

## **zusammenfassung bachelor thesis**

<b>Thema:</b>	Besonderheiten der Markenführung in Familienunternehmen
<b>Forschungsfrage:</b>	Wie kann ein Familienunternehmen auch in Zukunft eine starke Marke darstellen und führen?
<b>Verfasser/in:</b>	Franz Gmachl
<b>Abschlussjahr:</b>	2015

### **1 problemstellung**

Viele Familienunternehmer handeln bei der Markenführung oft schon seit Generationen intuitiv mit viel Leidenschaft und Herz, jedoch ohne Struktur und System (Wolf, 2011; online) und sind dadurch den neuen Anforderungen der Markenführung oft nicht mehr gewachsen.

### **2 kurzzusammenfassung**

#### **Herausforderungen**

- zu wenig Ressourcen & Know-How
- Disharmonie von Tradition und Aktualität der Marke
- Übergabe der "Marke" an Nachfolgenerationen
- Interessenskonflikte der Familie & Familienklima

### **3 empfehlungen für familienunternehmen**

- Marke strategisch planen – eine „Markenidentität“ definieren
- Rücksichtnahme auf Interessen und Werte aller relevanten Familienmitglieder
- Markenidentität bei Entscheidungen im Unternehmen stets berücksichtigen („Wiedererkennung“)
- Marke regelmäßig an Trends anpassen und kreativ sein, um interessant zu bleiben

#### **KONTAKT**

MCI Management Center Innsbruck  
Zentrum Familienunternehmen  
Universitätsstraße 15  
6020 Innsbruck  
Tel: +43 512 2070 7101  
Email: [familienunternehmen@mci.edu](mailto:familienunternehmen@mci.edu)  
Web: <http://familienunternehmen.mci.edu>