

Messen, was für Marken zählt

2'650.083	394.891	-2.42%
0.000	12.838	5.65%
4'803.850	0.000	0.00%
648.628	183.279	-0.54%
257.161	80.558	-0.17%
24'246.927	3.956	0.00%
	1'976.081	-0.80%

Functions

Alerts (0)
Comparison (0)
Currency (EUR)

Documentation

...gen nie mehr verlieren?
 ...Sie im Reiter "Shopping Cart" unter "My Functions" (linke Spalte) einen
 ...count. Und schon können Sie Ihre Einstellungen kostenfrei speichern.
 ...werden?
 ...einen Account eröffnet haben, können Sie für sämtliche Marken
 ...werden Sie werden sofort informiert, wenn Einstellungen die von
 ...oder Obergrenze überschreiten.

Performance Brand Contribution Brand Positioning Brand Presence

Die Marke aus finanzieller Sicht
 Brand Performance bringt die finanzielle Entwicklung der Unternehmens-
 und Markenwerte zum Ausdruck und verbindet Ertragsausichten und
 Markennähe zu einer gemeinsamen Währung Mehr

Letzte 7 Tage	Letzte 30 Tage	Letzte 6 Monate	Letzte 12 Monate	Alle
---------------	----------------	-----------------	------------------	------

Performance of Brand in bn EUR Siemens

Top Value Drivers Siemens
 Top Risk Drivers Siemens

Total (top) 31.135.777, 14.117.000, 41.024

Topicality 0.112bn EUR
 CAPX 0.064bn EUR
 Topicality 0.061bn EUR



Patrick Schürmann ist Mitinhaber der Firma Adwired AG, die in der Schweiz führend ist im Bereich Highend-Medienmonitoring-Lösungen für internationale zumeist börsenkotierte Firmen.

Nik Stucky (rechts) ist Marken-Experte und war von 2007 bis 2011 verantwortlich für die Markenwertstudie „Best Global Brands“ von Interbrand.

Wie viel ist Ihre Marke wert?

Was trägt Ihre Marke zum Erfolg bei?

Was macht Ihre Marke einzigartig?

Was bringt Ihre Marke ins Gespräch?

Antworten, jetzt auf www.thebrandticker.com

Vor einiger Zeit geriet die Marke Abercrombie&Fitch unter Beschuss, weil sich deren Gründer abschätzig über beleibte Menschen äusserte. Die Schlagzeilen weiteten sich zu einem Shitstorm aus. Und fügten der Marke beträchtlichen Schaden zu.

Diesen Schaden können wir nun dank TheBrandTicker in Zahlen benennen. Die Marke verlor 40 Prozent ihres Wertes. Zehn Tage nachdem TheBrandTicker dies gemessen hatte, brach auch der Aktienkurs massiv ein. TheBrandTicker macht, als erster Onlineshop für quantitative Markenanalysen, solche Erkenntnisse für alle zugänglich.

TheBrandTicker stellt den direkten Bezug von Meinungen einzelner Menschen zum Markenwert her. Möglich wurde dies dank einem Team, das mit interdisziplinärem Knowhow ein System entwickelt hat, um Mediendaten und Börsenkurse in aussagekräftige Charts umzurechnen.

Basierte analytisches Wissen zu Marken bislang vor allem auf methodischen Schätzungen und aufwendigen Befragungen, stellt nun TheBrandTicker als erstes Instrument vergleichbare Daten täglich aktualisiert online bereit. Weil wir wissen, wie schnell der Alltag tickt, lassen sich Charts umgehend und unkompliziert im Shop downloaden. Weil wir aber auch wissen, dass nicht alle Bedürfnisse von Brandexperten mit einer Standardlösung abgedeckt werden können, bieten wir zudem massgeschneiderte Lösungen an.

TheBrandTicker eröffnet neue Einblicke in die Markenwelt. Wir freuen uns, wenn Sie daran teilhaben.

Die Gründer von TheBrandTicker
Nik Stucky/Patrick Schürmann

Markenanalysen auf Knopfdruck

TheBrandTicker ist ein Online-Shop für quantitative Markenanalysen. Er verbindet Informationen der internationalen Medienlandschaft mit Finanzmarktdaten und schafft damit neue Perspektiven für das Markenmanagement.

Täglich analysiert TheBrandTicker große Mengen an Daten (Big Data). Er wertet die Berichterstattung von Sozialen Medien, Online- und Printmedien aus. In Kombination mit aktuellen Finanzmarktdaten entstehen aussagekräftige Resultate. Sie werden übersichtlich in Charts dargestellt.

