

»Der Einfluss von Rabatten auf die Marken-Wertschätzung«

Ein Beitrag zum Thema „Marken brauchen Preisführung“

Sehr geehrte Damen und Herren, liebe Mitglieder,

„**Marken brauchen Preisführung**“ war Thema des 17. G·E·M Markendialogs am 28. Februar 2013 in Berlin. Hier wurde thematisiert:

Der Handel gewinnt zunehmend die Kontrolle über die Preissetzung und den Vertrieb der Marken. Dadurch erhöht sich die Ungleichheit unter den Markenteilnehmern Handel und Industrie. Diskussionspunkt ist regelmäßig nicht nur die angemessene Regalpreisstellung, sondern vor allem auch die Preisstellung bei der Vermarktung und deren Auswirkung auf den Markenwert und die Wertschätzung der Marke beim Verbraucher.

G·E·M und Markenverband haben im Anschluss an den G·E·M Markendialog die Dissertation von Tobias Kuntner betreut, die den **Einfluss von Rabatten auf die Marken-Wertschätzung** untersucht.

Als Mitglied von G·E·M und Markenverband erhalten Sie einen **vertraulichen Vorbericht** zur Arbeit von Tobias Kuntner, die von Prof. Dr. Thorsten Teichert, Universität Hamburg, betreut wird, unterstützt von der GfK mit Paneldaten und finanziell gefördert vom Markenverband.

Die Studienergebnisse zeigen, dass sowohl häufige Rabatte als auch intensiver Vertrieb über Discounter **die Marken-Wertschätzung negativ beeinflussen**.

Wir wünschen Ihnen eine gute Lektüre.

11. Januar 2016