



Agentur für  
**Markenschärfung**

**Mittelstand**  
visuell und digital  
transformieren

[markenschaerfung.de](http://markenschaerfung.de)

## Sie suchen Informationen über

- die Sichtbarmachung eines Generationenwechsels
- Vertrieb und Marketing für B2B/B2C-Kunden
- den Umgang mit digitaler Transformation im Mittelstand
- den Aufbau von eigenen Start-ups im Kontext des Familienunternehmens
- Kommunikation und Design im Rahmen von Geschäftsfeldentwicklungen
- Innovationsmanagement und Nachhaltigkeitskommunikation
- die Vermarktung neuer Produkte

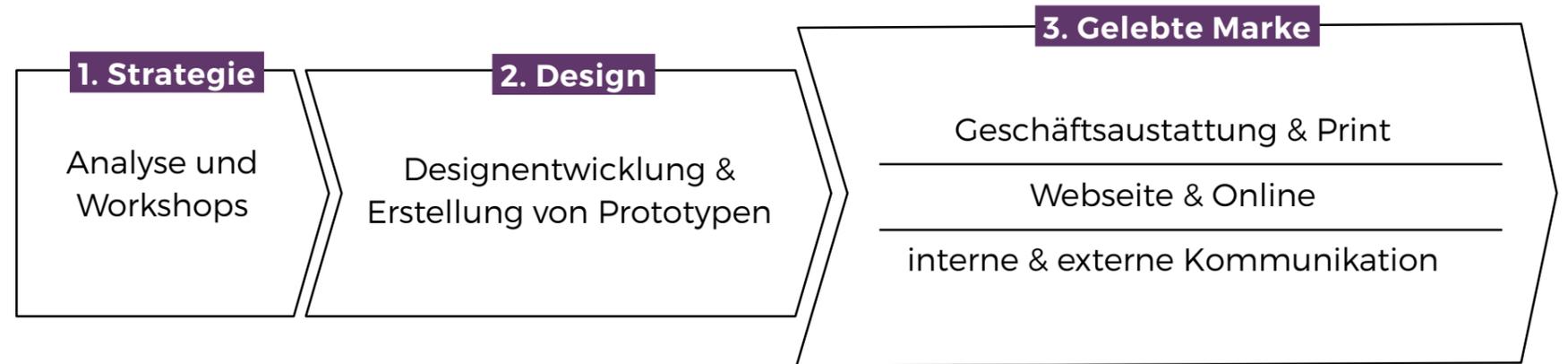
**Dann lesen Sie weiter.**

# Transformation für Familienunternehmen Marke und Corporate Design als Chance

Der familiengeführte Mittelstand mit seinen Werten von Tradition und Stabilität wird nicht erst seit heute konfrontiert mit einer Welt, in der Veränderungs- und Anpassungsfähigkeit gefordert wird. Eine Markenstrategie gibt hier Klarheit bei wichtigen Entscheidungen. Im Design werden die Botschaften sofort sichtbar, greifbar und wirken. Im eigenen Vertrieb, bei den Mitarbeitern oder den Vertriebspartnern.

# Gute Lösungen durch mehr Klarheit.

Diese Schritte gehen wir gemeinsam.



Sind Sie selbst der Gründer eines Unternehmens, (neu) eingesetzter Geschäftsführer oder haben Sie gerade das Familienunternehmen übernommen? Dann haben Sie viele (neue) Themen gleichzeitig auf Ihrem Tisch. Und nun auch noch Marke!

Wir begleiten und beraten Sie bei allen Fragen rund um Ihre Marke, der Umsetzung Ihrer Medien und Maßnahmen und darüber hinaus.

Dabei ist uns wichtig, dass die Marke weiterhin (oder wieder) erfolgreich ist und die Arbeit daran zielgerichtet und für Sie auch neben dem Tagesgeschäft zu realisieren sind.

## 1. Strategie

*Das macht Sie besonders*

Eines ist sicher, eine inhaltliche und optische Neupositionierung bedeutet erst einmal Arbeit für alle.

