



Walter Brecht



Bild Dir deine Marke

Mittwoch, 27. Oktober 2021

Verantwortungsvolle Markenführung geht anders, sagt Markenexperte Walter Brecht. Der Geschäftsführer von Spirit for Brands mit Sitz in Köln blickt in seinem Gastbeitrag bei HORIZONT Online auf die Bild-Zeitung. Drei Thesen, wie sich die Causa Reichelt auf die Marke auswirkt - oder auch nicht.

Erst externe Recherchen, unter anderem der New York Times, brachten ans Tageslicht, was umfangreiche konzerninterne Untersuchungen zum Verhalten von Ex-Bild-Chefredakteur Julian Reichelt nicht enthüllt haben - der Schluss ist bekannt. Kommentare zu Führungsverhalten, journalistischem Ethos oder Konzern-Compliance bleiben zunächst außen vor, hier wird ausschließlich anhand von drei Thesen die Frage beleuchtet, welche Auswirkung der Vorgang auf die Marke Bild haben kann.

„Bild wird durch den Skandal wieder in die Schmutzdecke zurückgedrängt.“

— Walter Brecht

These 1: Die Marke Bild erleidet durch diesen Skandal Schaden

Die Marke wurde, vom Steuerungsinstrument von Ex-Kanzler Gerhard Schröder ("Bild, BamS und Glotze"), über Jahre hinweg in Richtung Mitte der Gesellschaft positioniert (freilich ohne, dass die gesellschaftliche Mitte sich öffentlich zu ihr bekennt). Nun wird sie durch den Skandal wieder in die Schmutzlecke zurückgedrängt. Weiterhin könnte als Schadensbegrenzung nun eine Zähmung der Marke erfolgen, die ihr bislang im wahrsten Sinne des Wortes scharfes Profil verwässern würde, denn braven Boulevard gibt es zur Genüge. Und: Ein weiteres Sinken der Printauflage und ein negativer Effekt auf die neuen Formate und Submarken Bild TV oder Bild.de wäre möglich.

These 2: Die Marke Bild kommt unbeschadet durch diesen Skandal

Die Berichterstattung über den Vorgang findet vornehmlich in Medien statt, die von der angestammten Bild-Zielgruppe nicht genutzt werden. Entsprechend entsteht die Empörung über den Vorfall hauptsächlich in Kreisen, die nicht zu den Lesern der Marke Bild zählen (oder sich nicht dazu bekennen). Ein Imageschaden findet also nur dort statt, wo das Image der Marke für das Geschäft keine Rolle spielt oder wahrscheinlich bereits schlecht war.

MEHR ZUM THEMA



MEDIENEXPERTE MICHAEL HALLER ZUM FALL REICHELT

"Der tradierte

Bild-Boulevard stirbt ab. Hat der neue Chef die Power für einen neuen Stil?"

Bild, Boulevard, Boie: Nach der Ablösung des Bild-Chefredakteurs Julian Reichelt und der Berufung von Johannes Boie als Nachfolger analysiert Medienwissenschaftler Michael Haller den Fall Bild. Es gehe jetzt nicht um eine Kursänderung – sondern um eine „radikale Veränderung des Kommunikationsstils“, sagt Haller gegenüber HORIZONT. Und kritisiert nebenbei auch viele Leitmedien.

(/medien/nachrichten/medienexperte-michael-haller-zum-fall-reichelt-der-tradierte-bild-boulevard-stirbt-ab.-hat-der-neue-chef-die-power-fuer-einen-neuen-stil-195303)

These 3: Die Marke Bild kommt vermutlich besser weg als die Marke Springer

Vor allem im Zukunftsmarkt USA der Springer-Gruppe schlagen die Wellen über den Vorfall seit der Veröffentlichung durch die New York Times besonders hoch. Springer steht als neuer Eigentümer des Portals "Politico" im Fokus der amerikanischen Öffentlichkeit, der Analysten und der Investoren. Da sind negative Berichte Gift für das Geschäft und gefährlich für die Marke. Denn diese passen so gar nicht zum Markenbild, das Springer in seinem neuen Imagefilm verkörpern will: divers, modern und eher bescheiden. Es ist sicher die markenkommunikative Herausforderung von Springer in der nächsten Zeit, die Auswirkungen der Ereignisse bei der nationalen Leadbrand Bild auf die Konzernmarke sowie das restliche, auch internationale Markenportfolio einzudämmen.

Doch dies sind nur Thesen. Aber bitte: Bilden Sie sich Ihre Meinung.

Kommentare

Ihre E-Mail wird weder veröffentlicht noch weitergegeben. Notwendige Felder haben einen *

Ihr Kommentar *

Spielregeln (/service/spielregeln/)

KOMMENTAR ABSENDEN

Themen

JULIAN REICHELT (/SUCHE/THEMA/JULIAN+REICHELT)

MARKENFÜHRUNG (/SUCHE/THEMA/MARKENF%C3%BCHRUNG)

NEW YORK TIMES (/SUCHE/THEMA/NEW+YORK+TIMES)

GERHARD SCHRÖDER (/SUCHE/THEMA/GERHARD+SCHR%C3%B6DER)