



MATHIAS WÜNDISCH,
PUBLICIS // PUBLICIS
PRO HAT BTOB IM
FOKUS // 42

ZAUBERWAFFE MARKT-
FORSCHUNG // WIE
UNTERNEHMEN NOCH
MEHR PROFITIEREN
KÖNNTEN // 56

AD DAY AD NIGHT //
BEISPIELHAFTE
AGENTUR-INITIATIVE
ZUR NACHWUCHS-
FÖRDERUNG // 91

CORPORATE
ARCHITECTURE //
TRENDS IN DER DREI-
DIMENSIONALEN
KOMMUNIKATION // 111

DAS MASS DER DINGE TESTO AG: INTERNATIONALE KAMPAGNEN UND IHR CONTROLLING



SONDERDRUCK

Fallbeispiel

DIE GEBURT EINER NEUEN MARKE

Mithilfe des 'Branding Code Systems' kreierte die Cantus Media Werbeagentur für SoftM eine auf Anhieb überzeugende starke Marke: SharkNex

// Auch im BtoB-Bereich hat das Vertrauen in starke Marken einen großen Einfluss auf das Kaufverhalten. Will man eine neue Marke kreieren und Gefühle für sie auslösen, kommt es darauf an, die kognitive Kontrolle der Rezipienten zu unterlaufen, indem die entscheidenden neuropsychologischen Reize angesprochen werden. Für diese Aufgabe engagierte das Münchner Software-Unternehmen SoftM die Cantus Media Werbeagentur und nutzte für die Entwicklung der neuen Marke SharkNex deren – auf aktuellen neuropsychologischen Erkenntnissen aufbauendes 'Branding Code System'.

Die SoftM Software und Beratung AG ist ein führender Anbieter für das mittelständische Rechnungswesen in Deutschland sowie IT-Komplettlösungen. Das Unternehmen ist in den Geschäftsfeldern ERP, Finance und Systemintegration tätig. 1973 gegründet, betreut SoftM heute 4.000 Kunden mit mehr als 450 Mitarbeitern an 18 Standorten in Europa.

2007 stand das Unternehmen vor der Herausforderung, die Einführung einer neuen Finance-Lösung, die sowohl modular als auch als stand-alone Lösung ange-

boten werden sollte, zu vermarkten. Die plattformunabhängige Java-Software verfügt über modernste Technologie und einen großen Funktionsumfang, der neben den

// Ziel: Entwicklung einer neuen Marke

klassischen Gebieten des Rechnungswesens – Finanz- und Anlagenbuchhaltung sowie Controlling – auch Funktionen für Business Intelligence mit umfasst. Ziel war es, eine völlig neue Einzelmarke, unab-

hängig von der Marke SoftM, aufzubauen. Die neue Marke SharkNex musste daher in der Zielgruppe der CEOs, CFOs und Leiter Rechnungswesen von Anfang an einen hohen ungestützten Bekanntheitsgrad erreichen. Für diese Aufgabe engagierte SoftM die Münchner Werbeagentur Cantus Media, mit der man bereits seit einigen Jahren auf Projektbasis erfolgreich zusammengearbeitet hatte.

Um ein solches Projekt erfolgreich umsetzen zu können und den Rahmen, in dem die Markenentwicklung stattfinden sollte,



INDUSTRIE

DR. ULRICH BUCHER // LEITER MARKETING
MARTIN SCHMID // MARKETING MANAGER
SOFTM SOFTWARE UND BERATUNG AG
MESSERSCHMITTSTRASSE 4 // 80992 MÜNCHEN
FON 0049 (0)89 14329-1202 / -1233 // FAX 0049 (0)89 14329-1113 // WWW.SOFTM.COM
E-MAIL: ULRICH.BUCHER@SOFTM.COM // MARTIN.SCHMID@SOFTM.COM

