



Markenkreation

Marken zum Wandel bewegen

Vorwort

Markencreation – Marken zum Wandel bewegen

Marken sind ein integraler Bestandteil erfolgreicher Unternehmensstrategien. Für Produkte, Dienstleistungen und ihre Hersteller sind sie der Wiedererkennungswert, der uns im besten Fall ein Gefühl von Vertrautheit und Intimität vermittelt. Doch im Zuge der Digitalisierung entwickeln sich Marken weiter und müssen mittlerweile offline und online funktionieren. Was offline vielleicht über Jahre Erfolg hatte, erzielt auf digitalen Screens keine Wirkung mehr. Nicht jede bestehende Marke und deren Corporate Design ist möglicherweise für den digitalen Wandel geeignet. Der digitale Raum ist längst kein ergänzender Kanal mehr, sondern steht am Anfang des Denkens. Marken müssen sich transformieren, um im digitalen Zeitalter langfristig Erfolg zu haben. So haben sich die Erwartungen an Marken in den letzten Jahren radikal verändert. Unternehmen sind aufgefordert, sich neu zu definieren oder auch zu positionieren, um sich den Entwicklungen der digitalen Umwelt anpassen zu können.

Im digitalen Zeitalter hat die visuelle Kommunikation stark zugenommen. Das hat zur Konsequenz, dass der Sehsinn besonders intensiv und umfassend angesprochen wird. Damit demnach ein bleibender Eindruck einer Marke entstehen kann, müssen alle visuellen Elemente optimal gestaltet und aufeinander abgestimmt sein. Darin liegt die Herausforderung für die Gestaltung ihrer Marke. Sie muss dem Markenprofil in der wachsenden Bilderflut ein emotionales, attraktives und unverwechselbares Gesicht geben.

Sie steht für ihr Unternehmen oder ein bestimmtes Produkt und löst dabei entweder negative oder positive Vorstellungen aus. Erleben findet im Gehirn statt. Wir als Denkströme Markenagentur. Gestalten mit unserer Erfahrung und unserer Leidenschaft die Grundlagen für ihre zukünftige Markenpositionierung. Zusammen schaffen wir Ihnen eine Identität, die ihre Zielgruppe nachhaltig emotional berührt und fasziniert. Wir suchen und entdecken gemeinsam ihre Einzigartigkeit und machen ihr Unternehmen damit zu einer langfristig erfolgreichen Marke.

Lassen Sie uns die Zukunft ins Visier nehmen, ich freue mich auf Ihr kennenlernen,



Fabian Schmid
CEO

01.

Der Eine aus vielen

02.

Der strategische Ansatz

03.

Emotionalität der Markenentwicklung

04.

Die Marke im digitalen Zeitalter

05.

Der Branding Prozess

06.

Über die Denkströme Markenagentur

Ihre Marke

Ihre Zielgruppe

01.

