

mehnert/paris

Markenführung

Heiko Mehnert für die
SchmidtColleg Masterclass
September 2020



Heiko Mehnert.

Seit über 30 Jahren - Marketing und Kommunikation.

Agenturseite vs. Kundenseite.

Geschäftsführender Gesellschafter der mehnert / paris

Marketingagentur (2012)

U.a. Dozent an der depak, Quadriga, BCMA, bbw

Verheiratet, 3 Kinder



mehnert/paris

Heute: Markenführung, Markentechnik.
Was können Sie erwarten? Markenerkenntnisse.
Markenmotivation. Marke machen!



Nach diesem Live-Webinar sollten Sie...

... wissen, wie sich digitale von der analogen Markenführung unterscheidet.

... verstehen, wie mit Hilfe von Digital Branding der Konsument in den Mittelpunkt rückt und welche Hausaufgaben erledigt werden müssen, um eine Marke auf den direkten Kundenkontakt vorzubereiten.

... 3 zentrale Kniffe kennen, welche Ihnen bei der Führung von (digitalen) Marken helfen.



mehnert/paris

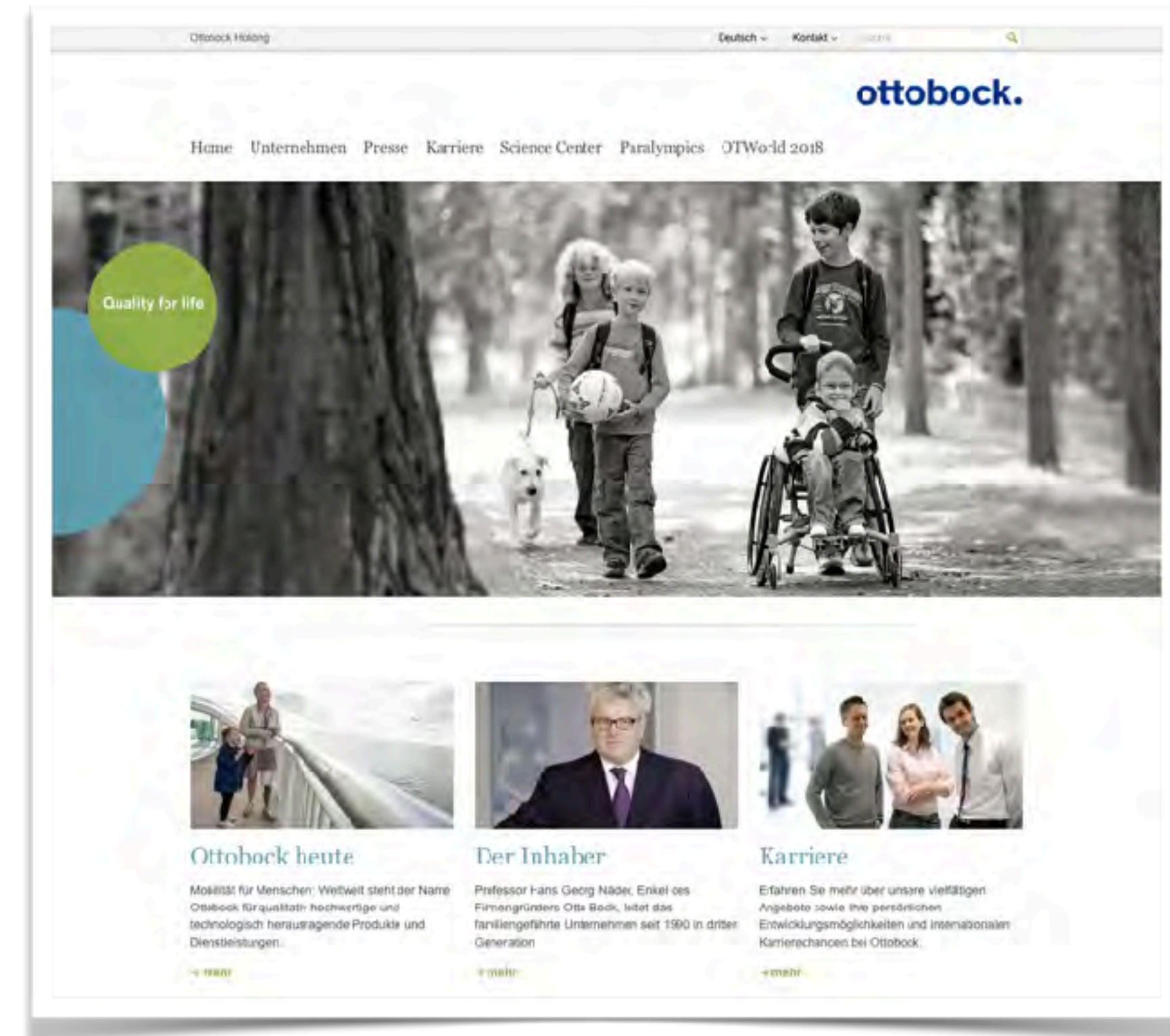
Was ist das Besondere an Marken?



Marke ermöglicht Differenzierung von der Konkurrenz und Identifizierung nach innen wie nach außen.



Eine Marke kann als die Summe aller Vorstellungen verstanden werden, die ein Markenname oder ein Markenzeichen bei Kunden hervorruft bzw. beim Kunden hervorrufen soll, um die Waren oder Dienstleistungen eines Unternehmens von denjenigen anderer Unternehmen zu unterscheiden.



Markenführung war schon immer der Versuch, vom kontrollierten Selbstbild zur Wahrnehmung der Zielgruppe zu kommen.



Das müssen Marken leisten:

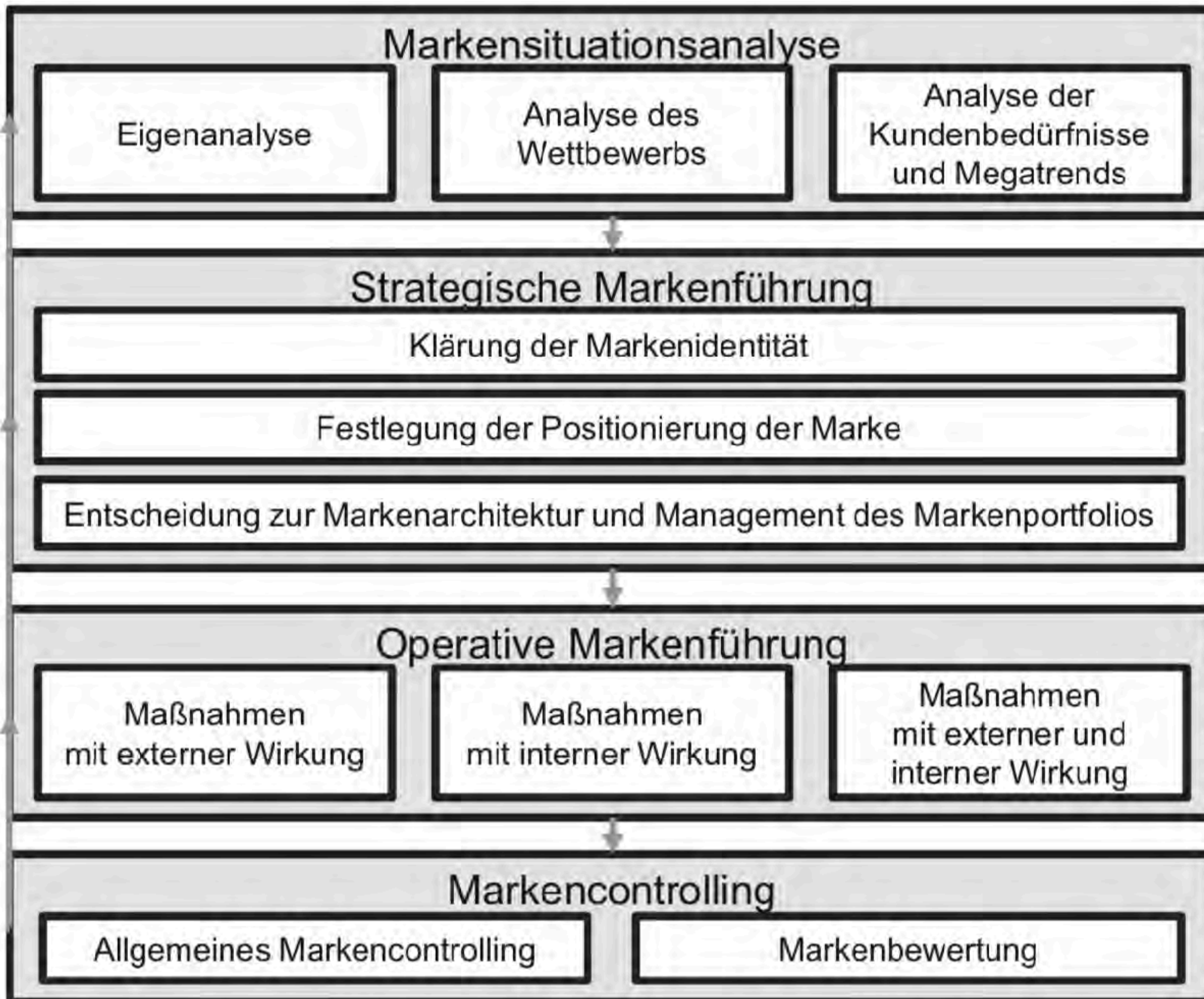
- Loyalität
- Differenzierung zum Wettbewerb
- Image
- Stolz
- Preispremium
- Schutzfunktion



Der identitätsbasierte Ansatz:
Markenführung wird zum **integrativen Bestandteil** der
Unternehmensführung.

Markenführung / Markenorientierung als Erfolgsfaktor.

Unter dem Begriff Markenorientierung wird eine **strategische Orientierung** eines Unternehmens verstanden, welche die Verankerung der Marke im Unternehmen und die Übersetzung der Markenidentität **in authentische, differenzierende** und für den Kunden relevante Markenbotschaften fokussiert.



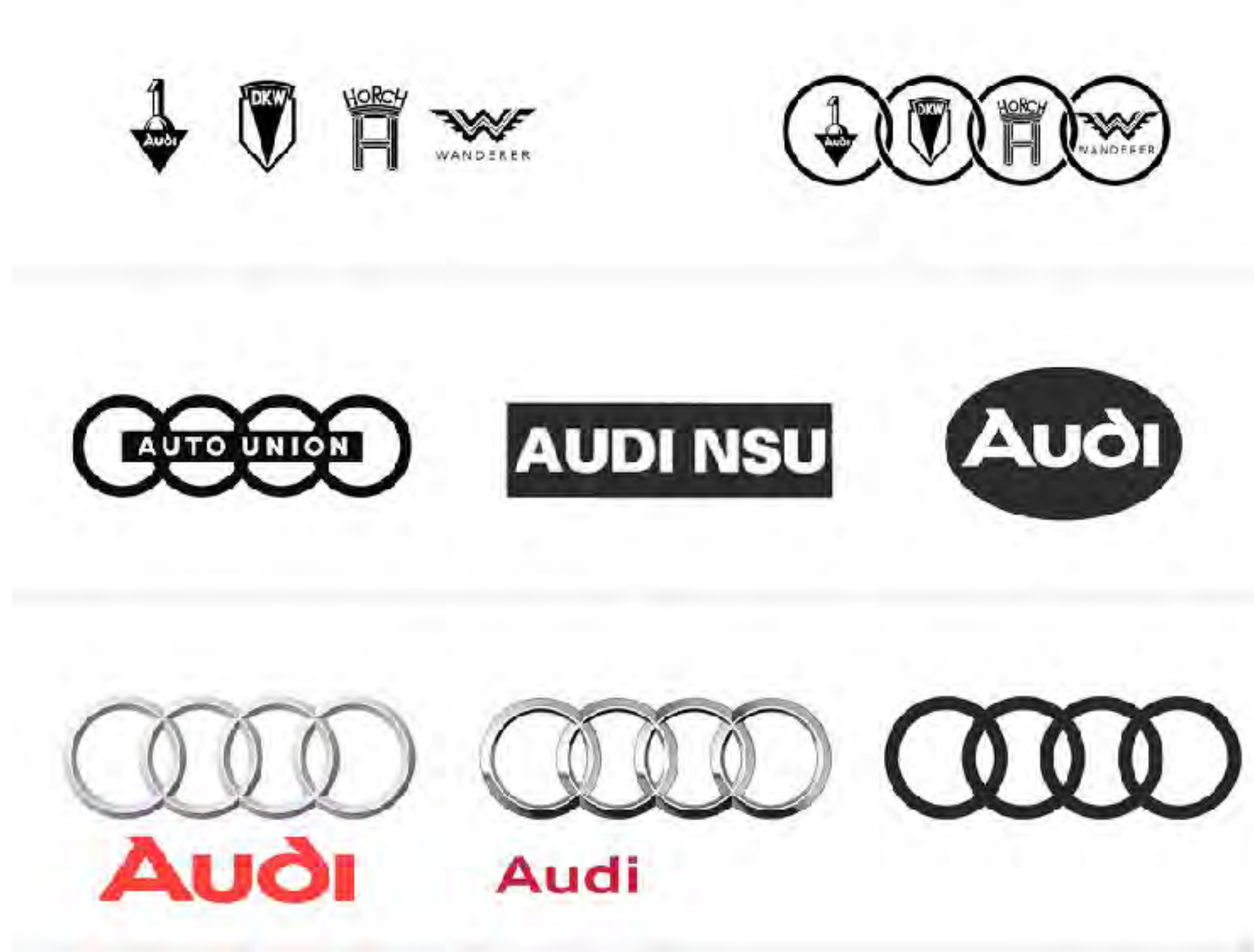
Operative Markenführung / Branding

Die Gestaltung des Markenauftritts.
Wichtige Grundlage für den Markenaufbau.

