

Referent: Jörg Barnhusen, Management Supervisor, brandpepper Marken- und Kreativagentur

Vortragstitel: Marke – wichtiger Wegweiser im Gesundheitswesen?

Fragestellung: Welche Funktionen kann eine Gesundheitsmarke im Kontext veränderter Rollenverteilungen im Gesundheitsmarkt erfüllen?

Kaum ein anderer Markt unterliegt so vielen Veränderungen, die politisch bedingt und durch den einzelnen Marktteilnehmer kaum beeinflussbar sind. Gerade beim Patienten beziehungsweise Konsumenten entstehen enorme Unsicherheiten, die Orientierungsverluste auslösen. Genau hier setzt Marke an. Marken können wichtige Leuchttürme im Gesundheitswesen sein, die gerade Patienten und Verwendern Sicherheit und Orientierung geben können. Je schärfer und relevanter eine Gesundheitsmarke definiert ist, desto ökonomisch erfolgreicher kann sie kommunizieren.

Methodik: Brandmodulation – Prozessmodell zum systematischen Aufbau und interdisziplinären Absicherung von Markenerfolg im Gesundheitsmarkt:

- Umfeldanalyse
Welche gesellschaftlichen, sozialen und sonstigen Einflüsse haben Einfluss auf die Markenbildung?
- Identitätsanalyse
Welche identitätsstiftenden Merkmale können zur Alleinstellung führen?
- Leistungsanalyse
Welche Leistungen kann die Marke glaubhaft und dauerhaft erbringen?
- Markenpositionierung
Das Fundament langfristiger Markenkommunikation
- Markenimplementierung
Crossmediale Markendurchsetzungstrategien
- Markenmonitoring
Frühzeitige Erkennung von Störvariablen

Ergebnisse und Schlussfolgerungen:

Strategische Optionen und Erfolgspotentiale einer Physiotherapie-Marke