

Marken Macher



Marketing-Check

Timo Kaapke

Gründer und geschäftsführender Gesellschafter der Kaapke Kommunikationsagentur mit Sitz im Oldenburger Münsterland. Kaapke macht Marken im Mittelstand: Die 15-köpfige Agentur entwickelt und realisiert ganzheitliche Kommunikationskonzepte für renommierte mittelständische Unternehmen und Markenartikler. Zu den Kunden gehören unter anderem Wiesenhof, Westfalia, Böckmann und Eichkamp.

- | | |
|--|---|
| Was macht eine gute Marke aus? | Eine starke Marke wird auf den ersten Blick eindeutig erkannt und versteht es, die Bedürfnisse der Menschen auf eine sympathische Art zu aktivieren. |
| Nennen Sie zehn Marken, die Ihnen besonders sympathisch sind. | Nike, Audi, Ebay, Mini, Harley Davidson, Sony, Apple, Böckmann, Grimme, Erco. |
| Welche Marken haben Ihre Kindheit bestimmt? | Hipp, Sesamstraße, Nesquick, Lego, Nike. |
| Welche Medien nutzen Sie in welchem Umfang? | Täglich: Faz.net, Google, MT, NWZ, NDR Info, Tagesthemen.
Wöchentlich: Handelsblatt, Die Zeit, W&V, Horizont.
Monatlich: Absatzwirtschaft, marketingjournal, brand eins, Impulse. |
| Schildern Sie bitte Ihre erfolgreichste Marketingstrategie. | Kundenbegeisterung durch Mitarbeiterbegeisterung. |
| Welche Marketingansätze favorisieren Sie? | Strategien, die den Mitarbeiter als motivierten Markenbotschafter integrieren. |
| Welche Marketingstrategie hätten Sie selbst gerne entwickelt? | Ikea, Red Bull. |
| Welche Rolle spielt die Marke in der Zukunft? | Der Stellenwert der Marke wird – insbesondere für den Mittelstand – in Zukunft immer größer, da Differenzierungs- und Begehrlichkeitspotenziale ausschließlich über die Produktleistungen immer seltener werden. Die Marke macht den Unterschied. |