



Die Kraft der Marke Markenbildung im Franchise

(Mynewsdesk) Der Mensch ist ein Gewohnheitstier. Ist er unentschlossen, greift er auf Bekanntes und Bewährtes zurück. Und fehlen die eigenen Erfahrungen, ist es das soziale Umfeld, von dem man bei einer Entscheidungsfindung gerne Empfehlungen entgegennimmt. Umso wichtiger für eine Marke, sich ein positives Image und einen hohen Bekanntheitsgrad aufzubauen. Denn damit kann sie ihre Wirkung besonders kraftvoll entfalten.

Es ist der Traum von den eigenen vier Wänden, den viele Deutsche haben. Um sich diesen zu erfüllen, entscheidet sich die überwiegende Mehrheit aller Bauherren für Massivhäuser. Die Vorteile eines solchen Hauses für den Kunden sind klar erkennbar: Hohe Lebensdauer und Wertbeständigkeit, energieeffiziente Bauweise, individuelle Gestaltungsmöglichkeiten, schnelle Bauzeiten, typisierte Planung, sowie hohe Qualitätsstandards. Doch Anbieter ist nicht gleich Anbieter. Bei der Auswahl spielt für Kunden nicht nur die fachliche Kompetenz, sondern auch die Fairness, für die eine Massivhausmarke steht, eine wichtige Rolle.

Town & Country Haus ist überdurchschnittlich fair. Schon zum 6. Mal in Folge hat Focus Money in diesem Jahr führende Massivhausbauanbieter auf den Prüfstand gestellt. Mit positivem Ergebnis: Insgesamt 8 der 12 bewerteten Unternehmen werden von ihren Kunden als überdurchschnittlich fair wahrgenommen. Betrachtet wurde die Fairness eines Unternehmens dabei in 7 Kategorien. Die Marke Town & Country Haus konnte sich dabei in allen Kategorien mit überdurchschnittlichen Bewertungen positionieren.

An der Online-Befragung nahmen 1.000 Kunden teil, die in den letzten Jahren ein Massivhaus gebaut haben. Sie bewerteten Service- und Leistungsmerkmale der verschiedenen Anbieter. Die Wahrnehmung durch die Kunden und der Eindruck, den sie bei ihnen hinterlassen hat, ist für das Image einer Marke relevant. Und eine wertvolle Marke ist ein Wettbewerbsvorteil für herkömmliche Unternehmen genauso wie für Franchise-Systeme.

Wettbewerbsvorteile durch starke Marke sichern. Gute Marken setzen sich besser als andere am Markt durch. Aus diesem Grund gilt es auch im Franchise, eine starke Marke zu entwickeln und aufzubauen. Eine solche starke Marke ist ein elementarer Faktor für den Erfolg eines Franchise-Systems. Denn mit ihrer Hilfe kann gemeinsam mit den Partnern der Markt erfolgreich erschlossen werden. Ohne klare Markenstrategie hingegen wird die Expansion zu einer schwer zu bewältigenden Herausforderung.

Wichtige Anforderungen an eine Marke sollten schon in ihrer Entwicklung berücksichtigt werden. Zunächst muss eine Marke einprägsam sein. Das betrifft nicht nur den Namen, sondern auch das Logo und möglicherweise den Claim. Deshalb werden häufig Experten bei der Markenentwicklung hinzugezogen. Ist die Marke geschaffen und angemeldet, muss im nächsten Schritt ihre Bekanntheit aufgebaut werden.

Markenausbau durch Image. Der Markenausbau geschieht dadurch, dass ein bestimmtes Image etabliert und verbreitet wird. Dabei spielt die Intensität der Kommunikation eine wichtige Rolle. Außerdem ist es wichtig, dass die Marke mit Vertrauen, Relevanz und Klarheit aufgeladen wird. Gleichzeitig muss eine kraftvolle Marke auch flexibel sein und sich neuen Gegebenheiten anpassen oder gar selbst neue Trends setzen können.

Für den Aufbau einer Marke ist der Marketing-Mix, aber auch die Übertragung der Marke auf alle Unternehmensbereiche relevant. Die Entwicklung und Umsetzung einer Corporate Identity dient im Franchise zum einen dem einheitlichen Erscheinungsbild nach außen hin. Aber auch nach innen ist die Marke am Erfolg eines Systems beteiligt. Denn hier verbindet sie Franchise-Geber und Franchise-Partner, fördert den Teamgeist zwischen den Partnern und stärkt das Wir-Gefühl.