- Der Identifikation der Marke.
- Der Differenzierung der Marke.
- Den Zielgruppen „gefallen“.

Erkennbar, merkfähig, schutzfähig, digital

Konsistenz der Marke in allen Kanälen ist der Fokus.
Heute noch viel mehr.



Rang	Unternehmen	Score*	
		2015	2013
1 (1) →	Herrenknecht	72,8	76,6
2 (4) ↑	Otto Bock	70,7	73,1
3 (2) ↓	Lürssen	74,7	64,2
4 NEU	Delo	69,2	68,6
5 NEU	Windmüller & Hölscher	72,7	61,3
6 (5) ↓	Grimme	66,6	64,6
7 NEU	Haver & Boecker	68,7	60,7
8 (6) ↓	Duravit	65,0	61,9
9 (8) ↓	Kaeser Kompressoren	61,9	63,1
10 (7) ↓	Peri	54,9	68,2
11 NEU	Schunk	64,8	58,3
12 (12) →	DORMA	56,3	65,3
13 NEU	Sick	45,3	75,3
14 (13) ↓	Mennekes	66,1	53,3
15 (15) →	Abeking & Rasmussen	61,4	57,9
16 (11) ↓	KWS Saat	51,1	65,4
17 (16) ↓	Renolit	55,6	60,5
18 (17) ↓	Sennheiser	58,1	56,6
19 (14) ↓	Max Weishaupt	52,6	60,6
20 (26) ↑	Big Dutchman	54,4	58,5

Marken-Performance-Index (max. 100 Punkte)

Unternehmens-Performance-Index (max. 100 Punkte)

Hidden-Champion-Index (max. 200 Punkte)

Rang	Unternehmen	Score*	
		2015	2013
21 (21) →	HOYER	111,4	(105,8)
22 NEU	OBO	110,7	(-)
23 (22) ↓	PILZ	110,4	(105,7)
24 (25) ↑	SIEGWERK	109,3	(102,5)
25 (28) ↑	eppendorf	108,9	(98,1)
26 (32) ↑	HARTING	108,6	(94,1)
27 (19) ↓	LW	107,1	(107,1)
28 (18) ↓	LAPPKABEL	106,5	(107,7)
29 NEU	medi	105,9	(-)
30 (24) ↓	Jowat	104,0	(102,6)
31 (20) ↓	GEZE	104,0	(107,0)
32 (29) ↓	WAGO	102,4	(98,1)
33 (38) ↑	BIOTRONIK	101,1	(86,7)
34 (27) ↓	BAUERFEIND	100,6	(99,0)
35 (30) ↓	Roto	100,0	(96,2)
36 (36) →	Hirschvogel Automotive Group	99,5	(87,1)
37 NEU	PEPPERL+FUCHS	98,8	(-)
38 (33) ↓	BÄRLOCHER	98,1	(90,7)
39 (41) ↑	WITTENSTEIN	97,1	(84,8)
40 (39) ↓	ACO	95,2	(86,4)
41 (31) ↓	SENEBOGEN	95,0	(95,3)
42 (37) ↓	Weidmüller	91,8	(86,9)
43 NEU	BRAINLAB	90,9	(-)
44 NEU	ziehm imaging	89,3	(-)
45 (47) ↑	MANKIEWICZ	88,9	(75,8)
46 (42) ↓	KICKMERS GROUP	88,9	(82,8)
47 NEU	peiker	85,1	(-)
48 (48) →	ALLGAIER	85,0	(74,3)
49 (52) ↑	E.R. SCHIFFFAHRT	84,2	(70,3)
50 NEU	Hillebrand	84,2	(-)

Hidden-Champion-Index (max. 200 Punkte)

Evolution statt Revolution!
Behutsam verändern.
Perception is reality.

Interne Markenführung

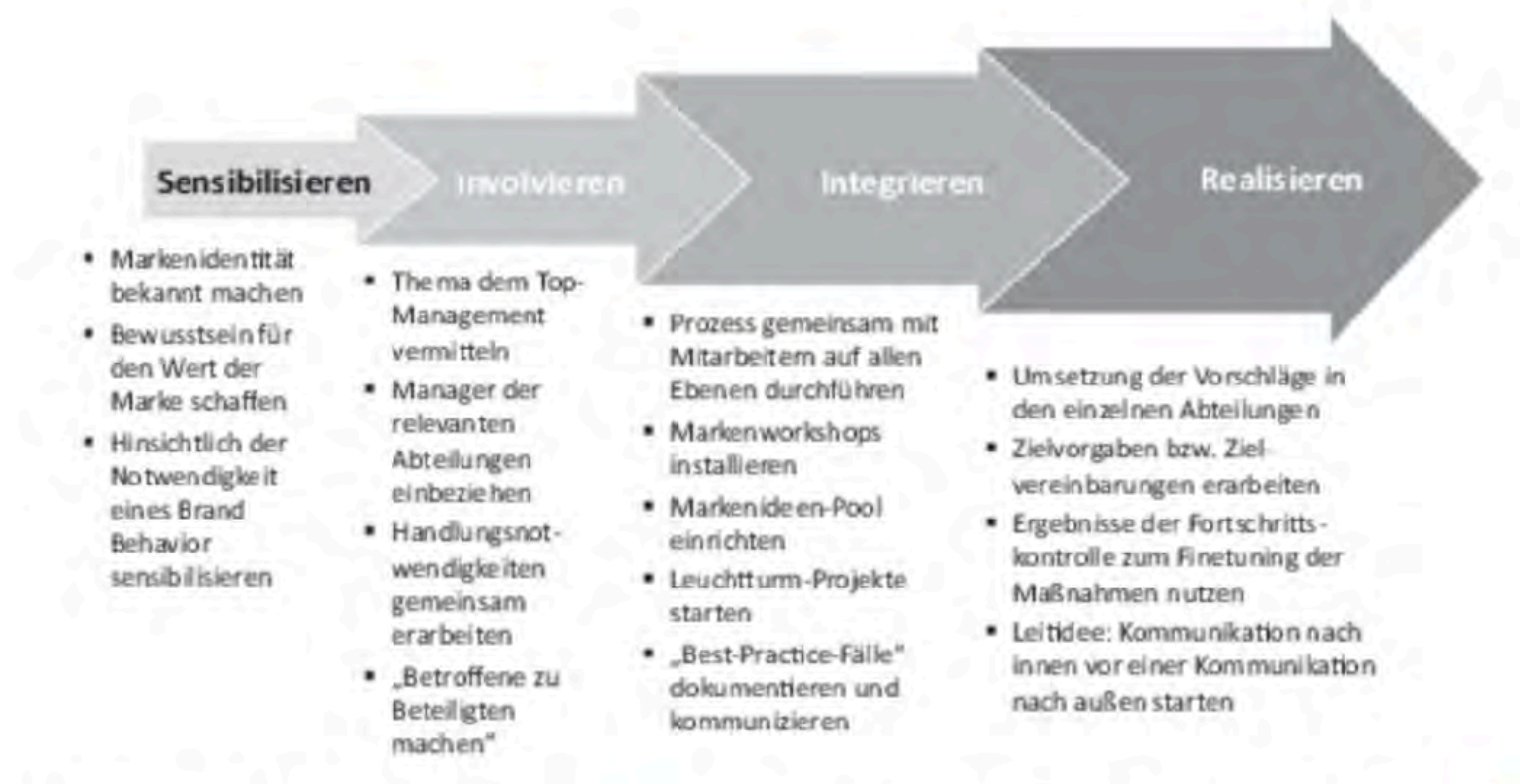
Eine Marke kann nur dann stark sein, wenn sie auch von Innen getragen wird, von Mitarbeitern und Unternehmensführung gelebt wird.

