



MEHR MARKTANTEILE UND HÖHERE MARGEN DURCH DAS BETTERBRANDS-KONZEPT

Wie Eigenmarken-Hersteller sich dauerhaft vom Preisdruck des Handels befreien und eine **20-40 % höhere Marge** realisieren.



Starke Marke
statt anonymer
Eigenmarke



Premium
Positionierung statt
Preiswettbewerb



Mehr Kundenloyalität
statt Wechsel zu
Wettbewerb



Höhere Marge,
mehr Profitabilität,
nachhaltiges Wachstum

Die Befreiung aus der Margen- und Preisfalle des Einzelhandels

Ihre Produktqualität ist absolut erstklassig. Ihre Produktionslinien laufen hocheffizient und fehlerfrei. Und dennoch stehen Sie als Entscheider heute vor einer unerbittlichen, wirtschaftlichen Realität:

Als Hersteller von Handelsmarken tragen Sie das **volle finanzielle und operative Risiko** der Produktion, während Ihre Margen von Jahr zu Jahr schrumpfen. Sie hängen am seidenen Faden von wenigen, übermächtigen Einkäufern des Lebensmitteleinzelhandels (LEH), die Ihre Preise gnadenlos drücken.



Niedrig-Preis-Strategie:

Die meisten Handelsmarken fokussieren sich primär auf den reinen Grundnutzen oder kopieren lediglich erfolgreiche Markenartikel. Das macht Sie im Einkaufsprozess extrem austauschbar.

Dieses Dokument zeigt Ihnen den exakten, empirisch belegten Weg, wie Sie aus dieser Austauschbarkeitsfalle ausbrechen und eine begehrte, hochprofitable Marke im Bewusstsein Ihrer Verbraucher errichten.



Ihr strategischer Nutzen

den Sie durch die Lektüre
dieses Dokumentes gewinnen:



Drastisch höhere Preisrechtfertigung:

Indem Sie ein eigenständiges verbales Nutzenkonzept besetzen, entzieht sich Ihr Produkt dem direkten Preisvergleich. Sie brechen aus der Austauschbarkeitsfalle aus, setzen überdurchschnittliche Preise durch und **sichern sich die vollen Margen**.



Umkehrung des Machtverhältnisses (Pull-Effekt):

Unser System sorgt dafür, dass Ihr Angebot reale, unbewusste Verbraucherbedürfnisse präzise bedient. Es entsteht ein massiver **Sog-Effekt am Regal**: Konsumenten verlangen aktiv nach Ihrem Produkt. Der Handel kann Sie nicht mehr einfach im Preis drücken, weil er sonst seine eigenen Kunden verliert.



Glasklare Guidelines statt teurem Trial-&-Error:

Sie erhalten ein **unerschütterliches strategisches Fundament** inklusive aller konkreten Marketing-Mix-Vorgaben und präziser Briefings für Ihre Umsetzung. Teure operative Fehlversuche werden ab Tag eins auf Null gesenkt.



Die bewehrte Methodik hinter den bekanntesten Weltmarken

Exponentielles Wachstum im Konsumgüterbereich ist kein Zufall, sondern ein reproduzierbares System, das unbewusste Kaufgründe mathematisch präzise besetzt. Seit über 30 Jahren verwandeln unsere Positionierungs-Strategien herkömmliche Produkte in begehrte „Better Brands“ – mit **Umsatzzuwächsen im zwei- und dreistelligen Millionenbereich für über 100 Kunden.**

STRATEGIE.
POSITIONIERUNG.
MARKTDOMINANZ.



Axe: Eroberung des Lifestyle-Segments für maskuline Frische; Umsatzsprung von **2,6 auf über 130 Millionen Euro (Marktführer).**



Langnese Cremissimo: Besetzung der Nische für hochwertigen Genuss zu Hause; verdrängte den Platzhirsch **in nur 3 Jahren.**



Landliebe: Die präzise Positionierung „Liebe ist...“ machte die Marke zum **dominanten, hochprofitablen Marktführer.**



Wrigley's Extra: Absolute **Marktdominanz** durch die Besetzung des Segments „Zahnpflege für unterwegs“ (Zielgruppe 30+).



