

Ein Markenartikel ist ein Produkt, dessen Herkunft durch eine bestimmte Kenntlichmachung bekannt ist. Dieses erreicht man durch [Namenszüge oder Bildzeichen](#) (ggf. auch in kombinierter Form).

Für den Verbraucher ergibt sich dadurch der Vorteil, dass er beim Kauf des Produktes jederzeit eine verlässlich gleichbleibende Aufmachung, Menge und Qualität der Ware erwarten kann.

Neben einem hohen Bekanntheitsgrad ist ein Markenartikel im Allgemeinen auch durch eine weite Verbreitung auf dem Absatzmarkt gekennzeichnet.

Unterscheiden kann man die Markenartikel in [Herstellermarken](#) , [Handelsmarken](#) , Eigenmarken, generischen Marken, lizenzierten Marken und Markenkombinationen.

Von dieser Einteilung abgesehen gehört die Zukunft nach Meinung von Hagen Stoll (vgl. Absatzwirtschaft /Marken/ 2001) auf alle Fälle den einfachen Marken. Marken also, deren Botschaft vom Kunden schnell verstanden wird und die einen klaren Nutzen vermittelt. Die Markenführung muss einem systematischen Modell folgen, ihre Eigenschaften sollen prägnant, konsequent umsetzbar und glaubwürdig sein.

Nur dann ist eine Marke tragfähig und für die Zukunft gerüstet.