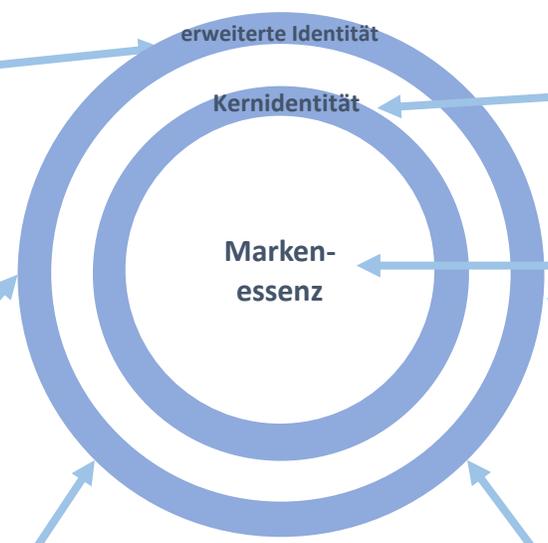


# Aakers Identitätsansatz

Quelle: Nachfolgende Darstellungen in Anlehnung an: „<https://www.brandholosphere.com/identitaetsansatz-aaker/>“

- Marke wird durch Marketingelemente, Details und visuelle Eindrücke angereichert

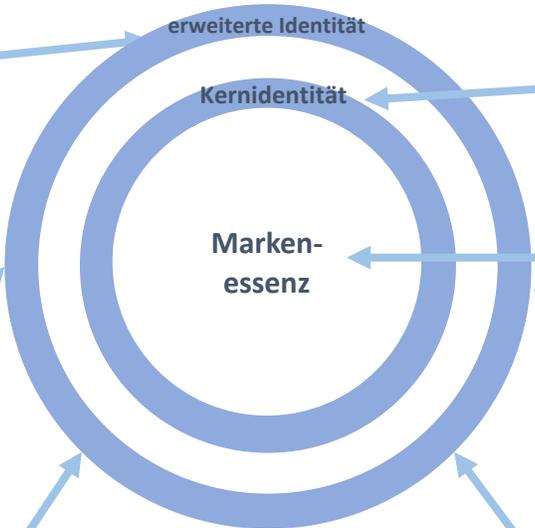


- Was ist die Seele der Marke?
- Was sind die Werte der Marke?
- Über welche Kompetenz/Organisation verfügt das Unternehmender Marke?
- Wofür steht das Unternehmen hinter Marke?

- Repräsentiert die Identität der Marke

Marke als Produkt	Marke als Organisation	Marke als Person	Marke als Symbol
= erfasst die Produkteigenschaften Identität der Marke soll sich im Produkt widerspiegeln	= erfasst die Werte des Unternehmens	= erfasst den Charakter der Marke	= erfasst die Tradition und Geschichte der Marke
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Sortimentsbreite</li> <li>• Qualität der Marke</li> <li>• Nutzer und Nutzen</li> <li>• Herkunftsland des Produktes</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Organisationsattribute wie z.B. innovativ oder nachhaltig</li> <li>• Lokale oder globale Marktbearbeitung</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Persönlichkeit und Beziehung der Marke zu den Konsumenten</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Visueller Auftritt und Erbgut der Marke</li> </ul>

- Marke wird durch Marketingelemente, Details und visuelle Eindrücke angereichert



- Was ist die Seele der Marke?
- Was sind die Werte der Marke?
- Über welche Kompetenz/Organisation verfügt das Unternehmender Marke?
- Wofür steht das Unternehmen hinter Marke?

- Repräsentiert die Identität der Marke

<b>Marke als Produkt</b> Wie können wir die Identität unserer Marke in den Produkten widerspiegeln?	<b>Marke als Organisation</b> Wie sind wir organisiert?	<b>Marke als Person</b> Wie können wir die Werte der Marke nach außen an die Kunden vertreten?	<b>Marke als Symbol</b> Was können wir tun damit Kunden dauerhaft mit unseren Markenwerten verbunden sind?