Eine über 100-fach erprobte Systematik, die zeigt: Kaufpräferenz und Wiederkaufsrate sind planbar.



Unbewusste
Kaufgründe
präzise besetzen.



Marktanteile
gewinnen.
Umsätze skalieren.



Vom Produkt
zur begehrten
Better Brand.

Die drei fatalen Wachstumsfallen

Die Sackgasse moderner Handelsmarken

Warum scheitern Produktlaunches in der B2C-Praxis so oft?
Weil Produzenten in drei typischen Systemfehlern stecken:



Die Lohnhersteller-Falle:

Wer nur über Preis und Produktionsleistung verkauft, bleibt zu 100 % austauschbar. Sie tragen das Risiko, während der Lebensmitteleinzelhandel Ihre Margen drückt oder mit Auslistung droht.



Die „Frankenstein-Falle“:

Traditionelle Agenturen setzen auf rein subjektive, optische Verbesserungen. Da sie Käuferbedürfnisse nicht entschlüsseln, entstehen am Markt vorbeientwickelte „Frankenstein-Produkte“, die wieder nur über den Preis verkaufen.



Die Agenturfalle (Das unendliche Trial-&-Error):

Feine, evolutionäre Anpassungen dauern Jahre und verbrennen Millionen. Dieser langsame Blindflug verhindert eine schnelle Preisrechtfertigung und sprunghafte Marktanteilsausweitung.



Der Paradigmenwechsel – Das **BetterBrands-Konzept** & die **Stein-KI**

Warum "Kundenorientierung" bisher eine Illusion war und wie Technologie sie jetzt realisiert

Fragt man Agenturen oder Marketing-Abteilungen nach ihrem Fokus, würde kein einziger behaupten, die Bedürfnisse des Käufers stünden nicht im Mittelpunkt. Doch in der Realität war diese Aussage bisher eine leere Phrase. Klassische Marktforschung scheitert, weil Verbraucher in Umfragen rational antworten, ihre tatsächliche Kaufentscheidung am Regal aber innerhalb von Sekunden emotional und unbewusst treffen.

Die echte Innovation liegt in der **Stein-KI** von BetterBrands. Sie bricht mit subjektiven Meinungen und dekodiert seismografische Marktlücken sowie **unbewusste Konsumbedürfnisse mit mathematischer Präzision.**



Um eine erfolgreiche "Better Brand" mit absoluter mathematischer Sicherheit zu etablieren, überspringt die **Stein-KI** veraltete Umfragemethoden und führt Sie durch einen hochentwickelten, KI-gesteuerten Prozess in nur **4 Phasen**, die **herkömmliche Marktforschung technologisch komplett im Dunkeln stehen lassen.**

Die 4 Phasen der Stein-KI

1

Prädiktive neuronale Motiv-Decodierung:

Anstatt Konsumenten zu befragen, analysiert die Stein-KI unbewusste, **neuronale Kauftreiber direkt an der Wurzel**. Sie isoliert kaufrelevante Motive und bereinigt Daten im Vorfeld von störendem Rauschen – für tiefe Einblicke, die herkömmliche Agenturen nicht messen können.

2

Algorithmische Segmentierung & Digital-Twin-Simulation:

Die Stein-KI simuliert "digitale Zwillinge" der Verbraucher und clustert diese vollautomatisch in präzisen, hochprofitablen Ideal-Teilmärkten. So **identifiziert sie exakt die ungenutzte Nische mit dem stärksten Pull-Potenzial**.

3

Algorithmische GAP-Analyse & autonome Positionierungs-Synthese:

Das System berechnet die exakte mathematische Distanz (GAP) zwischen den Wünschen des Zielmarktes und dem Status Ihrer Marke. Darauf basierend errechnet die KI die exakte verbale Positionierung und liefert eine **fehlerfreie Anweisung für Ihre Produkt- und Pricing-Optimierung**.

