

ES GIBT MINDESTENS ZWEI UNTERSCHIEDLICHE KATEGORIEN VON CLAIMS:

DESKRIPTIVE CLAIMS

... heben das konkrete Angebot, die spezifische Merkmale, Fakten oder Vorteile eines Produkts oder einer Dienstleistung direkt und unmissverständlich hervor.

*Bosch Geschirrspüler:
Perfekte Reinigungsergebnisse mit weniger Wasser."*

*Intel Core i7 Prozessoren:
Leistung und Geschwindigkeit für Multitasking.*

Immer dann, wenn eine hohe Wahrscheinlichkeit besteht, dass die Zielgruppe nicht einordnen kann, was unter der Marke überhaupt angeboten wird; z. B. aufgrund eines abstrakten Markennamens oder mangelnder Bekanntheit.

EMOTIONALE CLAIMS

... zielen darauf ab, emotionale Reaktionen bei der Zielgruppe hervorzurufen. Sie basieren auf einem wichtigen meist emotionalen Nutzen einer Marke oder einer bestimmten Haltung.

Red Bull – verleiht Flüüügel

Nike: Just do it

O₂ can do

Immer dann, wenn eine dauerhafte emotionale Bindung an die Marke erreicht werden soll, z.B. wenn in einem hart umkämpften Markt nur wenige objektive Differenzierungsmerkmale gegenüber der Konkurrenz vorhanden sind.