Im Franchise sorgen sowohl Franchise-Geber als auch Franchise-Partner für die Präsenz der Marke: Die nationale Ebene ist dabei der Aufgabenbereich des Franchise-Gebers, für regionale Märkte sind seine Partner zuständig. Eine rasche Durchdringung führt zu mehr Kunden, zu höheren Gewinnen und besseren Zukunftschancen.

Mit einer bewährten Marke den Markt erobern. Neben den Leistungen eines Franchise-Systems spielt für den Partner die Marke eine wichtige Rolle und das schon bei der Suche nach dem passenden System. Kennt ein Interessent die Marke bereits selbst und ist das Unternehmen dadurch positiv für ihn behaftet, wird er sich eher für ein System entscheiden. Auch wenn das Umfeld eines Interessenten die Marke kennt und von ihr überzeugt ist, kann sich das auf die Entscheidungsfindung auswirken.

Aber auch in der Partnerschaft ist eine starke Marke von großer Bedeutung. Ist eine Marke bereits etabliert, hat der Existenzgründer, der sich für eine Franchise-Partnerschaft entschieden hat, einen klaren Vorteil gegenüber herkömmlichen Gründern. Webauftritt, Werbeschilder, Visitenkarten, Arbeitsmaterial und Werbung? alles ist bereits vorhanden und bekannt. Durch einen gemeinsamen Markenauftritt kann der Franchise-Partner die Kraft der Marke von Beginn seiner Selbstständigkeit an nutzen.

Wenn ein Gründer sich für ein Franchise-System entschieden hat, wird er mit Vertragsunterschrift zum Repräsentanten einer Marke. Jeder neue Partner steigert also die Bekanntheit seines Systems. Es ist daher von enormer Wichtigkeit, dass ein Franchise-Partner hinter der Marke, die er vertritt, steht. Wenn er dann auch noch idealerweise bereits im Privaten ein Fan von ihr ist, wird er in den meisten Fällen ein erfolgreicher Unternehmer werden.

Diese Pressemitteilung wurde via Mynewsdesk versendet. Weitere Informationen finden Sie im Town & Country Haus Lizenzgeber GmbH

Shortlink zu dieser Pressemitteilung:
<http://shortpr.com/fgo8vu>

Permanentlink zu dieser Pressemitteilung:
<http://www.themenportal.de/wohnen-bauen/die-kraft-der-marke-markenbildung-im-franchise-16865>

Pressekontakt

Town & Country Haus Lizenzgeber GmbH

Annika Levin

Hauptstraße E 90
99820 Hörselberg-Hainich OT Behringen

presse@tc.de

Firmenkontakt

Town & Country Haus Lizenzgeber GmbH

Annika Levin
Hauptstraße E 90
99820 Hörselberg-Hainich OT Behringen

shortpr.com/fgo8vu
presse@tc.de

Das 1997 in Behringen (Thüringen) gegründete Unternehmen Town & Country Haus ist die führende Massivhausmarke Deutschlands.

Im Jahr 2017 verkaufte Town & Country Haus mit über 300 Franchise-Partnern 4.466 Häuser und erreichte einen Systemumsatz-Auftragseingang von 844,29 Millionen Euro. Mit 2.790 gebauten Häusern 2017 und einem Systemumsatz-gebaute Häuser von 512,92 Millionen Euro ist Town & Country Haus erneut Deutschlands meistgebautes Markenhaus.

Rund 40 Typenhäuser bilden die Grundlage des Geschäftskonzeptes, die durch ihre Systembauweise preisgünstiges Bauen bei gleichzeitig hoher Qualität ermöglichen. Für neue Standards in der Baubranche sorgte Town & Country Haus bereits 2004 mit der Einführung des im Kaufpreis eines Hauses enthaltenen Hausbau-Schutzbriefes, der das Risiko des Bauherrn vor, während und nach dem Hausbau reduziert.

Für seine Leistungen wurde Town & Country Haus mehrfach ausgezeichnet: So erhielt das Unternehmen zuletzt 2013 den Deutschen Franchise-Preis. Für seine Nachhaltigkeitsbemühungen wurde Town & Country Haus zudem mit dem Green Franchise-Award ausgezeichnet. 2014 wurde Town & Country Haus mit dem Preis TOP 100 der innovativsten Unternehmen im deutschen Mittelstand ausgezeichnet. Zudem wurde Town & Country Haus bei zahlreichen Wettbewerben nominiert und erhielt im Jahr 2017 den Hausbau-Design-Award für das Doppelhaus Aura 136 in der Kategorie Moderne Häuser.

Anlage: Bild