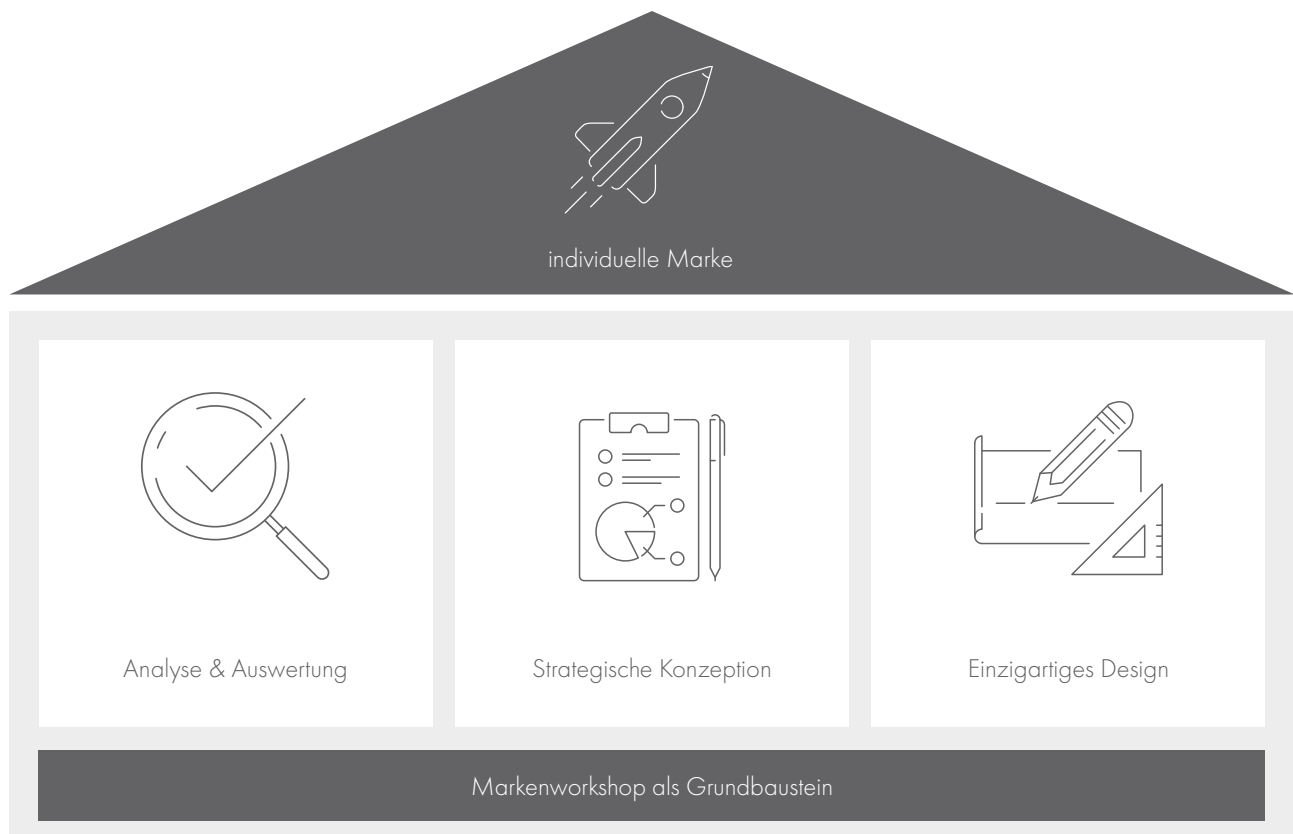
Der Eine aus vielen

Warum Individualität in der Markenentwicklung so wichtig ist

Damit sich eine Marke von der Masse abhebt, braucht es eine eigene DNA. Durch die Vielzahl der Marken, die es aktuell auf dem Markt gibt, wird die klare Abgrenzung und Schaffung einer Individualität wichtiger denn je. Eine Marke macht nicht den Unterschied, sondern Sie füllt den Unterschied mit Leben. Sie besteht aus vielen Einzelteilen, die zusammengefügt ein starkes und authentisches Ganzes ergeben, welches Ihre Zielgruppe berührt. Nur wenn eine Marke erlebbar ist und sich von anderen unterscheidet, gelingt es Ihnen, Ihre Kunden langfristig an sich zu binden. Marken sind die Ideologien des 21. Jahrhunderts.

Dieser Weg, langfristig der eine aus vielen zu werden, ist nicht immer ein einfacher Prozess. Um sich abzugrenzen, braucht es manchmal eine gewisse Art von Reibung. Aber wir verlassen uns auf unser Können und ihren Mut. Dabei geht es um den klaren Anspruch, dass wir ein Ergebnis schaffen, von dem wir bedingungslos überzeugt sind und an dem wir uns messen lassen. Wir sind keine Ja-Sager, sondern stellen alles in den Dienst unserer Überzeugungen. Eine Marke ist kein Abwarten und ausprobieren, sondern sie verlangt nach klaren Entscheidungen, nach Weglassen und Verzicht auf das, was andere vielleicht bereits haben. Um Wirkung zu erreichen, gilt es, sich über die eigenen Stärken im Markt bewusst zu sein und zu werden und diese kanalspezifisch aufzubereiten. Der Fokus liegt hier voll und ganz auf den Stärken und nicht auf der Imitation vermeintlicher Erfolgsrezepte.

