

# Tradíció és innováció: kettős sikertényező az alkoholfélelméknél

*Tradition and innovation: the double success factor for spirit brands*

PALCSÓ SÁRA

Partner, Altagrand zrt.

sara.palcso@altagrand.com

## Absztrakt

A tanulmány a hagyomány és innováció ötvözésének a jelentőségét vizsgálja az alkoholfélelméknél sikeres márkakezelésében. A globális piacokon való érvényesülés érdekében az alkoholfélelméknél nem csak meg kell őrizniük hagyományos értékeiket, de nyitottaknak is kell lenniük az újítások felé. Különösen igaz ez a luxusmárkák esetében és az élvezeti cikkek kategóriájára. Az irodalmi áttekintésben megvizsgálom azokat az elméleti kereteket és szakirodalmi háttérrel, amelyek alátámasztják ezt az állítást. Az LVMH csoport és a Diageo, valamint kulcsmárkák elemzésén keresztül bemutatom, hogy ez a kettősség hogyan segíti elő a márkák piaci pozíciójának megerősítését, a fogyasztói percepció pozitív alakulását, valamint a piaci részesedés növelését. A tanulmány rávilágít, hogy a hagyományok tisztelete mellett az innovációs nyitottság milyen stratégiai előnyöket nyújthat az alkoholfélelméknél. Kitérek arra is, hogy a modern marketing technikák és üzleti modellek alkalmazása milyen hatással vannak a márkák versenyképességére.

*Kulcsszavak: alkoholfélelméknél, hagyomány, innováció, márkasztratégia, versenyképesség*

## Abstract

This study examines the significance of the combination of tradition and innovation in the successful brand management of spirit brands. For effective global market positioning, spirit brands need not only to preserve their traditional values but also to be open to innovation. This is especially true to luxury brands and lifestyle product categories. In the literature review I examine the theoretical frameworks and background that support this claim. Through an analysis of the LVMH group, Diageo, and their key brands, I demonstrate how this duality enhances the brands' market position, positively influence consumer perception, and increases market share. The study highlights that, besides the respect for traditions, openness to innovation can provide strategic advantages in the spirit industry. It also addresses the impact of applying modern marketing techniques and business models on the competitiveness of the brands.

*Keywords: spirit brands, tradition, innovation, brand strategy, competitiveness*

---

*Az absztrakt hivatkozása:*

Palcsó Sára (2024), *Tradíció és innováció: kettős sikertényező az alkoholfélelméknél*. In: Szűcs K. - Putzer P. (szerk.), *A (marketing) világ megkettőződése. Egyesület a Marketing Oktatásért és Kutatásért XXX. Nemzetközi Konferenciájának Absztrakt- és Tanulmánykötete*. Pécsi Tudományegyetem Közgazdaságtudományi Kar, Pécs. 119. o. ISBN: 978-963-626-318-8, <https://doi.org/10.62561/EMOK-2024>