Checkliste
Markenportfolio-Management / Optimierungen

- ☐ **Optimierung 1: Möglichst wenige Marken**
  - Integration möglichst vieler Produkte und Leistungen in eine Marke
    - Ziele
      - ☐ Ressourcenreduktion
      - ☐ Kostenersparnis
      - ☐ Stärkung einer bestehenden Marke
- ☐ **Optimierung 2: Anwendung der Aussensicht statt Innensicht**
  - Kundenstandpunkt einnehmen
    - Ziele
      - ☐ Vertrauensstärkung
      - ☐ Risikoreduktion
      - ☐ Einfachere Kundengewinnung
- ☐ **Optimierung 3: Nutzung einer bestehenden Marke**
  - Erforderlichkeit einer separaten Marke aus strategischen Gründen
    - Vorgehensoption
      - ☐ Prüfung, ob und wenn ja welche bestehende Marke aus dem eigenen Markenportfolio genutzt werden könnte
    - Vorteile
      - ☐ Nutzung einer Markenbekanntheit
      - ☐ Nutzung ev. einer Alterspriorität
      - ☐ Keine langwierigen Markeneintragungsaufwendungen und -kosten

© 2020 Bürgi Nägeli Rechtsanwälte / LawMedia AG