden wirklich relevant sind“, so die Erfahrung der Unternehmensgründerin. „Dabei ist Kundenrelevanz das A und O um die Marke zu stärken. Nur diese führt zu einer gesteigerten Markenkraft und damit unweigerlich zu höheren Erträgen“.

Logibrand begleitet den gesamten Markenführungsprozess und beginnt dabei schon mit der firmeninternen Überzeugungsarbeit für professionelle Markenführung selbst. „Diese interne Überzeugungsarbeit steht häufig in B2B- und Dienstleistungsunternehmen noch aus und verhindert, dass Markenführung den Stellenwert bekommt, der ihr gebührt“, so die Inhaberin von Logibrand. Intelligente Markenforschung zur Ableitung der optimalen Positionierung der Marke, die Entwicklung ertragsreicher Markenstrategien, Anpassung der organisatorischen Prozesse und Strukturen bietet Logibrand ebenso an wie die Entwicklung eines massgeschneiderten Markensteuerungssystems.

Was macht Logibrand einzigartig? Die logisch originäre Verzahnung von Markenforschung, Strategie und kreativer Umsetzung. Damit wird garantiert eine maximale Relevanz beim Kunden zu erzielen. Unternehmen lernen, Markenführung als Change Management zu sehen, das die ganze Unternehmung einbezieht. Das ganze mit einem überzeugenden Preis-Leistungsverhältnis, da Logibrand flexibel mit Netzwerkpartnern arbeitet und deshalb ohne teure Overheadkosten auskommt.

Wer braucht diese Dienstleistung? Natürlich starke Marken, die viel zu verlieren haben und solche, die stark werden wollen. Auch kleine und mittlere Unternehmen, die das Potential der Markenführung oft gerade erst entdecken. Denn empirisch ist nachgewiesen, dass gute Markenführung zu einer Steigerung des Markenwertes und damit zu höheren Erlös- und Ertragspotentialen führt.

## **Über Logibrand**

Logibrand ist ein internationaler Netzwerk-Spezialist für erfolgreiche, systematische Markenführung. Dank umfangreicher Erfahrung und Kenntnis neuester Methoden bei der Entwicklung herausragender Marken unterstützt Logibrand dabei, die betreuten Marken zu neuen Höchstleistungen zu führen. Mehr Information erhalten Sie unter [www.logibrand.com](http://www.logibrand.com).

### **Für weitere Information kontaktieren Sie bitte:**

Dr. Christine Wichert  
+41-71-7401173  
+41-79-8158180  
[wichert@logibrand.com](mailto:wichert@logibrand.com)