

MEINE MEINUNG: VON LEONE MING

Die Kraft der Marke

Wer Marken führen will, muss es verstehen, die Menschen zu verstehen



Leone Ming, Marketingfachmann

Mehr als jedes andere Thema reizt «Die Marke» Marketingfachleute dazu, ihre Theorien zu veröffentlichen. Mal intelligent, mal überflüssig. Ich selbst möchte heute ein paar «Weisheiten» aus der Sicht ei-

nes Betroffenen weitergeben. Ohne Gewähr natürlich. Denn Marken im grossen Markt von Konsumprodukten zu etablieren, bekannt zu machen, ihre Wirkung zu steigern, ist so faszinierend wie unberechenbar. Zuerst sind die Fragen immer die gleichen: Kann ich den Brotaufstrich «XY» wieder zum Renner machen? Welche Produktmarke im Portfolio hat vielleicht das Potenzial eines «Star»-Produktes? Für den Erfolg einer Marke entscheidend ist, wie einzigartig und authentisch sie wirkt. Werbung ist dabei nur eines der Instrumente der Markenführung, wenn auch ein unentbehrliches.

Was denken Sie, ist der Dreh- und Angelpunkt für eine Marke? Viele meinen, alles drehe sich um die Marke und das Unternehmen

als Markenführer. Tatsächlich aber gilt, gilt und wird immer gelten: Alles muss sich um den Konsumenten drehen. Die Kunden entscheiden. Betriebsblindheit oder eitle Marketingverantwortliche sind ein sicherer Faktor für den Misserfolg.

Weil die Marke den Kunden gehört, sind Markenführungsstrategien so unberechenbar wie das menschliche Verhalten. Wer also Marken führen will, muss es verstehen, die Menschen zu verstehen. Und das ist klar Chefsache. Marken gehören nicht dem Marketing, denn Marken müssen nicht kontrolliert werden, sondern geführt.

Unternehmenskultur und Unternehmensführung beeinflussen die Führung einer Marke stark. Selbst erfolgreiche Marken können sich

bei allzu inkompetenten, zaghaften, unsicheren Entscheidern nur schwer halten. Dafür gibt es viele Beispiele. Andererseits können eine neue Kultur und ein Wechsel des Führungsstils wie eine Frischzellenkur auf das Image einer Marke wirken. Man denke an den Aufschwung von Gucci, Puma, Porsche.

Wenn eine Marke ein starkes funktionales oder emotionales Bedürfnis von Menschen bedient, wird sie erfolgreich sein. Eine Marke schafft Vertrauen und Sicherheit. Und ihr Wert steigt, je mehr die Kommunikationsaktivitäten das Vertrauen der Zielgruppen in eine Marke stärken. Vertrauen zu gewinnen braucht vor allem aber Zeit, es zu verspielen, dauert hingegen nur Sekunden.

Erneut Auszeichnung für Centrum Bank

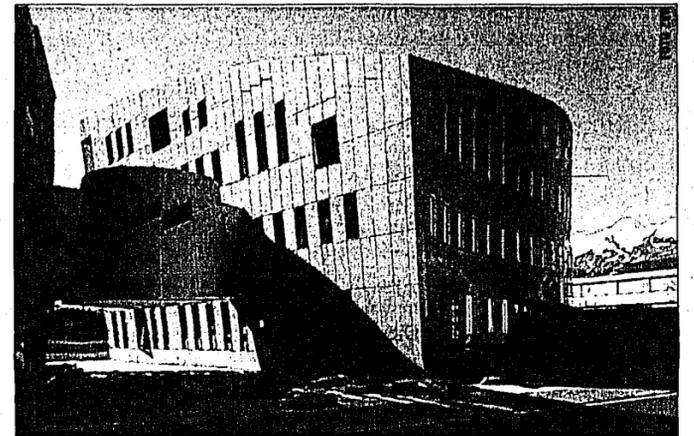
Centrum Bank belegt beim Bankenrating einen Spitzenplatz

VADUZ – Als vermögende Kunden getarnt testeten Finanzredakteure und Wirtschaftsjournalisten Finanzinstitute im deutschsprachigen Raum. Anlässlich des 1. Vermögenskonvents in München am vergangenen Mittwoch wurden die Auszeichnungen vergeben.

Bereits in 2004 rangierte die Centrum Bank unter den Top-18-Vermögensverwaltern. In diesem Jahr konnte die Vaduzer Privatbank ihre Position noch verbessern und erzielte ein «magna cum laude». Getestet wurden 250 Banken im deutschsprachigen Raum, von denen nach einer ersten Sichtung 221 in die Bewertung eingingen. Davon gelten 26 % als empfehlenswert, doch nur 17 % belegen die Spitzenplätze. Das Prädikat «summa cum laude» erhielten 4,2 %, «magna cum laude» 4,7 % und «cum laude» 8,4 %. Unter die Lupe genommen

werden Beratungs- und Anlagekultur, Systematik, Transparenz, Know-how und Verantwortungsbewusstsein der einzelnen Institute.