Sie müssen zu Botschaftern werden – eine hohe Identifikation der Mitarbeiter mit der oder den Marken des Unternehmens ist ein Erfolgsfaktor.



Das SIIR Model.

Sensibilisieren, Involvieren, Integrieren, Realisieren
(Esch, 2012)



Analyse. Strategie. Positionierung.
Branding. Kontrolle.
Immer von innen nach außen.



5 Tipps für eine starke Marke.

1. Stimmen die Werte Ihrer Marke mit den Werten Ihres Unternehmens überein? Differenziert, überall sichtbar, erlebbar?
2. Mitarbeiter müssen Markenbotschafter sein. Sie sind Influencer und Multiplikatoren.
3. Starke Marken sind authentisch, ganzheitlich und mutig. Das führt zu einer echten Kraft.
4. Online Marketing, Digitalisierung, läßt die Touchpoints einer Marke explodieren – das ist Problem und Chance zugleich.
5. USPs sind selten geworden, jedoch kann Knowhow-Transfer zum Mehrwert werden.

Basis für starke Marken:

1. Markenkern (Relevanz und Differenzierung)
2. Erlebnisstrategie, Kommunikationsstrategie, Designstrategie.
3. Systematisches Markenmodell kann kontrolliert und optimiert werden.

mehnert/paris



„Im digitalen Zeitalter verschwimmen die Unterschiede zwischen Brands und E-Brands. Es gibt nur noch Marken, über die on- und offline kommuniziert wird.

Und Marken, die on- und offline eine konsistente und spannende Brandstory erzählen können – oder eben nicht!“

OTTO

Neue Handlungsfelder:

Customer-Experience-Management,

Customer Engagement und User-Generated Content,

Content-Marketing,

Rating- und Review-Management,

Influencer-Marketing,

Eco-Systems,

Sharing Economy.

mehnert/paris

Aber: Wenn das Geschäftsmodell nicht stimmt, kann auch eine starke Marke nicht helfen.



„Nutzenstiftende Markenerlebnisse
über die gesamte Customer Journey
hinweg auf die Wertsteigerung der
Kundenbeziehung fokussieren.“
Serviceplan



mehnert/paris



Das bedeutet für die Marke:
Dialog! Immer, überall, always on, maximale Konnektivität.



Leitmedium Digital. Marken müssen in den Mittelpunkt der digitalen Transformation.

2020 *This Is What Happens In An Internet Minute*



Touchpoints sind also überall. Auch offline. Eine nachhaltige Markenarbeit ist nur so möglich. Online und offline.

Beispielhafte Schwerpunkte könnten sein:

B2C: Inszenierung als Erlebnis.

B2B: Print als Kontaktintensivierung.

Online



Offline

„Unsere Interessenten und Kunden sind heute schon viel digitaler, vernetzter und mobiler unterwegs als die meisten Unternehmen und ihre Marken.

Unsere Kunden bilden sich – häufig unbewusst – ihre Meinung über unsere Marke – unabhängig davon, ob wir eine digitale Markenstrategie haben oder nicht!

Wenn unser Unternehmen jedoch eine digitale Markenstrategie aufweist und diese auch konsequent implementiert wird, ist die Wahrscheinlichkeit größer, dass bei den Zielpersonen das gewünschte Markenimage entsteht. Eine Garantie dafür gibt es allerdings nicht!“ Kreuzer

mehnert/paris

Wird das „gemeistert“ dann werde ich die beste Position auf der SERP besitzen.

Dann werde ich einen „bekannteren“ Wikipedia-Beitrag besitzen. Dann werde ich geteilt. Geliked.

So wird die Marke zum echten Wertschöpfungstreiber!

Im Fokus stehen hier die Markenwerte:

Für den Kunden.

Für das Unternehmen. (siehe auch identitätsbasierte Unternehmensführung)

mehnert/paris

If you digitize a shitty process,
you will get a shitty digital process.



„Viele der erfolgreichen Disruptoren weisen eine digitale DNA auf – sie wurden als digitale Unternehmen geboren. Die im analogen Zeitalter geborenen Unternehmen müssen sich diese digitale DNA erst aneignen. Dies gelingt nur durch einen umfassenden Prozess, der auch die Unternehmenskultur verändert.“ Kreuzer



Die digitale Marke:

Integraler Bestandteil

Trennung zwischen analog und digital gibt es nicht mehr.

Sowohl als auch ist die Devise.

Ohne digitale Basis gar nicht existent.