Ob Sie selbst der Gründer Ihres Unternehmens, (neu) eingesetzter Geschäftsführer sind oder das Familienunternehmen übernommen haben, gemeinsam finden wir heraus, was Ihre ureigene, unverwechselbare und authentische Markenidentität ausmacht. Zunächst ist es wichtig, den individuellen Charakter Ihres Unternehmens zu ermitteln. Dazu analysieren wir alle bereits vorhanden Medien und die Strukturen in Ihrem Unternehmen. Es werden grundsätzliche Fragen zu Werten, Außenwirkung, Wettbewerb, Zielgruppe und Alleinstellung geklärt.

Bei unserer Arbeit geht es nicht immer darum, alles neu zu erfinden. Manchmal müssen einfach ein paar Kommunikationskanäle gereinigt und von Überflüssigem befreit werden, damit der Kern einer Marke (wieder) deutlich und unmissverständlich erkennbar wird. Also keine Agnst!

## 2. Designentwicklung

*Entscheidungen einfach gemacht*

Nun beginnt die eigentliche Umsetzungsarbeit. Wir entwickeln eine medienübergreifende Strategie und bringen diese visuell in Form. Die gestalteten Medien haben ein Konzept, das klar kommuniziert und einen Gesamteindruck schafft und der Ihr Unternehmen zielgruppengerecht positioniert. Ob es sich um eine komplette Neuentwicklung oder eine sanfte Schärfung Ihrer Marke handelt, ergibt sich durch Ihr Briefing und unsere gemeinsam verabschiedete Strategie aus dem vorangegangenen Schritt.

Damit Sie die Layoutvarianten bewerten können, gestalten wir verschiedene Medien, die alle Aspekte der Designidee aufzeigen. Das beginnt beim Logo, reicht von Visitenkarten über Flyer zu Broschüren und endet noch lange nicht bei der Webpräsenz.

## 3. Gelebte Marke

*Umsetzung der Medien*

Ist der passende Entwurf gefunden, erfolgt die Adaption auf die einzelnen beauftragten Medien. Hierbei gilt: Jedes gute Design folgt bestimmten Regeln. Damit alle Nutzer eines Designs nach dem Relaunch einfach, kostengünstig und fehlerfrei mit dem neuen Erscheinungsbild arbeiten können, kann die Bereitstellung eines Styleguides helfen.

Nach dem Launch des neuen Corporate Designs sollten die Werte der Marke und das Image gepflegt, stetig überprüft und gelebt werden. Wir lassen Sie damit nicht allein und helfen Ihnen, allen Mitarbeitern und Beteiligten die Marke näherzubringen und den Wandel zu einem modernen, klaren, serviceorientierten Außenauftritt zu vollziehen. In den meisten Fällen betreuen wir unsere Kunden über Jahre hinweg und stehen ihnen in allen Designfragen tatkräftig zur Seite.

Auch die Weiterentwicklung der Marke – von Social-Media-Strategie bis zum Point of Sale ist nun wichtig.

# Behalten Sie Ihre Ziele im Auge!

Sie bereiten einen Relaunch vor? Dann helfen Ihnen diese Fragen bei der Formulierung von präzisen Zielen.

Welche Ziele sollen durch die Umsetzung des Relaunchs in erster Linie erreicht werden?

- Vereinheitlichung, Aktualität, Prägnanz des Außenauftritts
- Wichtige Wettbewerber gewinnen im Markt an Einfluss
- Veränderungen im Unternehmen sichtbar machen
- Marke/Identität stärken
- Werbung/Vertriebsziele erreichen
- Prozesse vereinfachen



**X** **Perfekt!** Entscheiden Sie jetzt, ob es sich für Sie lohnt, tiefer in die Materie einzusteigen.

**Die Antworten auf folgende Fragen machen Ihre Unterlagen für uns und andere Agenturen zum perfekten Briefing.**

## Strategie

Blick auf den Markt: Wer sind die wichtigstens Wettbewerber? Wie sehen sie aus und wie ist ihr Antritt?

.....  
Wird meine Marke am Markt und unter den MitarbeiterInnen positiv wahrgenommen?