„Die Assoziationen, mit der wir unsere neue Marke verbunden sehen wollten, haben sich nach unserer Einschätzung voll erfüllt und wir haben eine hohe Aufmerksamkeit im Markt erreicht. Die Marke SharkNex und die zugehörige Bildwelt unterstreichen ihren Anspruch: souverän, elegant, schnell und effektiv.“

zu bestimmen, waren zunächst jedoch bei SoftM umfangreiche Vorarbeiten notwendig: „Neben einer Vielzahl an Gesprächen mit Entwicklern, Beratern, Anwendern (Lead User Ansatz) und Kollegen aus dem Vertrieb haben wir zahlreiche Studien und vergangene Vertriebsprojekte ausgewertet.

// Klare Brand Vision

Anschließend haben wir auf der Basis einer Analyse der aktuellen Marktentwicklung, der Wettbewerbssituation und der Kundenanforderungen ein Markenstrategiepapier entworfen“, so Martin Schmid, Marketing Manager bei SoftM.

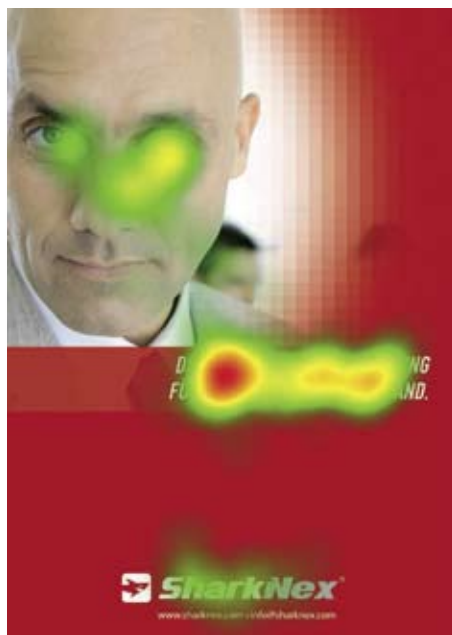
Durch einen starken Auftritt sollte die neue Marke polarisieren sowie Überlegenheit, Innovation, Kontrolle und Hightech ausstrahlen. Die gewünschte Tonality: optimistisch,

// BILDER RECHTS: IN DER BLICKWOLKENANALYSE ZEIGT SICH, OB EIN ANZEIGENMOTIV FUNKTIONIERT. NUR CIRCA 2 SEKUNDEN NIMMT SICH DER BETRACHTER FÜR EINE 1-SEITIGE ANZEIGE, DABEI NIMMT ER NUR WENIGE INFORMATIONEN WAHR.

tonangebend und anspruchsvoll. „Als wir auf die Agentur zugegangen sind, hatten wir also bereits eine klare Vorstellung der Brand Vision und der angestrebten Marktpositionierung ausgearbeitet. Unsere Erwartungshaltung an die Agentur war, aus diesen Vorgaben einen kompletten kommunikativen Auftritt zu entwickeln und die Einführung der neuen Marke zu begleiten“, beschreibt

Dr. Ulrich Bucher, Leiter Marketing bei SoftM, die Aufgabe.

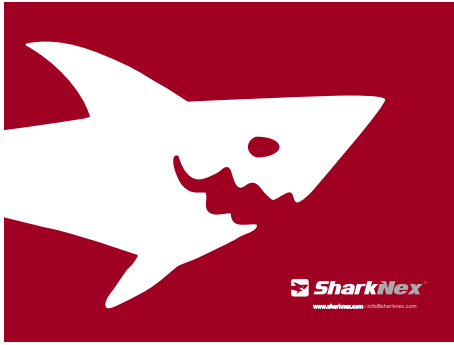
Auf dieser Basis war im Frühjahr 2007 ein sehr umfassendes Briefing der Agentur möglich. Konkret umfasste der Auftrag die Entwicklung eines Markennamens und einer Kreativ-Idee, die Entwicklung eines ganzheitlichen Kommunikationsauftritts inkl. des kompletten Corporate Design sowie