24/7 Kommunikation

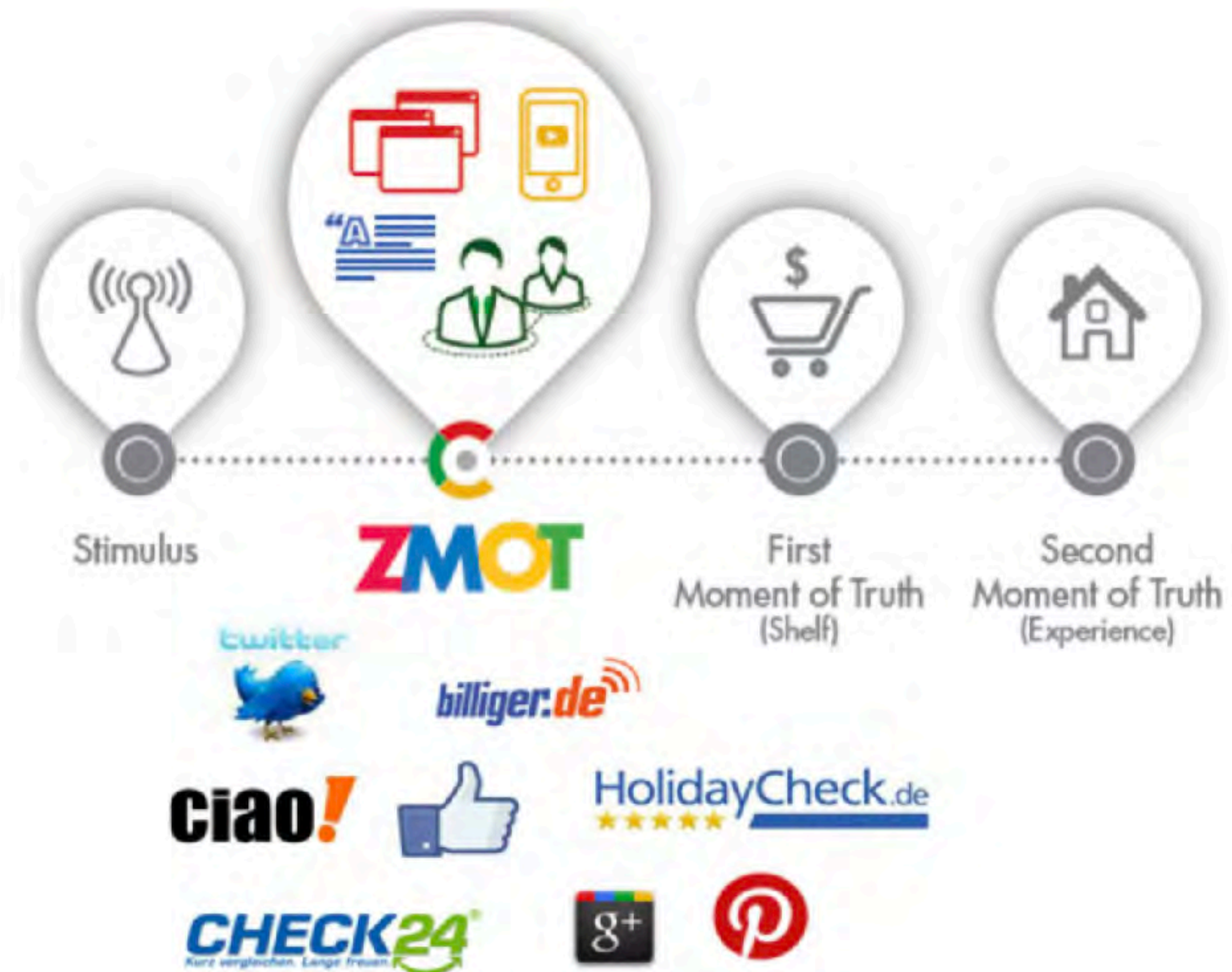
Kritik, Häme, Shitstorm sind Alltag. Sender überall.

Ganzheitliche Betrachtung und Steuerung der

Markenkommunikation!

Die Markenkommunikation kann nicht isoliert betrachtet werden.

Zum ersten Mal gibt es weitere spür- und sichtbare Beeinflussungsfaktoren.

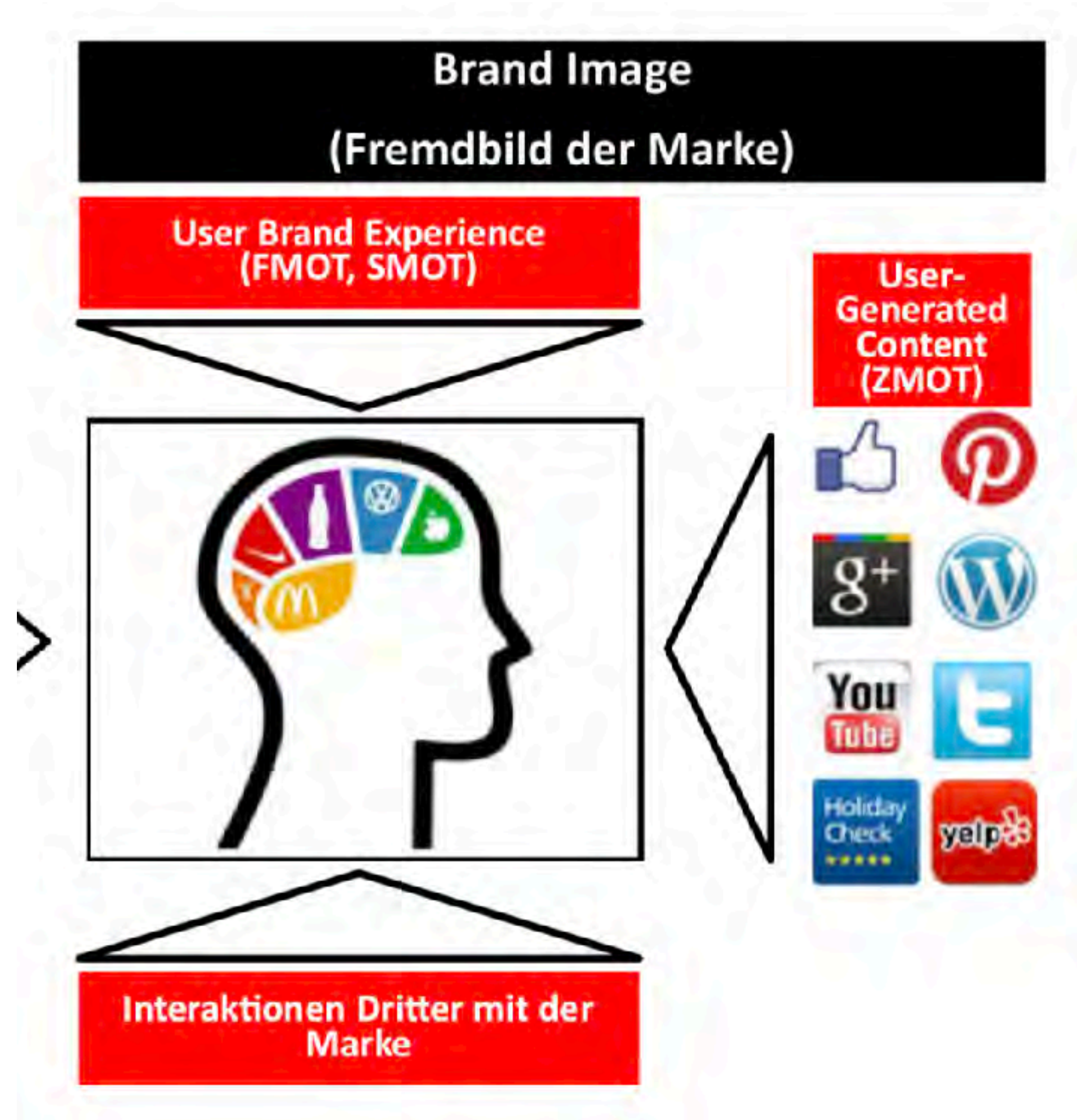


Information ist Macht.