.....  
Existieren Unternehmenswerte und wenn ja: werden die wichtigsten Eigenschaften und Unternehmenswerte durch das Corporate Design transportiert?

.....  
Haben sich in den letzten Jahren Themen/Schwerpunkte geändert oder sollen in Zukunft andere Schwerpunkte kommuniziert werden?

.....  
Planen Sie komplett neue Zielgruppen anzusprechen?

.....  
Wie wird bislang geworben/akquiriert?

.....  
Stehen Jubiläen an, die einen Kommunikationsanlass bieten?

## Design

.....  
Wird das jetzige Corporate Design als zeitgemäß/passend/zukunftsfähig empfunden und sollen Elemente als Basis für die Erarbeitung des Markenrelaunchs dienen?

.....  
Welche Gestaltungselemente werden als identitätsstiftend empfunden?

.....  
Fehlen den Mitarbeitern Medien für Ihre tägliche Arbeit?

.....  
Ist die Bildsprache zeitgemäß und auf dem neuesten Stand?

.....  
Spricht das Corporate Design Ihres Unternehmens die Zielgruppe an?

## Lebendige Marke

.....  
Welche Medien und Maßnahmen gibt es und welche könnten in der Zukunft das Gesamtpaket abrunden?

.....  
Gibt es optimierbare Themenfelder, die besonderes Handeln erforderlich machen, wie beispielsweise Mitarbeiterbindung oder Recruiting?

.....  
Welche Medien und Maßnahmen gibt es derzeit und welche sind in Zukunft geplant?

**✓** **Alles klar?**

# Strategieentwicklung und Relaunch nach einer Umstrukturierung

Der eigene Vertrieb fragte sich aber noch: Wie soll ich das erklären und verkaufen? Aus der Druckerei war ein Anbieter für individuelle, crossmediale und automatisierte Kommunikation geworden.



**Die Rollen:** msp schlüpft in viele Rollen, und löst Kundenprobleme nicht nach Schema F, sondern ist Rennfahrer, Notarzt, Lautsprecher oder Dribblekünstler ... je nachdem, was tatsächlich gebraucht wird.

**#fragmsp:** Für den Vertrieb wurde ein Kommunikationskonzept erarbeitet, das das abstrakte Angebot erklärt und mit starken Bildern zu einer Story verbindet. Die Stärke des komplexen und vielseitigen 360°-Angebotes wird plötzlich einfach: Wir können viel und vermutlich mehr als Du denkst - frag uns einfach! Der Hashtag #fragmsp dient der Kampagne als Aufhänger in der Social-Media-Kommunikation.



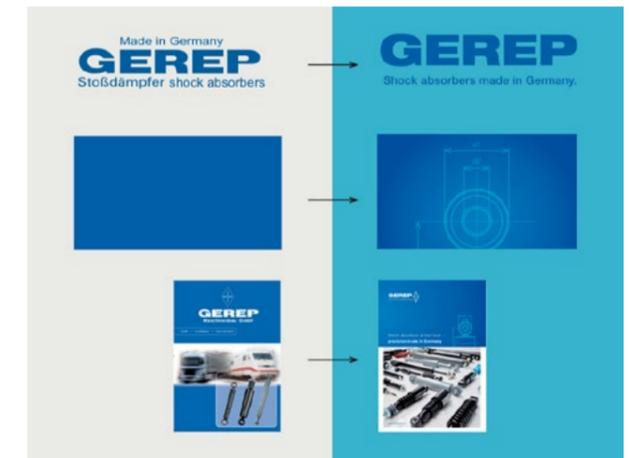
Zeitgleich wurde das neue Corporate Design entwickelt. Alle Vertriebsunterlagen wie Präsentationen, Mappen, die Geschäftsausstattung, die neue Webseite und eine Broschüre konnten so mit einer klaren Botschaft für den Kunden erstellt werden. Jetzt weiß auch der eigene Vertrieb, was msp alles kann.