Die Konkurrenz unter den Vermögensverwaltern ist gross, doch konnte in diesem Jahr erneut festgestellt werden, dass sich der Wettbewerb in Form einer allgemeinen Qualitätssteigerung für den Kunden positiv bemerkbar macht. Im Vordergrund steht zunehmend die individuelle Betreuung des vermögenden Privatkunden, der in erster Linie den Vermögenserhalt sucht und deutlich weniger auf Performance setzt. Von der Erbschaftsplanung bis zur Steueroptimierung geht es um massgeschneiderte und sensible Lösungen. In diesem Bereich wird den Experten aus der Schweiz und Liechtenstein von den Textern eine hervorragende Leistung attestiert. Centrum Bank: Ausgezeichnete Kundenorientierung. Individuelle Beratungskultur und Leistungsprofil der



Vermögensberater sowie die jeweiligen politischen Rahmenbedingungen schaffen die Basis für ein effizientes Private Banking. «Nicht nur ein leistungsstarker Vermögensverwalter ist die Centrum Bank, sie brilliert auch als ein höchst kompetenter Problemlöser für alle Fälle», heisst es im Elite

Report 2005. Die Bankleistung wird mit «sehr gut» bewertet. Wie schon im Vorjahr wurde die Centrum Bank mit Platz eins unter der Rubrik «Vertrauliches Vermögen» als bestes Finanzinstitut bewertet und konnte darüber hinaus auch in anderen Bereichen ihre Leistung noch steigern. (PD)

ANZEIGE

Gesetz vom 3. Mai 1996 über Investmentunternehmen (IUG)

Mitteilung an die Anteilhaber von UBS (Lux) Bond Fund

Der Verwaltungsrat von UBS Bond Fund Management Company S.A., Verwaltungsgesellschaft von UBS (Lux) Bond Fund hat mit Zustimmung der Depotbank folgende Änderungen beschlossen.

Der Wortlaut der pauschalen Verwaltungskommission, welche den Umfang der Kosten und Kommissionen zu Lasten des Fondsvermögens abdeckt, wurde an denjenigen der Total Expense Ratio (TER) angepasst. Neu werden die Transaktionskosten direkt dem jeweiligen Fondsvermögen belastet und gehen nicht mehr zu Lasten der pauschalen Verwaltungskommission. Des Weiteren wurde im Zusammenhang mit der Ausgabe und Rücknahme von Anteilen eine Bestimmung betreffend Late Trading und Market Timing eingeführt und die Bestimmungen zu den soft commissions gestrichen.

Im Einzelnen präsentiert sich die Änderung betreffend Anpassung der pauschalen Verwaltungskommission wie folgt.

Die Vertragsbedingungen und der Verkaufsprospekt von UBS (Lux) Bond Fund wurden in folgenden Punkten geändert:

Vertragsbedingungen

Artikel 13 – Kosten zu Lasten des Fonds

1. Für die Dienstleistungen der Verwaltungsgesellschaft, der Administrationsstelle, der Depotbank, des Portfoliomanagers sowie für den Vertrieb des Anlagefonds und zur Deckung der anfallenden Kosten stellt die Verwaltungsgesellschaft zu Lasten des Anlagefonds eine im Verkaufsprospekt aufgeführte monatliche pauschale Verwaltungskommission von höchstens 0,165% pro Monat (1,98% p.a.), berechnet auf das durchschnittliche Nettofondsvermögen, in Rechnung.

Über den erhobenen Kommissionsatz werden die Anteilhaber auch im Jahres- und Halbjahresbericht informiert.

Aus der oben genannten monatlichen pauschalen Verwaltungskommission trägt der Anlagefonds sämtliche in Zusammenhang mit der Leitung, der Administration, dem Portfoliomanagement und der Verwahrung des Fondsvermögens sowie dem Vertrieb des Anlagefonds anfallenden Kosten wie:

- Jährliche Gebühren und Kosten für Bewilligungen und die Aufsicht über den

Anlagefonds in Luxemburg und im Ausland;