Heute: Informationsvorsprung auf Kundenseite.



Heute: Markenführung muss die Einflussfaktoren kennen!



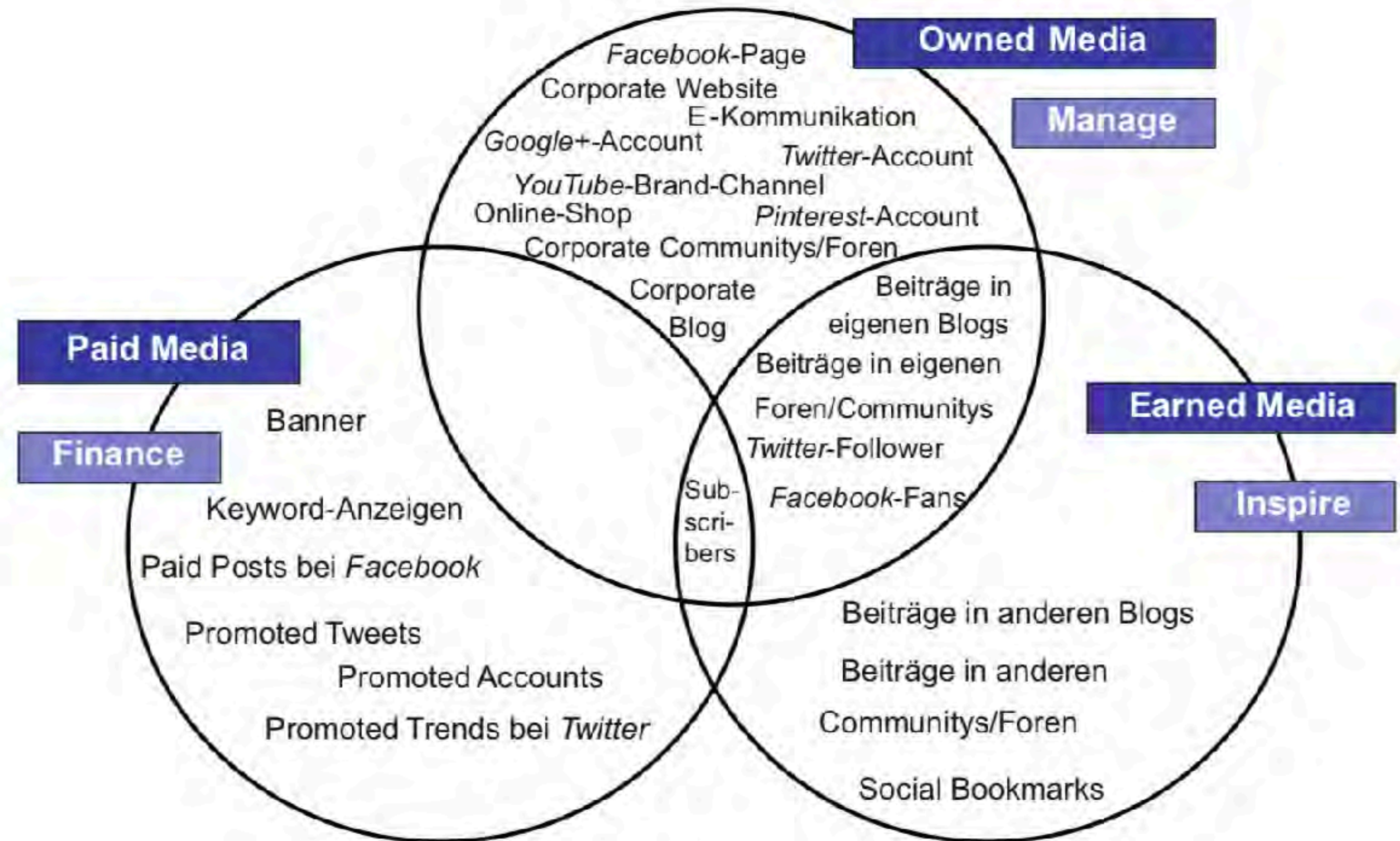
Der ganzheitliche Gedanke:

„Der Begriff User Brand Experience macht deutlich: Es geht bei der digitalen Markenführung nicht mehr vorrangig um den Aufbau eines Brand Images, das im Kopf des Kunden verankert werden soll.