Eine Marke besteht aus vielen Einzelteilen, die zusammengenommen ein wiedererkennbares und überzeugendes Ensemble ergeben, welches ihre Zielgruppe überzeugt und an sich bindet. Dafür braucht es maßgeschneiderte Gesamtlösungen, die ihre eigene Unverwechselbarkeit nach außen tragen und emotional darstellen. Gefühl ist mit Sicherheit nicht alles, aber ohne Gefühl ist alles nichts. Um solch eine emotional wirkungsvolle Marke zu entwickeln, bedarf es eines Prozesses, der sich aus mehreren Schritten zusammensetzt. Am Beginn steht eine ausführliche Analyse zur Festlegung der Strategie.





02.

Der strategische Ansatz

Die Entwicklung einer Kernbotschaft

Über den Erfolg einer Marke entscheidet die richtige Strategie. Denn nur mit einem strategisch klugen Ansatz lässt sich Ihr Profil herausarbeiten, Ihre Unverwechselbarkeit hervorheben und der Geist Ihres Unternehmens transportieren. Das gilt es, gemeinsam herauszufinden. Sie müssen zu Beginn erst einmal wissen, was Sie von anderen unterscheidet, um anschließend Ihre Besonderheit in den Vordergrund rücken und Ihre Persönlichkeit herausarbeiten zu können. Denn nur so stellen Sie sicher, dass Sie Ihre Zielgruppe am Ende auch erreichen. Das Wissen um die eigene Marke, um deren Werte, Zielsetzungen und Visionen ist die Grundvoraussetzung für eine effiziente und erfolgreiche Markenkommunikation. Dazu unterziehen wir Ihre Marke einer genauen Analyse und ermitteln mit einem Markenprofil Ihre Stärken und ihr Potenzial. Grundlage dafür sind Workshops mit Mitarbeiter:innen, Leitungs- und Führungspositionen. Diese Workshops bestehen in aller Regel aus acht bis zehn Teilnehmer:innen. Hier gilt es, zuerst einmal ein tiefes Verständnis für die eigene Marke zu erhalten und eine kohärente Kernbotschaft zu entwickeln. Danach liegt die Fokussierung auf der Festlegung von Zielen. Denn nur wenn Sie wissen, wohin Sie wollen und wie Sie in ihrem Umfeld wahrgenommen werden, können Sie erfolgreich mit Menschen in Dialog treten und fortan effizient kommunizieren.



Bei der Erarbeitung der Strategie stellen wir zunächst Ihr Unternehmen in den Mittelpunkt. Wir analysieren das aktuelle Leitbild und klären die jeweiligen Besonderheiten. Dabei wird herausgearbeitet, welche Werte Ihr Unternehmen übermittelt und welche Ziele mit Ihnen in Verbindung gebracht werden sollen. Hier rücken sowohl die Unternehmensgeschichte als auch die Visionen in den Brennpunkt. Ferner ist zu berücksichtigen, dass nicht nur die Zielgruppe bei der Strategie eine gewichtige Rolle spielt, sondern auch all jene Menschen, die zum Erfolg der Marke beitragen. Um eine Marke langfristig und nachhaltig erfolgreich zu positionieren, müssen sich auch die Mitarbeiter:innen mit ihr vollumfänglich identifizieren.

Anhand der entwickelten Strategie wird das weitere Vorgehen ausgerichtet. Sie ist die Basis für eine eindeutige, klare und kompetitive Markenpositionierung und definiert darüber hinaus Werte und Visionen sowie die Kommunikation von Markenbotschaften.



03.

Emotionalität der Markenentwicklung

Die Marke zum Leben erwecken

Wenn Sie als Unternehmen in den Köpfen bleiben wollen, dann muss Ihre Marke emotional erlebbar und unverwechselbar gestaltet sein. Die Visualisierung sollte sich dementsprechend von ihren Marktbegleitern abheben und nicht nur gefallen, sondern auffallen. Das ist der Balanceakt, den Sie mit unserem Know-How und unserer Erfahrung bewältigen werden.

