



S' BESCHTE ECK VOM KÄS.

Privatkäserei Rupp, A- 6912 Hörbranz am Bodensee, Austria

brand:trust.
Herr Klaus-Dieter Koch
Findelgasse 10
D-90402 Nürnberg
Deutschland

Hörbranz, 02.02.2010

Zwei Marken - ein Resümee

Lieber Herr Koch,

gut zwei Jahre ist es nun her, dass wir unseren damaligen Konkurrenten „ALMA“ und damit die Marke gekauft haben. Von Anfang an war klar, dass wir diese österreichische Traditionsmarke nicht nur weiterführen, sondern ausbauen wollen und wir suchten einen Weg wie wir die beiden ähnlich positionierten Marken „Alma“ und „Rupp“ erfolgreich differenzieren können.

Auf Empfehlung führten wir erste Gespräche mit Ihnen in denen Sie uns ihr Konzept zur klaren Positionierung der beiden Marken „Alma“ und „Rupp“ aufzeigten und uns im Beschluss bestärkten das Projekt mit Ihnen zu starten.

Ihnen und Ihrem Team mit Herrn Hack und Frau Wimmer ist es gelungen mit uns zusammen eine wachstumsorientierte Markenstrategie für die Marken „Rupp“ und „Alma“ zu entwickeln. Ich betone in diesem Zusammenhang das Wort zusammen, denn es ist Ihnen gelungen das größtmögliche „commitment“ bei allen Beteiligten zu erzielen.

Innerhalb von 6 Monaten haben wir mit Ihnen in mehreren Workshops und vielen Einzelgesprächen unser Markenkonzept erarbeitet und sind nun dabei dies schrittweise zu implementieren. Ohne die professionelle Arbeit von brand:trust. wären wir jetzt nicht so weit.

Was macht brand:trust. so besonders gut? Lassen Sie mich von den vielen Fähigkeiten drei besonders hervorheben.

„Verdichten“: Innerhalb kurzer Zeit ist es Ihnen gelungen von den beiden Marken unglaublich viel an Informationen im wahrsten Sinne des Wortes „auszugraben“ und diese Informationen aussagekräftig zu verdichten.





S' BESCHTE ECK VOM KÄS.

- 2/2 -

„Helikopterblick“: Wir lieben unsere Marken. Das ist zwar schön, macht aber bekanntlich auch ein wenig blind. brand:trust. ist es gelungen unseren Blick, wie bei einem Helikopterflug, auf den Überblick und damit auch auf das Wesentliche zu schärfen – sprich die Markenerkerne. Daraus haben wir in langen Diskussionen die Markenpositionierungen erarbeitet.

„Wiederholen und commitment“: Das ständige Wiederholen der erarbeiteten Stufen hat wesentlich zum „commitment“ im Team beigetragen und damit den wesentlichen Baustein für den nächsten Schritt: die Implementierung geliefert.

Mit überzeugender Rhetorik, zielorientiert geführten Arbeitstagen und perfekt aufbereiteten Arbeitsunterlagen haben wir nie den roten Faden verloren. Dabei blieb auch immer genug Raum für unterschiedliche Meinungen, die auch ausführlich diskutiert und auch entschieden wurden.

Sie und Ihr Team haben uns zielsicher durch diesen Markenprozess, hin zu unserer Markenstrategie geführt und wir würden uns freuen, wenn wir für die laufende Implementierung bei Bedarf auf Ihre professionelle Beratung und Unterstützung zurückgreifen dürfen.

Ich bedanke mich im Namen des gesamten Rupp & Alma Teams und freue mich schon jetzt auf unsere nächste Zusammenarbeit.

Mit den allerbesten Grüßen aus Vorarlberg
Privatkäserei Rupp

Josef Rupp

