

## **Neue Studie „Kultmarke II“: MediaLogics erklärt, wie Marken zum Kult werden**

Wien, 2. Oktober 2007

Manche Marken sind begehrt. Manche machen etwas her. Manche Marken sind teuer und manche sind einfach nur – Kult.

Aber warum fühlen sich zwei Motorradfahrer, die beide Harley fahren, wie Brüder, während sich die Fahrer einer anderen Marke allenfalls freundlich zunicken? Was verbindet Menschen, die Bionade trinken? Und warum ist Puma wieder heiß begehrt, obwohl die Marke Anfang der 90er Jahren so gut wie tot war?

MediaLogics, das Strategic Resources Center der zur Publicis Groupe gehörenden Mediaagenturen, ist diesen Fragen nachgegangen. Die Studie „Kultmarke I“ analysiert, was Kultmarken von anderen Marken unterscheidet. Mehr als andere Marken schaffen es Kultmarken, ihre Konsumenten in Fans zu verwandeln und eine leidenschaftliche Beziehung mit ihnen einzugehen. Sie erzählen ihre eigene Geschichte, und lassen sie von ihrer Fangemeinde weitererzählen. Sie unterliegen weniger der Mode und definieren sich nicht über den Preis. „Kultmarke II“ untersucht nun, wie Marken zu Kultmarken werden können.

Denn tatsächlich ist es nicht der Zufall, der Marken in den Kultstatus erhebt.

„Jede Marke hat das Potenzial zur Kultmarke“, erklärt Andreas Weiß, Head of Research MediaLogics. „Wir haben in unserer Untersuchung neun Treiber identifiziert, die genutzt werden können, um eine Marke Richtung Kult zu entwickeln. Dieses Vorgehen dürfte besonders für Markenartikler interessant sein, die mit ihren Produkten in sehr engen Märkten unterwegs sind.“ Doch auch für Produktneueinführungen liefert „Kultmarke II“ wichtige Erkenntnisse.

Welche Möglichkeiten hat ein asiatischer Autobauer, der in Deutschland einen Kult auslösen will? Und welche Chancen hat ein Spülmittel, seine Verwender in Fans zu verwandeln?

Nähere Informationen zur Studie gibt's unter [www.medialogics.de/kultmarke](http://www.medialogics.de/kultmarke)

---

### **Kontakt:**

Mag. Maurizio Berlino, Geschäftsführer  
ZenithOptimedia Österreich, Kettenbrückengasse 16, 1040 Wien  
Tel.: + 43 1 716 37, [maurizio.berlino@zenithoptimedia.at](mailto:maurizio.berlino@zenithoptimedia.at)