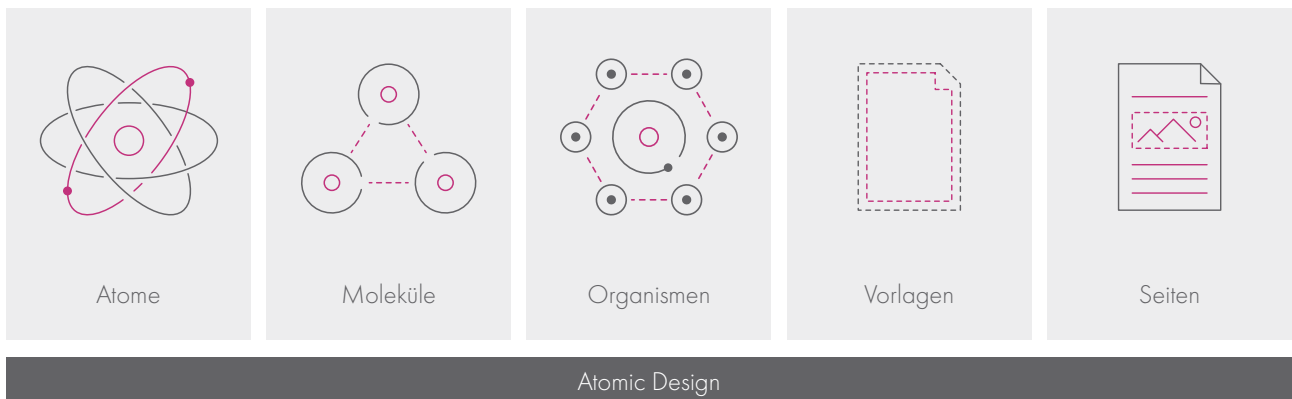
Das visuelle Erscheinungsbild ist oftmals der erste Eindruck der Markenpersönlichkeit, den wir über die jeweiligen Kommunikationskanäle erhalten. Auch das Kundenerlebnis ist mit der visuellen Identität einer Marke verknüpft. Die Digitalisierung hat die Präsenz der Bilder darüber hinaus extrem verstärkt. Sie sind Realität, Symbol und Atmosphäre zugleich, was ihre Wichtigkeit nochmals unterstreicht. Nachdem wir durch den strategischen Prozess wissen, welche Ziele wir erreichen wollen, geht es nun darum, Ihre Marke mit Leben zu füllen. Für einen einheitlichen Auftritt gehen Strategie und Visualisierung Hand in Hand. Werte und Ideologien müssen über das Corporate Design authentisch transportiert und kommuniziert werden und dies maßgeschneidert für Ihre Bedürfnisse. Eine perfekte Visualität ist der Grundstein für eine erfolgreiche Markenkommunikation.

Sie soll unter die Haut gehen, Gefühle ansprechen und Bewusstsein wecken. Hier sind Liebe zum Detail und Leidenschaft das Maß aller Dinge, mit dem wir täglich voller Emotionen an ihrem Projekt arbeiten. Ein ausgezeichnetes Markendesign trägt dazu bei, das Innere einer Marke nach außen hin sichtbar zu machen. Die Kombination von Form, Farbe und Typografie weckt Assoziationen, die einen wichtigen Einfluss auf die Wahrnehmung Ihrer Zielgruppe haben. Wir nutzen emotionalisierende visuelle Darstellungsformen, die speziell für Ihre Bedürfnisse zugeschnitten sind. So gelingt es uns, wertschöpfende Reflexe in den Vorstellungen und Herzen der Zielgruppe auszulösen. Ihre Marke wird dadurch zu einem Erlebnis und hat schlussendlich einen Wiedererkennungswert.

Der Wert „Offenheit“ lässt sich etwa auf verschiedene Art und Weise visuell einfangen und transportieren. So können helle Farben ebenso für Offenheit stehen wie großzügige Flächen oder freundliche Gesichter.

Denken in kleinen Dimensionen

Der Gestaltungsansatz „Atomic Design“ spielt hier eine tragende Rolle, bei welchem von innen nach außen gearbeitet wird. Der Prozess läuft grundsätzlich von der kleinsten Komponente hin zur größten. Denn auch auf dem kleinsten Screen wie etwa einer Smartwatch oder einer Visitenkarte muss Ihre Marke funktionieren und darf nichts von Ihrer Botschaft und Präsenz verlieren. Hinter dem Gedanken steht der methodische Aufbau eines Design-Systems.