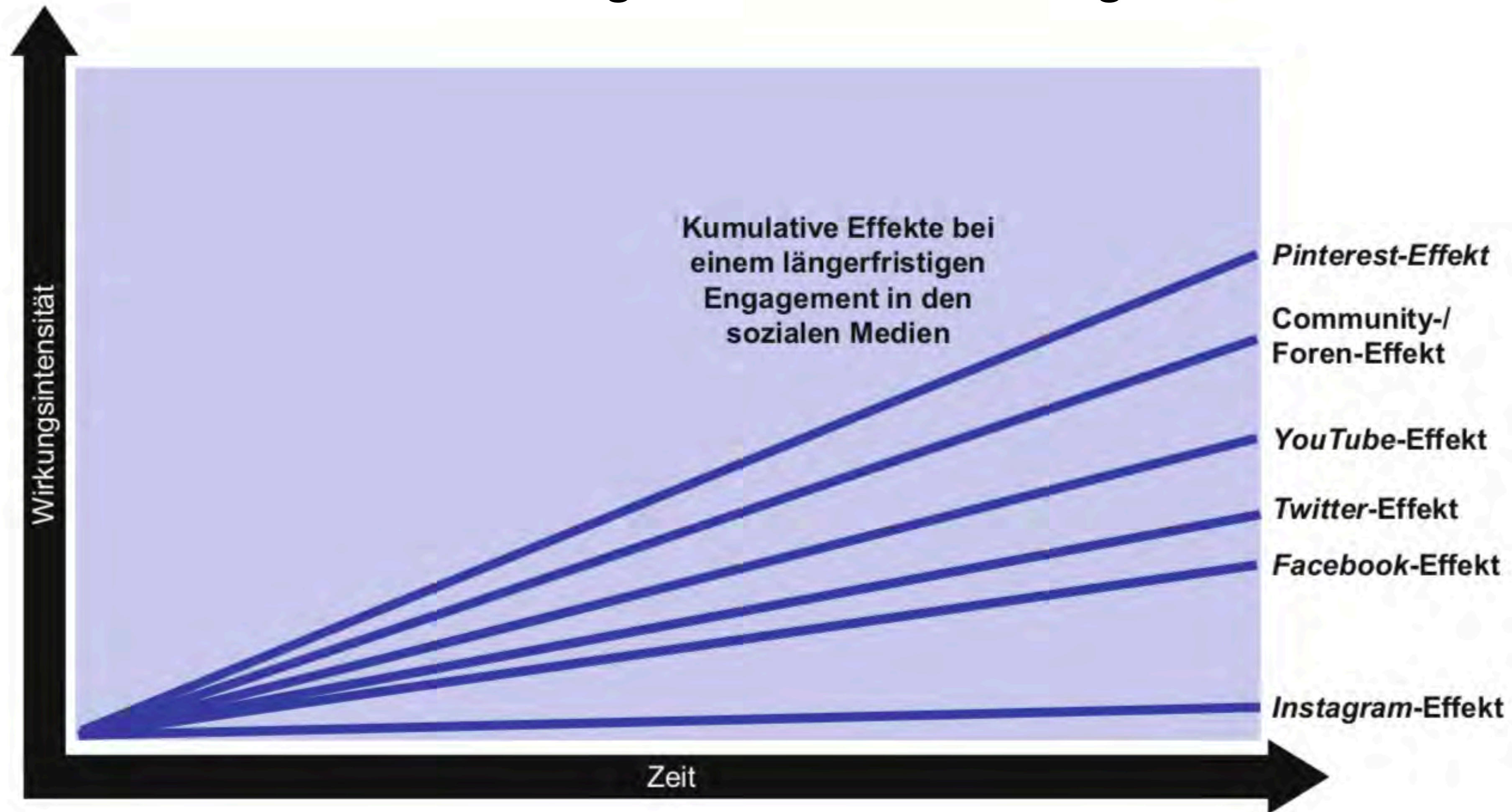
Es geht vielmehr darum, eine möglichst überzeugende und in sich schlüssige, ganzheitliche Erfahrung mit der Marke sicherzustellen, um zum Kauf zu motivieren und eine stabile Marke-Kunde-Beziehung aufzubauen.

Dieses Feld zu bearbeiten, ist der Kern des Customer-Experience-Managements“

Die Integration von Social Media in die digitale Markenführung



Die Wirkungsintensität von Social Media
in der digitalen Markenführung



Rayha.



Tweets **30,5 Tsd.** Folge Ich **762** Follower **269 Tsd.** Gefällt mir **14,2 Tsd.**

Folgen

Weil wir dich lieben

@BVG_Kampagne

Offizieller "Weil wir dich lieben"-Account der BVG. Poste deine schönsten BVG-Momente mit #weilwirdichlieben

Impressum:

bvg.de/de/Serviceseit...

Beigetreten Dezember 2014

Tweet an Weil wir dich lieben

104 Follower, die du kennst



2.120 Fotos und Videos



Tweets Tweets & Antworten Medien

- Angehefteter Tweet**
Weil wir dich lieben @BVG_Kampagne · 13. Jan. 2015
 Fahrpläne, Baustellen, Unregelmäßigkeiten? Für Supportanfragen stehen auch unsere Kanäle @BVG_Ubahn, @BVG_Tram und @BVG_Bus offen.
 53 31 185
- Weil wir dich lieben** @BVG_Kampagne · 25. Feb.
 In Korea mag alles vorbei sein, aber bei uns gibt es auch die nächsten vier Jahre schnelle Abfahrten, leistungsetzende Substanzen und viel Gold um den Hals.
 10 43 624
- Weil wir dich lieben** @BVG_Kampagne · 23. Feb.
 Gestattet keine Zwischenfragen und hilft beim Aussteigen. @cem_oezdemir wollen Sie vielleicht Busfahrer werden?
 69 688 4,4 Tsd.
- Weil wir dich lieben** @BVG_Kampagne · 22. Feb.
 Unter 10 ist Tourist.

Du hast oder bist schon mal ...

Für jede Erfahrung gibt's 1 Punkt.

- BVG auf Twitter angepöbelt
- Kitschiges Berlin-Bild mit BVG gemacht
- In der Bahn eingeschlafen
- Mit Fremden im Bus über Berlin geschimpft
- B-Promi in der Bahn gesehen
- Fahrrad im ersten Wagen mitgenommen
- Despacio in der Bahn gehört
- Erfolgreich Bus nachgerannt
- Etwas im Fundbüro wiederbekommen
- Touristen den Weg erklärt (mit Umsteigen!)
- Umzug mit der Bahn beobachtet
- Bahn wegen des Ticketautomaten verpasst
- Umzug mit der Bahn durchgeführt
- Freundlich (!) vom Busfahrer begrüßt worden
- Mit einer Fähre gefahren
- Freunden von der lustigen BVG erzählt

Wem folgen? Aktualisieren · Alle anzeigen

- BVG U-Bahn** @BVG_U...
Folgen
- S-Bahn Berlin** @SBahn...
Folgen
- BVG Straßenbahn** @B...
Folgen

Finde Leute, die du kennst

Trends für dich · Ändern

- #SMWHH
- #Bayer
- #ltmrw
- #Mindestlohn
- #bas10
- #SBahn
- Weichenstörung
- #Temperaturen
- #Spandau
@r_online twittert darüber
- Mobilität
2.161 Tweets

© 2018 Twitter · Über uns · Hilfe Center
 Bedingungen · Datenschutzrichtlinien
 Impressum · Cookies · Info zu Anzeigen

Vom Panzer zum Hammer



52 Stunden, um den Panzer zu zerlegen



Mitarbeiter in der Produktion



NEU IM SHOP

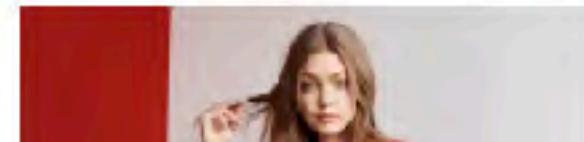
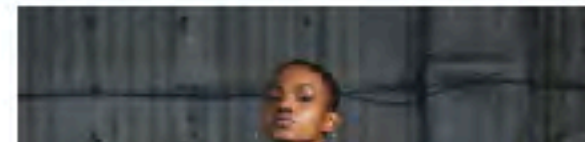
Massimo Dutti: Eleganz mit Twist



JETZT ENTDECKEN

UNSERE LIEBLINGSLOOKS FÜR DICH
STYLE DES TAGES

Quelle: Aeioco





Alles für die Büroküche

Ausstehende Lieferungen
0 Bestellung(en)

Ausgaben im Februar
73,89 €

Höchste Ausgabe im Februar
37,99 € in CE

[Weitere Informationen](#) | [Feedback senden](#)

