



IGE | IPI

KMU berichten

Markenschutz

Tagtäglich treffen Konsumenten Kaufentscheidungen. Als Orientierungshilfe können ihnen dabei die jeweiligen Produktmarken dienen. Denn diese erlauben es dem Konsumenten, Verbindungen zwischen dem Produkt und seinem Hersteller, seiner Qualität, der Herkunft oder dem Preis herzustellen. Für Hersteller ist die Marke und ihre Darstellung ein Profilierungsmerkmal. Unternehmerinnen und Unternehmer erzählen hier von ihren Erfahrungen mit ihrer jeweiligen Markenstrategie.

Swiss Design aus Rikon

« Als Reaktion auf die neuen Swissness-Regeln: Seit Anfang Jahr führt Kuhn Rikon-Chef Tobias Gerfin zwei Marken. »

Thobias Gerfin, Kuhn Rikon AG, Rikon ZH

Mehr

Messbarer Vorteil

« Lukratives Premiumimage: Warum die Lantal Textiles AG bei ihren Kunden einen Markenaufschlag durchsetzen kann. »

Thomas Burst, Lantal Textiles AG, Langenthal BE

Mehr

Das Kreuz mit dem Logo

◀◀ *Keine Ermässigung im Internet: Wie Thomas Heinrich, Gründer von bestswiss.ch, zu seinem Markenzeichen fand.* »»

Thomas Heinrich, Best Swiss Products AG, Bern BE

Mehr

Wieder Tritt gefunden

◀◀ *Fatale Erbschaft: Warum Barbara Artmann, die Chefin der Künzli SwissSchuh AG in Sachen Markenführung nichts mehr dem Zufall überlässt.* »»

Barbara Artmann, Künzli SwissSchuh AG, Windisch AG

Mehr

Begehrte Belper Knolle

◀◀ *Was zählt, ist die Exklusivität: Wie die Berner Jumi AG einheimische Landwirtschaftsprodukte vermarktet.* »»

Mike Glauser und Jürg Wyss, CEOs, Jumi AG, Boll BE

Mehr

Schieben auf höchstem Niveau

◀◀ *Sicherheit für Marketing und Vertrieb: Warum der Thurgauer Beschlaghersteller EKU auf einen umfassenden IP-Schutz setzt.* »»

Heinz Schmidhauser, CEO, EKU AG, Sirnach TG

Mehr

Konsequent gegen Trittbrettfahrer

◀◀ Weltweiter Erfolg mit Holzspielen: Trittbrettfahrer hält cuboro-Chef Matthias Etter mit Hilfe des Markenschutzes in Schach. ▶▶

Matthias Etter, CEO, cuboro AG, Hasliberg Reuti BE

Mehr

Geschmackssache Aroma

◀◀ Markenschutz für Nischenanbieter: Gabriela Manser machte den Flauder zu einem Trendgetränk. ▶▶

Gabriela Manser, CEO, Mineralquelle Gontenbad AG, Gontenbad AI

Mehr

Kundenschreiner mit Ambition

◀◀ Exklusivität und Schutz vor Nachahmern: Der Appenzeller Thomas Sutter setzt bei neuen Stuhl- und Tisch-Modellen auf Designschutz. ▶▶

Thomas Sutter, CEO, Thomas Sutter AG, Appenzell AI

Mehr

VERWANDTE THEMEN

Eine Schutzstrategie entwickeln	>
Eine Marke schützen	>