04.

Die Marke im digitalen Zeitalter

Marken müssen sich neu erfinden

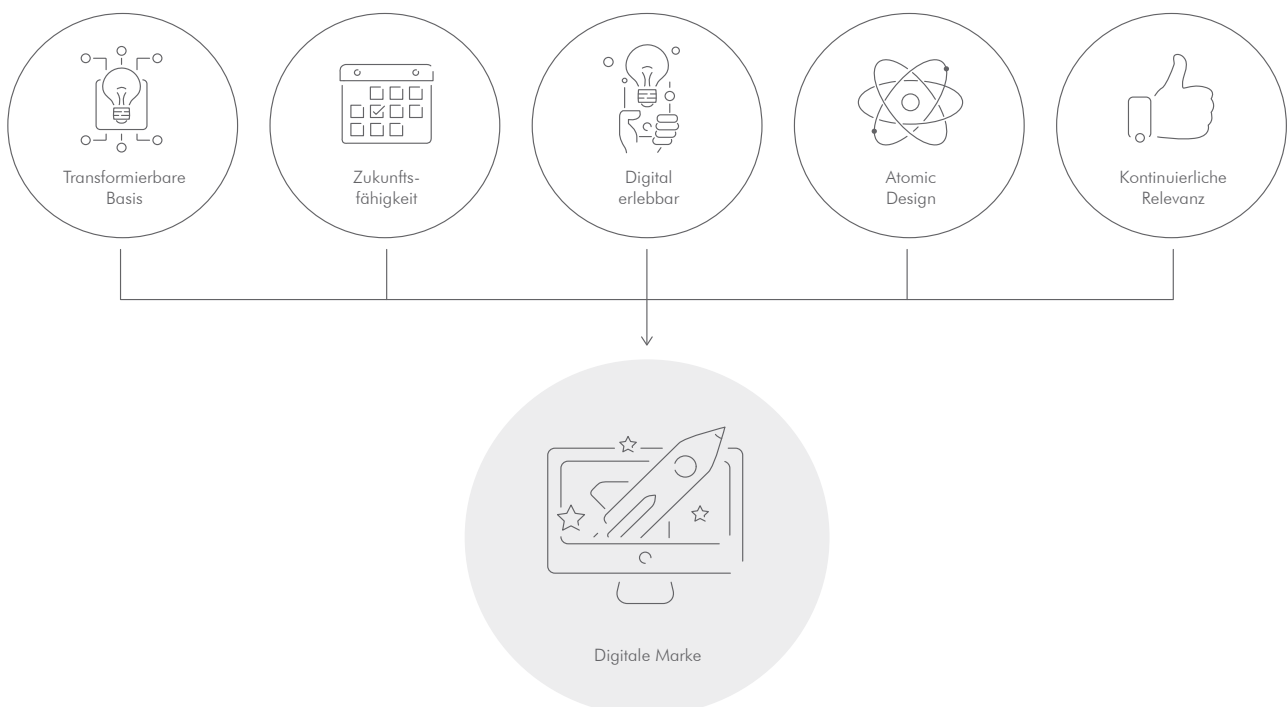
Das digitale Zeitalter hat die Markenführung nachhaltig verändert und wird auch die nächsten Jahrzehnte immer wieder Bewegung hineinbringen. Marken sind gezwungen, im Rahmen der digitalen Transformation ihre Kompetenzen noch dynamischer und konsequenter weiterzuentwickeln, um auch in Zukunft an gesellschaftlichen Trends teilhaben zu können. Viele Unternehmen wissen zwar um diese Notwendigkeit, aber schöpfen das digitale Markenpotenzial noch überhaupt nicht oder nur marginal aus.

Marken müssen in der Zwischenzeit nicht mehr nur offline, sondern auch online funktionieren. Demnach gilt es, den Spagat zwischen den beiden Welten bestmöglich und dauerhaft erfolgreich zu bewerkstelligen. Analoge Marken sollen auch im digitalen Umfeld funktionieren, was bedeutet, sie ganzheitlich und integriert zu etablieren.