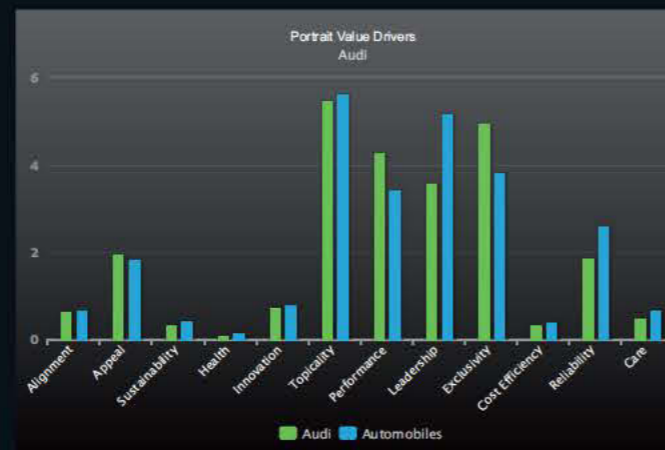
Die Resultatansichten lassen sich browserbasiert individuell konfigurieren. So ist es etwa möglich, verschiedene Marken miteinander zu vergleichen, die Positionierung einer Marke innerhalb des Sektors anzusehen oder verschiedene Zeiträume zu betrachten.

Die Charts stehen mit täglich aktualisierten Daten auf TheBrandTicker zum Kauf und sofortigen Download bereit. Das Markensortiment wird laufend erweitert.

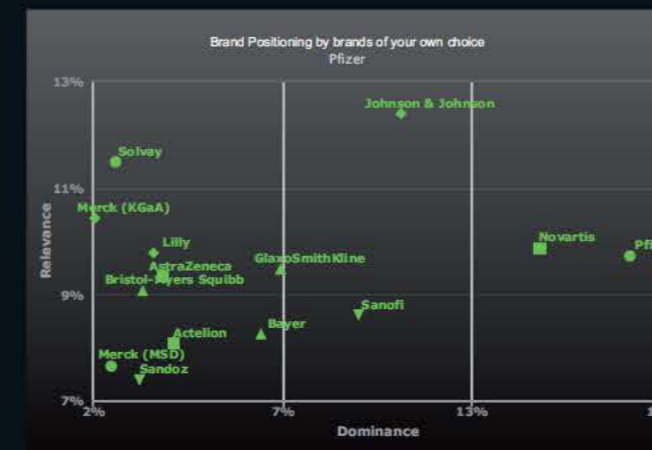
Modernste Technologie und ein hochkomplexer, fachlich fundierter Algorithmus ermöglichen diese neuartige Form der Markenanalyse. Die Auswertung der Daten ist in vier Bereiche gegliedert:



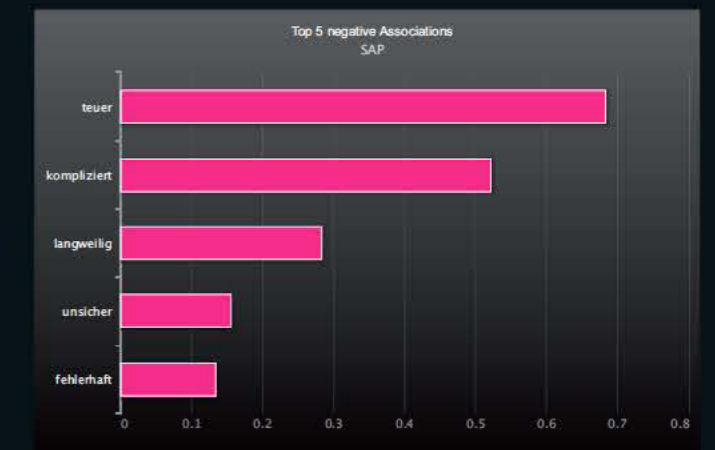
Brand Performance:
enthält alle Informationen zum Markenwert.



Brand Contribution:
bietet Einblick in die ökonomische Bedeutung der Marke.



Brand Positioning:
stellt die Wahrnehmung der Marke dar.



Brand Presence:
liefert Daten zur Themenpräsenz der Marke.

In Kürze

Die Initianten

Nik Stucky ist ein renommierter Markenexperte und verantwortete die Markenbewertungsdisziplin bei Interbrand. Patrick Schürmann ist Gründer und Mitinhaber von Adwired AG, einer führenden Firma im Bereich von Highend-Medienmonitoring-Lösungen.

Die Entwickler

Ein interdisziplinäres Team aus den Bereichen Medienbeobachtung, Markenstrategie, Markenbewertung, Softwareentwicklung, Linguistik und Risk Management hat gesammeltes Knowhow in einer Big-Data-Applikation zusammengeführt.

Die Quellen

SIX Financial Information AG liefert die Finanzdaten, LexisNexis die Daten aus den Printmedien und Trendiction die Beiträge aus Onlinemedien und Sozialen Medien. Täglich werden rund eine Million Medienclippings ausgewertet.

Die Herkunft

TheBrandTicker liefert Schweizer Qualität und hat seinen Sitz an der Bahnhofstrasse in Zürich.

Die Mission

TheBrandTicker sorgt mit aktuellen und vergleichbaren Daten für neue Transparenz in der Branche und macht die Erkenntnisse für alle zugänglich. Kurz: TheBrandTicker demokratisiert den Zugang zu umfassendem Wissen und schafft so ein neues Fundament für die Markenbeurteilung.



Jetzt einsteigen:
www.thebrandticker.com

beyond the noise

TheBrandTicker GmbH
Bahnhofstrasse 65
CH-8001 Zürich

Telefon: 044 218 16 50

info@thebrandticker.com
www.thebrandticker.com