

Markenschärfung im Generationswechsel

HBM Fallstudie “Wie wichtig ist die Verpackung?”: Bei einem Naturkosmetikhersteller drängt die nächste Generation an die Macht und will die Marke moderner aufstellen. Soll die Inhaberin des Familienunternehmens zustimmen – oder vergrault sie damit ihre Bestandskundinnen?

Diese fiktionalisierte Case Study über die Kraft der Marke im Generationswechsel eines Familienunternehmens wird durch drei Experteneinschätzungen ergänzt – es antworten: Herr Michael Linder, Dr. Matthias Hüsgen und Prof. Dr. Mark K. Binz auf die Frage: “Soll Christa Wohlinger der Markenschärfung zustimmen – oder riskiert sie damit zu viel?”

Lesen Sie den ganzen Artikel hier.