Ähnliche Artikel wie die, die Sie sich angesehen haben

[Weitere Informationen](#)

Seite 1 von 9



Wahoo Fitness Element Bolt
GPS drahtloser
★★★★★ 3
EUR 245,00 ✓prime



REC-MOUNTS™ wahoo
ELEMNT Mount for
★★★★★ 1
1 Angebot ab EUR 45,00



REC-MOUNTS™ wahoo
ELEMNT Combo Mount for
★★★★★ 1
1 Angebot ab EUR 59,90



Wahoo ELEMNT GPS-
Fahradcomputer
★★★★★ 15
EUR 299,00 ✓prime



Wahoo Fitness Element Bolt
GPS Fahrradcomputer mit
Navigation, ANT+
EUR 239,99



Wahoo TICKR
Herzfrequenzmesser für
Navigation, ANT+
★★★★★ 91
EUR 49,90 ✓prime



Einfache Lieferung mit
Business Prime-Versand

Weitere Artikel für Sie

[Weitere Informationen](#)

Seite 1 von 8



Das 6-Minuten-Tagebuch -
Ein Buch, das dein Leben
» Dominik Spenst
★★★★★ 465
Gebundene Ausgabe
EUR 24,90 ✓prime



Das 6-Minuten-Tagebuch
(orchidee): Ein Buch, das
» Dominik Spenst
★★★★★ 7
Gebundene Ausgabe
EUR 25,00 ✓prime



Das 6-Minuten-Tagebuch
(aquarellblau): Ein Buch,
» Dominik Spenst
★★★★★ 10
Gebundene Ausgabe
EUR 25,00 ✓prime



Das 6-Minuten-Tagebuch
(pfefferbraun): Ein Buch,
» Dominik Spenst
★★★★★ 11
Gebundene Ausgabe
EUR 25,00 ✓prime



Mögest Du glücklich sein:
Entdecke dein Höheres
» Laura Mallina Seiler
★★★★★ 161
Gebundene Ausgabe
EUR 20,00 ✓prime



Das Fünf-Minuten-
Tagebuch: 5 Minuten für
» Intelligent Change Inc.
★★★★★ 4
Gebundene Ausgabe
EUR 22,95 ✓prime



Amazon Business
Rechnungen & Umsatzsteuer

10% Premium-Partner-Vorteil
auf alle Red Business+ Tarife



Magazine. Heidelberg Nachrichten.

Die Heidelberg Nachrichten (HN) ist das Kundenmagazin der Heidelberger Druckmaschinen AG und erscheint zweimal jährlich mit einer Auflage von rund 60.000 Exemplaren in über 80 Ländern. Eingebettet in ein modernes Layout, informieren wir über wichtige Trends der Branche, zeigen neue Anwendungsmöglichkeiten auf und berichten in zwei Kundenportraits darüber, wie Druckereien aus aller Welt Erfolgsgeschichten schreiben.

Die aktuelle und alle älteren Ausgaben der HN stehen als PDF zum Download zur Verfügung. Haben Sie Vorschläge oder Anregungen zum Magazin, dann schreiben Sie uns an: heidelberg.news@heidelberg.com.

Wir wünschen Ihnen viel Spaß beim Stöbern und Lesen.

Ihr HN Redaktionsteam



[Aktuelle Ausgabe herunterladen](#)

Eine Frage der Lehre.

Vom Familienbetrieb Cideyeg will niemand mehr weg. Manche Kunden und ...

Pimp my press.

Es muss nicht immer gleich eine neue Druckmaschine sein: Die meisten ...

"Wir wollen wieder Leuchtturm werden".

Vorstandsvorsitzender Rainer Hundsdörfer spricht im Interview über di...



Eine Frage der Lehre.

Vom Familienbetrieb Cideyeg will niemand mehr weg. Manche Kunden und Mitarbeiter sind der Druckerei zum Teil seit 50 Jahren treu.

[Zum vollständigen Artikel](#)

Content Marketing, scompler.com, marketo.com,
Adobe Marketing Cloud: adobe.com/de/marketing-cloud.html

scompler Die Content Plattform Kostenlose Tools Beratung & Training Know-how Über uns LOGIN

Ihr gesamter Content an einem einzigen Platz

Mit Scompler arbeiten alle Teams auf einer Plattform: SEO, Social Media, Presse, HR, Corporate Publishing. Silos werden durchlässiger, es entsteht Transparenz. Scompler verbindet Unternehmenseinheiten im „virtuellen Newsroom“ – über alle geographischen und organisatorischen Grenzen hinweg.

Mehr über Scompler Scompler gleich ausprobieren

Bringen Sie Struktur und Ordnung in alle Ihre Content-Abläufe

Erstellen Sie besseren Content – anstatt einfach nur immer mehr!

„Content“ ist kein Hype und keine Modeerscheinung, sondern eine betriebswirtschaftliche Notwendigkeit. Sie brauchen Content überall im Unternehmen und im Marketing: für SEO, für Social Media, für Sales, für PR, für Corporate Publishing, für Ihren Kundensupport. Jeder Bereich profitiert von gutem Content.

CRM: salesforce.com

Sind Sie bereit für einen ganz neuen Kundenerfolg? 

[30 TAGE GRATIS TESTEN](#)

Smarter und schneller verkaufen – mit der Sales Cloud, der weltweit führenden CRM-Lösung

Mit unserer CRM-Lösung erzielt Ihr Vertriebsteam mehr Geschäftsabschlüsse als je zuvor. Mit unserer cloud-basierten Lösung steigern Sie die Produktivität, sorgen dafür, dass Sie immer genügend Leads in der Pipeline haben und gewinnen mehr Aufträge.

Kurz gesagt – Sie haben alles, was Sie für effiziente Vertriebsprozesse, Leadgenerierung, Erstellung von Prognosen und Kontaktmanagement brauchen. Keine Software. Keine Hardware. Kein Stress.

Sehen Sie sich das Demo-Video an oder nutzen Sie die kostenlose Testversion, um zu erfahren, wie Sie von der Sales Cloud profitieren.

[30 TAGE GRATIS TESTEN](#) [VIRTUELLE TOUR](#)

[DEMO ANSEHEN](#)

Über 150.000 Kunden profitieren bereits von der Sales Cloud

START-UPS & KLEINUNTERNEHMEN MITTELSTAND GROSSUNTERNEHMEN

Zusammenfassung und Fazit

Perception is Reality

Qualität (1), Relevanz (2), Respekt (3)

Ganzheitliche Herangehensweise.

Multichannel braucht online-gestützte Steuerung.

Analyse, Ziele | Strategie, Umsetzung, Kontrolle | Optimierung

Die digitale Markenführung ist ein iterativer Prozess.

mehnert/paris

Vielen Dank.