 **Mehr?** Den kompletten Case finden Sie auf [markenschaerfung.de/arbeiten/msp](https://markenschaerfung.de/arbeiten/msp)



# Starke Bildsprache und sanfter Relaunch

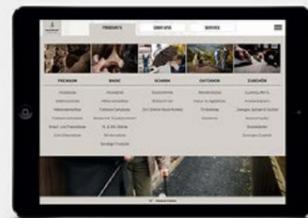
Manchmal führen  
minimale Änderungen  
zu den richtigen  
Ergebnissen



➤ **Mehr?** Dann schauen Sie im Netz auf [markenschaerfung.de/arbeiten/gerep/](http://markenschaerfung.de/arbeiten/gerep/)

Bei einer Markenschärfung geht es in den seltensten Fällen darum, alles neu zu erfinden. Manchmal müssen einfach ein paar Kommunikationskanäle gereinigt und von überflüssigem befreit werden, damit der Kern einer Marke (wieder) deutlich und unmissverständlich erkennbar wird. Nach Workshops und einer Analyse, welche Markenbestandteile unwiderruflich mit der

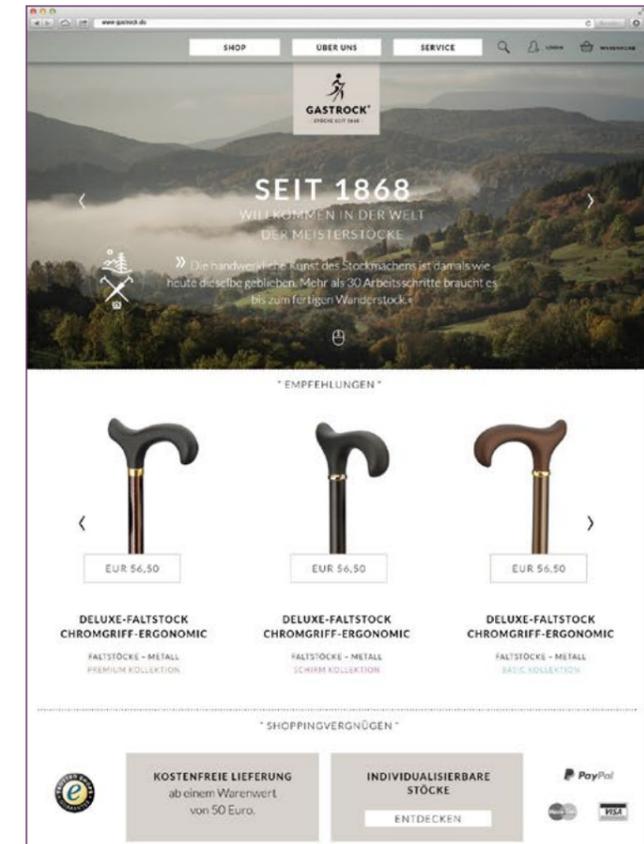
Marke Gerep verbunden waren, stellten sich Logo und Farbe als unantastbar heraus. Wir entwickelten zusammen mit Hendrik Lüders die schöne neue Bildsprache, bereinigten das Logo minimal, gaben der Farbe durch einen Verlauf und eine moderne Zweitfarbe mehr Strahlkraft. Das Corporate Design wurde also im Sinne der Marke nur sanft aufgefrischt und auf alle Medien übertragen.



Bisher setzte Gastrock auf ein klares B2B Vertriebskonzept. Ziel war jedoch, den Vertrieb umzustellen bzw. zu erweitern und so wurden ganz neue Botschaften relevant. Für die Endkundenansprache komponierten wir ein Erlebnis, das beim Betrachter immer wieder die gleiche Reaktion auslöst: Wow! So einen Stock brauche ich auch!