Es ist also von elementarer Wichtigkeit, Marken so zu gestalten, dass sie nicht nur reaktiv weiterentwickelt werden, sondern auch proaktiv auf die Gegebenheiten des digitalen Marktes eingehen. Die Markenführung im digitalen Zeitalter ist damit anspruchsvoller als jemals zuvor. Die fortschreitende Digitalisierung wirkt als Verstärker und wer seine Marke nicht aktiv führt und steuert, wird auf lange Sicht zu den Verlierern gehören.

Ein Prozess des Umdenkens muss hier vollzogen werden, die manifestierte Regeln, Prozesse und Standards aufbricht und neu definiert. Dem gegenüber stehen allerdings die großartigen Chancen, welche die neuen Kommunikationskanäle heute bieten und die damit einhergehenden Möglichkeiten, durch diese noch mehr Menschen erreichen zu können.

Marken sind demzufolge gezwungen, sich zu transformieren, um zukunftstauglich zu bleiben. Eine Marke muss vor allem digital erlebbar sein und das auf allen crossmedialen und multimedialen Kommunikationswegen, ohne dabei allerdings auch nur ein Minimum ihrer Wirkung zu verlieren (Atomic Design). Eine entscheidende Herausforderung ist dabei auch, die Marke im digitalen Überfluss relevant zu halten.





05.

Der branding Prozess

Was passiert hier eigentlich genau?

Wenn der strategische Weg für die Markenentwicklung festgelegt wurde, geht es im folgenden um die Erarbeitung eines durchdachten Konzepts, welches den Auftritt der Marke einheitlich und professionell gestaltet. Die Festlegung der Gestaltungsrichtlinien ist ein elementar wichtiger Prozess, um ein Unternehmen, eine Dienstleistung oder ein Produkt klar zu identifizieren und damit vorteilhaft im Wettbewerb zu positionieren. Für den Erfolg ist eine **zeitgemäße** Positionierung gerade mit Blick auf das digitale Zeitalter entscheidend. Marken müssen auch im digitalen Umfeld visuell überzeugen und aussagekräftig sein. Eine starke Corporate Identity sollte demzufolge konsequent und digital durchdacht sein.

Ablauf des Branding Prozesses

Markenworkshop

In den Markenworkshops wird gemeinsam mit unseren Kunden die Strategie für die Positionierung der Marke erarbeitet. Welche Ziele sollen und welche Ziele können erreicht werden. Die Strategie ist das Fundament für eine erfolgreiche crossmediale Markenkommunikation, denn hier wird die Kernbotschaft entwickelt.

Lebendigkeit schaffen

Wir gestalten ihre Marke lebendig. Ihre Marke soll authentisch das ausdrücken, was Sie auszeichnet und wofür Sie stehen. Möglichst zeitgemäß, emotional, dynamisch und unverbraucht.

Identität stärken

Wir helfen ihrer Marke zu mehr Kraft und Klarheit. Durch ein einheitliches inneres wie äußeres Erscheinungsbild wird sie gefestigt. Der DNA-Code ihrer Marke sorgt für die Unverwechselbarkeit und macht sie einzigartig für Ihre Zielgruppe.

Zeitgemäße Positionierung

Wir positionieren ihre Marke zeitgemäß. Von ihrem Ursprung ausgehend stimmen wir Sie auf die neuen Gegebenheiten ab und passen sie kontinuierlich an. Ihre Markenwerte werden fortschrittlich definiert und optimieren folglich das Markenerlebnis ihrer Zielgruppe.

Digitale Positionierung

Wir machen ihre Marke digital erlebbar und schaffen damit Grundlagen für die Zukunft. Ihre Zielgruppe erwartet ein positives und stimmiges Markenerlebnis über alle Kanäle und an allen Touchpoints. Nur mit einer maßgeschneiderten Digitalstrategie gelingt eine dauerhaft relevante Positionierung am Markt.

Corporate Design Manual

Das Corporate Design umfasst das gesamte Erscheinungsbild ihres Unternehmens. Neben dem Logo gehören Farben, Typografie sowie bestimmte Gestaltungsraster und -stile dazu. Es definiert die Anwendung auf sämtlichen Kommunikationsmitteln des Unternehmens, wie Geschäftspapieren, Printanzeigen, Verpackungen, Websites oder Werbespots. Dazu dient das Corporate Design Manual. Es zeigt am Ende die Verantwortung für die Einhaltung und den richtigen Einsatz ihres Markenauftritts, und zwar in allen zukünftigen Anwendungsfällen.

