

NUR STARKE MARKEN SICHERN DAS ÜBERLEBEN

Die Fernuniversität Hagen, Lehrstuhl BWL/Marketing unter Leitung von Prof. Dr. Rainer Olbrich, untersuchte in diesem Frühjahr die Abhängigkeitsverhältnisse von Markenartikelindustrie und Handel.

Der Bericht kommt zu dem Resümee: Angesichts des Preiskrieges im Handel und angesichts des zunehmenden Wettbewerbs von Handelsmarken und Industriemarken haben nur noch starke Marken eine Überlebenschance. Der Markenartikelindustrie empfiehlt Olbrich, „die Markenpflege als oberstes Gebot“ zu beachten. Dem Handel rät der Hagener Professor, „die Verbesserung des Leistungsangebots wieder stärker als Wettbewerbsparameter in den Mittelpunkt zu rücken.“

Olbrich ist überzeugt, die Handelskonzentration auf nationaler und internationaler Ebene wird weiter voranschreiten: Internationale Handelsmarken werden künftig nicht nur die Zweit- und Drittmarken der Industrie, sondern auch die Marktstellung führender Herstellermarken bedrohen. Der Spielraum der Markenartikelindustrie wird im Bezug auf Investitionen und Beschäftigungsstrukturen kleiner. Ähnlich wie der Markenverband, fordert Olbrich, Maßnahmen im Wege von Selbstverpflichtungsabkommen zwischen Industrie und Handel oder aber stärkere Kontrollen durch den Gesetzgeber.

Weitere Informationen:

 www.Fernuni-Hagen.de/Marketing/