KOMMUNIKATION

CHRISTIAN CHLUPSA // GESCHÄFTSFÜHRER
CANTUS MEDIA WERBEAGENTUR
PRINZREGENTENSTRASSE 128 // 81677 MÜNCHEN
FON 0049 (0)89 427151-71 // FAX 0049 (0)89 427151-51
E-MAIL: CHRISTIAN.CHLUPSA@CANTUS-MEDIA.COM // WWW.CANTUS-MEDIA.COM

„Laut aktuellen Studien reagiert das menschliche Gehirn nur auf wenige Impulse. Das von uns auf der Basis des neuen Forschungsbereichs Neuromarketing entwickelte 'Branding Code System' hilft, die selektive menschliche Wahrnehmung besser zu verstehen und Kommunikation auf der Basis neuropsychologischer Erkenntnisse effektiver zu gestalten.“



// DIE NEUE MARKE DER SOFTM AG WURDE NACH NEUESTEN ERKENNTNISSEN DES NEUROMARKETING KONZIPIERT. EINE UNVERWECHSELBARE BILDWELT UNTERSTREICHT DEN DOMINANTEN AUFTRITT VON SHARKNEX.

die Umsetzung einer Einführungskampagne. Und das Ganze sollte bis zum Start der Systems im Oktober 2007 fertig sein – ein enger Zeitplan!

// Hai-Logo für SharkNex

Unter diesem Druck startete Cantus Media im April 2007 mit einer Stärken-/Schwächenanalyse der Mitbewerber und einer strategisch angelegten Marktforschung das Projekt. Monat für Monat folgten die weiteren Schritte: Zieldefinition, Entwicklung des Markennamens, Zwischenpräsentationen und Abstimmungen mit dem Marketing von SoftM, Präsentation und Auswahl des endgültigen Namens SharkNex

// DAS BRANDING CODE SYSTEM HILFT BEI DER NEUROPSYCHOLOGISCHEN POSITIONIERUNG VON MARKEN. DIE KOMMUNIKATION KANN SO 'GEHIRNGERECHT' CODIERT WERDEN.

sowie Entwurf eines Logodesigns mit dem charakteristischen Hai, Entwicklung einer eigenständigen Marken- und Bildwelt, Umsetzung des parallel entwickelten Corporate Design in Broschüren, CD's und verschiedene Direktmarketing-Aktionen.

Und das Ergebnis dieses intensiven Kreativprozesses? Pünktlich zur Systems war alles fertig! Aber nicht nur das: „Die Assoziationen, mit der wir SharkNex verbunden sehen wollten, haben sich nach unserer Einschätzung voll erfüllt und wir haben eine hohe Aufmerksamkeit im Markt erreicht. Die Marke polarisiert – was eine unserer Hauptzielsetzungen war und hat damit zu einer klaren Abgrenzung vom Wettbewerb geführt“, freut sich Martin Schmid.

Für SoftM war dieses Projekt neben der erfolgreichen Entwicklung einer neuen Marke jedoch noch in einer anderen Hinsicht etwas Besonderes. „Wir haben Neuromarketing in dieser Form bislang nicht verwendet

und im Bereich Markenaufbau und -steuerung zum ersten Mal mit dem von Cantus Media entwickelten 'Branding Code System' gearbeitet. Diese Perspektive hat jedoch dazu geführt, dass wir heute manche Dinge anders tun als wir diese früher gemacht hätten“, betont Dr. Ulrich Bucher.

// Voller Erfolg durch Neuromarketing!

Und Christian Chlupsa, Geschäftsführer der Cantus Media Werbeagentur, ergänzt: „Mithilfe dieses Systems konnten wir die neuropsychologischen Codes und die Positionierung der relevanten Mitbewerber genau aufdecken und für die Markenkonzeption nutzen. Damit bekam der gesamte Brand Management Prozess ein psychologisch sehr fundiertes Gerüst mit dessen Hilfe dann die Brand-DNS der neuen Marke SharkNex entstand.“ (ro)