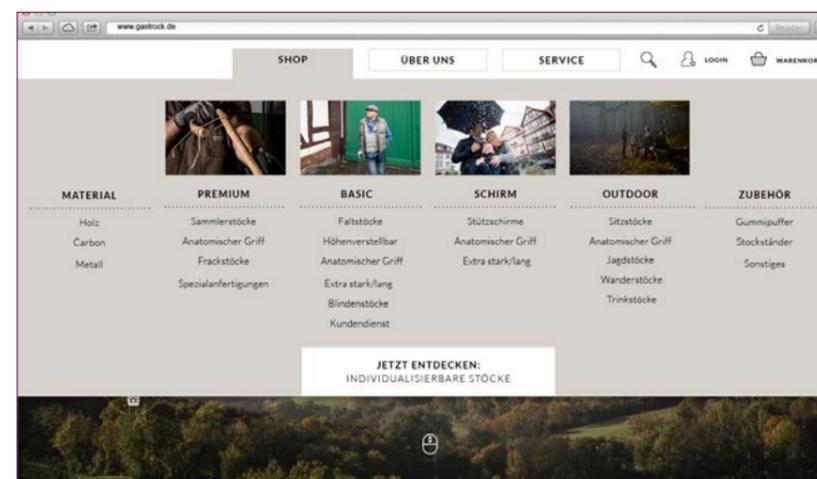
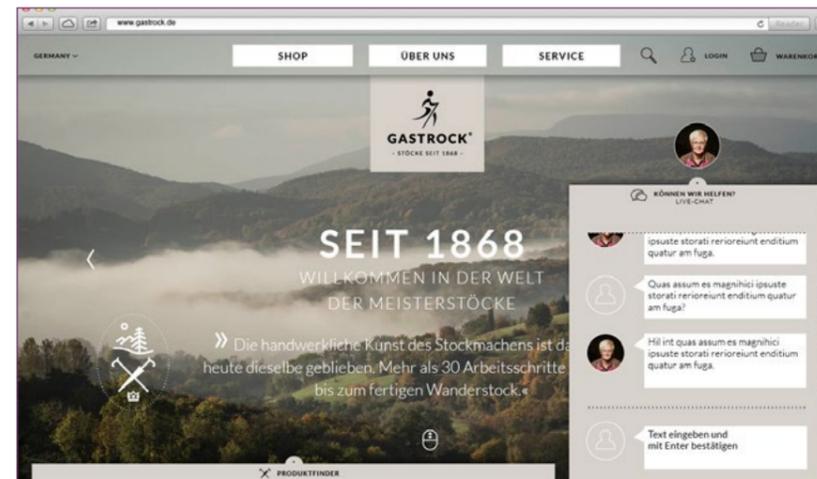
Gerade die Integration der nötigen digitalen Prozesse für den Vertriebsweg über den eigenen Online-Shop waren für den familiengeführten Mittelständler neben dem Tagesgeschäft ein echter Kraftakt. Es bot sich dadurch aber auch die Gelegenheit die nächste Generation ans Steuer zu lassen.

➔ Mehr? Den kompletten Case finden Sie auf [markenschaerfung.de/arbeiten/gastrock/](http://markenschaerfung.de/arbeiten/gastrock/)



## Neue Geschäftsfelder durch Endkundenansprache:

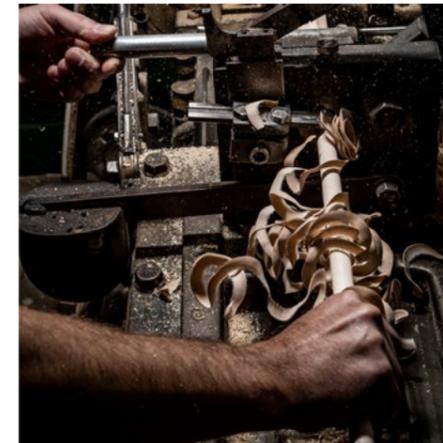
Mit der Entscheidung für einen neuen Vertriebsweg B2C, änderte sich einiges für die Marke Gastrock. Der eigene Online-Shop war außerdem der Anstoß für die Digitalisierungsoffensive.



## Storytelling in Foto und Bewegtbild:

Glaubhafte Geschichten aus dem Leben eines Familienunternehmens.

Nicht nur für Endkunden wird es immer wichtiger starkes Storytelling zu betreiben. Auch im Kontext der B2B Kommunikation ist Foto und Film eine Möglichkeit, zu zeigen, wie man arbeitet. Das schafft Transparenz, Sichtbarkeit und Vertrauen. Auch für die CSR-Kommunikation können so Produktionsprozesse zu einem schlagenden Verkaufsargument werden.