Wir sind der Überzeugung, dass jedes Unternehmen eine Seele besitzt, die es zu erkennen gilt. Im digitalen Zeitalter müssen Marken auch sinnlich erlebbar werden. Ein ganzheitliches Design trägt dazu bei, das Innere einer Marke auch nach außen hin sichtbar zu machen. Mit unserer Erfahrung und unserem Enthusiasmus gestalten wir die Grundlagen für ihre künftige Markenpositionierung, die zum Ziel hat, ein authentisches und unverwechselbares Markenerlebnis zu erschaffen.

06.

Über die Denkströme Markenagentur

Agentur für strategische und crossmediale Markenkommunikation

Wer wir sind

Wir wollen unsere Kunden als zuverlässiger und hochkompetenter Partner auf dem Weg in die digitale Zukunft begleiten. Der Kern und die Stärke unseres Handelns liegen in der strategischen und crossmedialen Markenkommunikation. Differenzierend, authentisch, emotional und anspruchsvoll. Die Denkströme Markenagentur sieht sich mit Ihnen über 40 Mitarbeiter:innen als Manufaktur, die maßgeschneiderte crossmediale Ideen und Innovationen gestaltet und präzise umsetzt. Der Schwerpunkt unseres Tuns zentriert sich auf den Gesundheitsbereich. Wir entwickeln voller Leidenschaft, bahnbrechende Konzepte und Konfigurationen für unsere Partner:innen. Unsere agilen Teams sind an zwei Standorten präsent. An unserem Hauptsitz in Kempten geht es vorrangig um die strategische, kreative und technische Entwicklung. Die Bereiche Suchmaschinenoptimierung, Redaktion und Social Media werden von unserem Büro in der Landeshauptstadt München gelenkt.

Unser Fokus liegt auf einer differenzierenden Markenkommunikation im Premium-Segment, die sich wesentlich von anderen abhebt. Wir sind unverwechselbar, mutig, emotional und offen für neues. Diesen Anspruch verknüpfen wir mit erstklassiger Kreativität.

Unsere Stärke ist eine authentische Markenkommunikation, die exakt auf das jeweilige Unternehmen zugeschnitten ist. Unser Versprechen sind perfekt auf Kundenbedürfnisse abgestimmte crossmediale Lösungen, die den Wert der Marke niemals aus den Augen verlieren. Die überdurchschnittliche Fachkompetenz unserer Mitarbeiter:innen garantiert ein optimales Ineinandergreifen von Strategie, Kreativität, Technologie und Daten.

Unsere Leistungen überzeugen durch höchsten Designanspruch, Einzigartigkeit, neueste Technologie, eine zielgruppengerechte Ansprache, stets kombiniert mit einem innovativen strategischen Ansatz.

Mehr zu Referenzprojekten und Arbeitsweise der Agentur finden Sie im Internet auf:

www.denkstroeme-markenagentur.de

Ausgezeichnete Arbeiten

Deutscher Exzellenzpreis 2019

Corporate Website | Johanniter-Unfall-Hilfe e.V.

German Design Award 2019

Corporate Website | Fachklinik Allgäu

Deutscher Exzellenzpreis 2018

Recruiting Kampagne | m&i-Klinikgruppe Enzensberg

Jahrbuch der Werbung

Corporate Website | Fachklinik Allgäu

Vitra Bundessieger

id. Chair Kampagne | smow die Einrichter

Deutschlands beste Golfclub-Website

Corporate Website | Allgäuer Golf- & Landclub e.V.



DENKSTRÖME

Markenagentur

Denkströme Markenagentur

Agentur für strategische und
crossmediale Markenkommunikation

M info@denkstroeme.de
W www.denkstroeme-markenagentur.de

Zentrale Geschäftsleitung

Tilsiter Straße 16a
87439 Kempten

T +49 (0) 831 960 729 0

Büro München

Hopfenstraße 8
80335 München

T +49 (0) 89 6142 1805 0
F +49 (0) 89 6142 1805 99