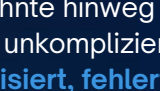
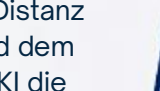
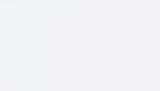
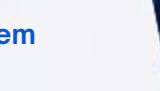
4

Simuliertes KI-Pre-Testing & Aktivierung:

Noch vor dem Launch simuliert die Stein-KI die Kaufbevorzugung in Testmärkten. Das eliminiert das Risiko mathematisch und **sagt Absatzsteigerungen präzise voraus**.



Dieser Prozess ist eine absolute, logische Notwendigkeit für den Erfolg. Ein Unternehmen kann diesen komplexen Weg mühsam über Jahrzehnte hinweg selbst zu gehen versuchen – oder diesen strukturierten Prozess unkompliziert an BetterBrands delegieren, wo die Stein-KI diese Schritte **automatisiert, fehlerfrei und in Rekordzeit** ausführt.



Die partnerschaftliche Umsetzung mit BetterBrands

Die Brücke von der Analyse zum messbaren Umsatzerfolg

Eine KI-gestützte Strategie wirkt erst, wenn sie fehlerfrei umgesetzt wird. Genau hier scheitern viele: Das Tagesgeschäft blockiert Ressourcen oder Dienstleister verwässern die präzisen Ergebnisse der Stein-KI.

BetterBrands fungiert als Ihr Co-Pilot. Wir liefern keine graue Theorie, sondern erarbeiten gemeinsam **drei sofort einsetzbare Säulen** für Ihre neue Better Brand:



Das Verbal-Konzept:

Die glasklare Definition des Zielgruppenpotenzials, des zentralen Consumer-Benefits, der Reason Why, Ihres unkopierbaren USPs und der optimalen Pricing-Strategie für maximale Margen.



Die Produkt-Optimierung:

Messbare Anpassung von Produkteigenschaften basierend auf den von der KI identifizierten Käuferbedürfnissen.



Das Kommunikations-Board:

Ein unmissverständlicher visueller und textlicher Bauplan inklusive Keyvisual, Headline, Wort-Bild-Marke und Claim.

Bereit für den nächsten Wachstumsschritt?



Die strukturierte Zusammenarbeit bringt in wenigen Monaten Ergebnisse, für die traditionelle Agenturen Jahre voller Trial-and-Error bräuchten. **So verwandeln Sie Ihren Betrieb in ein wertvolles Marken-Asset** und überzeugen den Handelseinkauf.



Ihre Entscheidung: Margen-Stagnation oder **höhere Marge?**

Sie stehen an einer entscheidenden
Weggabelung für die Zukunft Ihres
Unternehmens:



Der harte Weg (Status Quo):

Sie verbleiben im harten
Preiskampf des Handels, bleiben
als Lohnhersteller erpressbar,
akzeptieren niedrige Margen und
riskieren **hohe Fehlschlagquoten**.



Der leichte Weg (Die Abkürzung):

Sie nutzen unser verkaufsstarkes
Nutzenkonzept als Hebel. Sie
etablieren eine radikale Preishoheit,
befreien sich vom Preisdruck und
sichern sich eine **20 bis 40 % höhere
Marge**.



Ihr nächster Schritt: Die kostenlose Potenzialanalyse

Lassen Sie uns in einem persönlichen Gespräch prüfen, wie viel ungenutztes Umsatz-
und Margenpotenzial in Ihren Produkten schlummert. Wir entschlüsseln für Sie Ihr

- tatsächliches **B2C-Marktpotenzial**
- den **konkreten Zusatz-Nutzen** für höhere Preise sowie
- Ihren realisierbaren **Mehrumsatz**



Peer Stein und Philipp Stein

+49 1573 4004000

www.better-brands.org

JETZT POTENZIALANALYSE BUCHEN!

www.better-brands.org/analysis