Film hier anschauen:  
<https://vimeo.com/150914950>



Mehr? Den kompletten Case finden Sie auf [markenschaerfung.de/arbeiten/gastrock/](https://markenschaerfung.de/arbeiten/gastrock/)

# Kennen Sie eigentlich schon die Lebenswelt Ihrer Zielgruppe?

Klarheit in der Ansprache durch Marktrecherche, Positionierung und Persona-Entwicklung.



Mehr? Dann schauen Sie im Netz auf [markenschaerfung.de/arbeiten/gentic/](https://markenschaerfung.de/arbeiten/gentic/)

**Marken- und Marketingstrategie:** Wir begleiteten Gentic von der Marktrecherche und der Positionierung im Marktumfeld bis zur Persona-Entwicklung zur zielgerichteten Ansprache der Zielgruppe. So entstand eine klare Strategie, die sich in Text, Bild und Erscheinung stark an der Lebenswelt der Zielgruppe orientiert. Realisiert wurden u.a. Kataloge, ein Online-Shop mit Anbindung an die Warenwirtschaft und alle Medien für den POS.

# Eine Agentur, viele kreative Köpfe, zwei Standorte

Wir sind viele und ganz verschieden, aber wir ergänzen uns. Wir hinterfragen, sind aber immer ehrlich und direkt, wir möchten uns nicht verstellen und leben dafür, dass unsere Projekte allen Beteiligten Spaß machen und Erfolg bringen.

Wir schauen mittlerweile auf mehr als 10 Jahre erfolgreiche Projektarbeit zurück, in der wir uns darauf spezialisiert haben, Marken visuell und verbal wahrnehmbar zu machen.

Durch die Lage der beiden Büros in hannoverschen bzw. heidelberger Kreativzentren bündeln wir Marken-, Design- und Textkompetenz sowie Event-, Marketing- und Online-Spezialwissen unter einem Dach.

Das feste Kernteam wird ergänzt durch Texter, Programmierer, Fotografen und Menschen unterschiedlicher Fachrichtungen.

## Ihr Ansprechpartner in Hannover

### Andrea Lüders

Dipl.-Des. (FH)

T 0511.22078345

lueders@markenschaerfung.de



### Büro Hannover

Karmarschstraße 50

30159 Hannover, Germany

hannover@markenschaerfung.de

## Ihr Ansprechpartner in Heidelberg

### Anne Zilles

Dipl.-Des. (FH)

T 06221.647 94 26

zilles@markenschaerfung.de



### Büro Heidelberg

Kaiserstraße 30

69115 Heidelberg, Germany

heidelberg@markenschaerfung.de

---

### Einige Referenzen

Hoppeschliff, Hannover

Gerep Maschinenbau, Suderburg

Gentic, München

Gastrock, Werratal

msp Druckhaus, Siegen

Roter Kältetechnik, Garbsen

Cable & Smart, Hannover

IMT-Solar, Hameln

Faust Reinigungstechnik, Garbsen

### Auszeichnungen

Nominierung German Design Award 2015

IF communication design Design-Award

Deutscher Preis für Wirtschaftskommunikation

Nominierung Corporate Design Preis

Output.

DDC Gute Gestaltung 09. Bronze

Lucky Strike Junior Designer Award

Wir würden Sie gern kennenlernen und gemeinsam schauen, was Ihre Marke voran bringt. Im Gespräch klären wir alle Fragen und gehen individuell auf Ihre Wünsche und Bedenken ein.

**Klingt gut? Na, dann los:**



Agentur für  
**Markenschärfung**

**Ihr Ansprechpartner  
Hannover**

**Andrea Lüders**

T 0511.22078345

[lueders@markenschaerfung.de](mailto:lueders@markenschaerfung.de)

Karmarschstraße 50  
30159 Hannover

**Ihr Ansprechpartner  
Heidelberg**

**Anne Zilles**

T 06221.6479426

[zilles@markenschaerfung.de](mailto:zilles@markenschaerfung.de)

Kaiserstraße 30  
69115 Heidelberg

**markenschaerfung.de**