

NGM – die Netz-Geführte Marke als virtuelle Unternehmung

08.07.2010, 12:33 | Handel, Wirtschaft, Finanzen, Banken & Versicherungen

Pressemitteilung von: *Ulrich Eggert Consulting*

Im Konsumgüterbereich sitzt das Geld der Verbraucher nicht mehr so locker wie gewünscht. Deshalb stehen für die Unternehmen vor allen Dingen zwei Themen im Vordergrund:

- Kosten drücken, wo es geht.
- Auffallen um jeden Preis!

Die Fertigungsprozesse der Industrie sind heute weitgehend optimiert und im Handel sehen wir fast nur noch Selbstbedienung. Von daher sind die Möglichkeiten, Kosten zu sparen, nur noch eng begrenzt. Ein entscheidendes, probates Mittel dafür in Zukunft ist das Gesamtthema der Kooperation – und zwar nicht nur im Einkauf, sondern vor allen Dingen auch im Vertrieb, in Absatz und Distribution. Die Werbemittel und -träger werden von Jahr zu Jahr mehr. Waren es früher vor allen Dingen Zeitungen und Zeitschriften, so ist es heute das Internet, was immer mehr in den Vordergrund rückt. Parallel dazu steigt das Produktangebot und für den Verbraucher werden die Einkaufsmöglichkeiten immer größer. Dies führt zu steigenden Vergessensraten auf der einen Seite, kombiniert mit steigenden Werbungskosten auf der anderen Seite.

Die Frage ist: Gibt es eine Lösung für diese Probleme? Das Thema Marke bildet einen wichtigen Aspekt der Problemlösung, denn Marken dienen der Erinnerung und der Möglichkeit der Vorauswahl für den Verbraucher. Ein wesentlicher Bei-trag zur Optimierung der Unternehmen wäre es nun, die Themen Marke und Kostensparen zu kombinieren. Auch hierfür gibt es zwei grundsätzliche Lösungswege:

- Marken- und Marketingkooperation
- Bildung virtueller Unternehmen mit einer Marke als Kern.

Letzteres wird von Jahr zu Jahr wichtiger im Markt; immer mehr Unternehmen versuchen, diesen Weg zu beschreiten. Um was geht es dabei? Im Prinzip ist es eine ganz einfache Sache: Unter-nehmen sourcen immer mehr ihre Aktivitäten aus und konzentrieren sich auf den Kern – sie machen keine Buchhaltung, sie besitzen keinen Fuhrpark, sie nutzen die Läger der Spedi-teure usw. Wenn man das gedanklich fortsetzt, kommt man zu einem virtuellen Unternehmen, indem eine Systemzentrale den Kern bildet, deren Hauptaufgabe darin besteht, die Marke zu gestalten und zu führen. Virtuelle Unternehmen dieser Art konzentrieren sich auf den emotionalen Kern einer Unter-nehmung, ihr Vermögen bildet die Marke bzw. die Fähigkeit, Marken richtig zu führen. Produk-tion und Vertrieb lassen sie andere erledigen, die Marke ist ihr Kerngeschäft.

Damit werden diese Unternehmen völlig flexibel – sie müssen keine Produktions- und Lager-kapazitäten oder ähnliche Dinge vorhalten, ihre Aktivitäten können dem Konjunkturverlauf angepasst werden. Aber all das ist nur möglich durch ein Netz von Partnerunternehmen, mit denen man zusammenarbeitet.

Das ist Kooperation in der feinsten Form: auf der einen Seite der emotionale Aspekt durch die Marke und auf der anderen Seite die Flexibilität und Kostenreduktion für die Effizienz der Unternehmensführung.

Solche Netz-Geführten Marken findet man immer mehr im Markt – Red Bull, Polo Ralph Lauren, in Ansätzen auch Adidas, Puma und Nike sind weit verbreitete Beispiele dafür. Details zu diesem Konzept finden sich in der kostenlosen Kurzstudie NGM – die Netz-Geführte Marke als virtuelle Unternehmung der Ulrich Eggert Consulting, Köln.

Kostenloser Download unter www.ulricheggert.de, dort auch die Angebote zu den umfassenden aktuellen Studien KOOPERATION IN VERTRIEB & HANDEL sowie HANDEL & MARKE, die beide das Thema vertiefend im jeweiligen Gesamtkontext beinhalten.

Portrait

Die Ulrich Eggert Consulting.Köln wurde zu Anfang 2007 von Ulrich Eggert in Köln nach über 32 jähriger Tätigkeit bei der ehem. BBE-Unternehmensberatung GmbH, Köln, davon mehr denn 13 Jahre als Geschäftsführer, gegründet. Ulrich Eggert setzt heute als freiberuflicher Unternehmensberater, Referent, Moderator und Organisator von Veranstaltungen sowie als Trend- und Zukunftsforscher und Autor von Studien und Fachbüchern seine erfolgreiche Tätigkeit für Handel/Handwerk, Industrie und Dienstleistung fort.

Seine Tätigkeitsfelder sind u. a.:

- Trend und Zukunftsforschung
- Markt- und Handelsforschung
- Strategie-Beratung, Portfolio-Entwicklungen
- DueDilligence
- moderierte Workshop-Beratungen
- Absatzplanungen, Machbarkeits-Studien.

Seine Arbeitsthemen umfassen die

- Entwicklungen in Konsum und Gesellschaft
- Zukunft von Handel und Distribution/Vertrieb
- Versand-/Distanzhandel und Multi-Channel-Retailing
- Innovationen und Innovationsmanagement
- Neue Geschäftsmodelle und Formate
- Neu Vertriebsstrategien
- Kooperation, Systembildung und Franchising
- Vertikalisierung und Direktvertrieb
- Marke und Markenpolitik
- Virtualisierung von Unternehmen.

Vorträge und Workshops/Veranstaltungen zu diesen Themen runden sein Leistungsprogramm ab. Bisher über 30 Veröffentlichungen in Form von Multi-Client-Studien und Büchern dazu, verzeichnet auf seiner Homepage, zeigen seine umfassende Erfahrung auf diesen Gebieten. In 2008/09/10 erschienen bisher im Eigenvertrieb die Studien

- + LUXUSVERTRIEB,
- + FUTURE DISCOUNT,
- + MAIL ORDER 2015,
- + HANDELS- UND VERTRIEBSINNOVATIONEN,
- + KONSUM(ENT) UND HANDEL,
- + DIE ZUKUNFT DER BAU- UND HEIMWERKERMÄRKTE,
- + DIE ZUKUNFT DER GEWERBLICHEN VERBUNDGRUPPEN,
- + HANDEL 2020 – WEGE IN DIE ZUKUNFT,
- + HANDEL UND MARKE und zuletzt
- + KOOPERATION IN VERTRIEB UND HANDEL

sowie zum Bezug über den Buchhandel oder direkt beim Verlag das „KURSBUCH UNTERNEHMENSFÜHRUNG“, ISBN 978-3-8029-3422-3, Walhalla-Fachverlag, Regensburg. Details zu allem unter www.ulricheggert.de. Hier finden sich auch einige aktuelle Projekte zum kostenlosen Download.

News-ID: 446148 • Views: 1063 (Stand: 10.08.2026)

Link zur Pressemitteilung:

<https://www.openpr.de/news/446148/NGM-die-Netz-Gefuehrte-Marke-als-virtuelle-Unternehmung.html>