- andere Gebühren der Aufsichtsbehörden;
 - Druck der Reglemente und Prospekte sowie der Jahres- und Halbjahresberichte;
 - Preispublikationen und Veröffentlichungen von Mitteilungen an die Anleger;
 - Gebühren, die im Zusammenhang mit einer allfälligen Kotierung des Anlagefonds und mit dem Vertrieb im In- und Ausland anfallen;
 - Kommissionen und Kosten der Depotbank für die Verwahrung des Fondsvermögens, die Besorgung des Zahlungsverkehrs und die sonstigen gemäss Fondsgesetz vom 30. März 1988 erforderlichen Aufgaben;
 - Gebühren und andere Kosten für die Auszahlung möglicher Dividenden an die Anleger;
 - Honorare der Revisionsstelle;
 - 2. Depotbank, Administrationsstelle und Verwaltungsgesellschaft haben jedoch Anspruch auf Rückerstattung der Kosten für ausserordentliche Dispositionen, die sie im Interesse der Anleger treffen bzw. diesbezügliche Kosten werden dem Anlagefonds direkt belastet.
 - 3. Zusätzlich trägt der Anlagefonds sämtliche, im Zusammenhang mit der Verwaltung des Fondsvermögens anfallenden Transaktionskosten (marktkonforme Courtagen, Gebühren, Abgaben etc.).
 - 4. Ausserdem trägt der Anlagefonds alle Steuern, welche auf den Vermögenswerten und dem Einkommen des Fonds erhoben werden, insbesondere die Abonnementsabgabe.
- Sämtliche Kosten, die den einzelnen Subfonds bzw. Tranchen genau zugeordnet werden können, werden diesen in Rechnung gestellt. Falls sich Kosten auf mehrere oder alle Subfonds bzw. Tranchen beziehen, werden diese Kosten den betroffenen Subfonds bzw. Tranchen proportional zu ihren Nettovermögen belastet.

Diese Änderung trat am 27. Oktober 2004 in Kraft.

Der neue Verkaufsprospekt sowie die neuen Vertragsbedingungen von UBS (Lux) Bond Fund können kostenlos bei UBS Fund Services (Luxembourg) S.A. sowie beim Vertreter in Liechtenstein bezogen werden.

Luxemburg und Vaduz, 4. Dezember 2004

UBS Fund Services (Luxembourg) S.A.
B.P. 91, L-2010 Luxembourg

Der Vertreter in Liechtenstein
Lichtensteinsische Landesbank
Aktiengesellschaft
Städtle 44, 9490 Vaduz



Bank Behring & Eberle wird Geschäftstätigkeit einstellen

VADUZ – Die ausserordentliche Generalversammlung der Bank Behring & Eberle (BBE) hat am, 3. Dezember 2004 die freiwillige Auflösung der Bank beschlossen. Die Bank wird ihre Geschäftsaktivitäten innert nützlicher Frist reduzieren und gemäss Liquidationsplan im Verlaufe der nächsten Monate ihren Betrieb ganz einstellen. Die BBE verfügt über genügend liquide Mittel, um sämtliche Forderungen von Kunden, Mitarbeitern und Dritten abzudecken. Verwaltungsrat und Geschäftsleitung sind bemüht, für die Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter eine befriedigende Regelung für ihre weitere berufliche Zukunft zu finden.

Das Aktienkapital der BBE wird derzeit zu 95,5 % von der Schönkind Holding AG gehalten, die sich im Besitz des Basler Finanziers Dieter Behring befindet. Behring selbst ist seit Ende August 2004 nicht mehr im Verwaltungsrat der BBE vertreten und übt auch sonst keinerlei Tätigkeit bei der BBE aus. Die Stimmrechte dieses Aktienanteils wurden ausserdem vom Amt für Finanzdienstleistungen im Oktober suspendiert.

Diverse Kaufinteressenten

Seit Anfang September haben Verwaltungsrat und Geschäftsleitung der BBE mit diversen Kaufinteressenten intensive Verhandlungen zur Übernahme des gesamten Aktienpakets der Schönkind Holding AG geführt. Sie hatten zum Ziel, die Zukunft der Bank mit einem neuen Aktionariat zu sichern. Anfang Oktober lag ein erfolgversprechendes Kaufangebot vor. Die Wirren um den bisherigen Hauptaktionär führten schliesslich Ende Oktober zum Rückzug dieses Angebotes. Diverse Anfragen weiterer Kaufinteressenten wurden als nicht realisierbar eingeschätzt und nicht weiter verfolgt. Eine für einen Verkauf nötige Freigabe der in der Schweiz blockierten Aktien erwies sich zudem als innerhalb nützlicher Frist nicht möglich. Schliesslich mussten die Verkaufsbemühungen als gescheitert betrachtet werden. In der Folge wurde in Zusammenarbeit mit den zuständigen Behörden im In- und Ausland die Vorbereitungen zur freiwilligen Liquidation der Bank eingeleitet. Diese wurde am Freitag, 3. Dezember 2004, in einer ausserordentlichen Generalversammlung beschlossen.

Geschäftstätigkeit reduzieren

Die Bank wird nach der entsprechenden Genehmigung durch die liechtensteinischen Aufsichtsbehörden daher ihre Geschäftstätigkeiten reduzieren und den Betrieb gemäss Liquidationsplan im Verlauf der nächsten Monate ganz einstellen. Der Verwaltungsrat legt in diesem Zusammenhang Wert auf die Feststellung, dass die BBE über genügend flüssige Mittel verfügt, um sämtlichen Verpflichtungen gegenüber Kunden, Mitarbeitern und dritten Gläubigern jederzeit und in vollem Umfang nachzukommen. Verwaltungsrat und Geschäftsleitung werden sich zusammen mit den Mitarbeiterinnen und Mitarbeitern bemühen, eine befriedigende Lösung für die berufliche Zukunft aller Beschäftigten zu finden. (PD)