

PRESSE INFORMATION

Markenzentrierte Unternehmensführung in über 40 Ländern: Managementberatung Brand Trust zieht 10-jährige Erfolgsbilanz, Erweiterung Geschäftsleitung

Nürnberg, Dezember 2013: Für 150 Marken, in über 200 Markenführungsprojekten in insgesamt 40 Ländern waren die Markenstrategen der Managementberatung Brand Trust in ihrer 10-jährigen Geschichte bislang tätig. Mit der Spezialisierung auf markenzentrierte Unternehmensführung hat sich das Unternehmen die Spitzenposition im deutschsprachigen Raum erarbeitet. Der ehemalige Direktor von Südtirol Marketing, Christoph Engl, ist neues Mitglied der Brand Trust Geschäftsleitung.

Wenn Iglo Austria zur begehrtesten Marke gekürt wird, wenn easyCredit zum wiederholten Male für den fairsten Ratenkredit und als bester Arbeitgeber ausgezeichnet wird, die Bausparkasse Schwäbisch Hall den Effie für ihre Werbekampagne erhält, BASF die Markenarchitektur für ihre 3.500 Marken konsequent weltweit einsetzt, herrscht große Zufriedenheit bei Brand Trust. Denn alle genannten Unternehmen agieren auf Basis einer mit Brand Trust erarbeiteten Markenstrategie und werden bei der Umsetzung von Brand Trust begleitet.

Marken stärken: Nein sagen

Die Umsetzungsorientierung hat große Bedeutung bei den von Brand Trust entwickelten Markenstrategien, die auf die Steigerung der Markenattraktivität ausgelegt sind. Brand Trust entwickelt und realisiert nachhaltig wirksame Markenstrategien mit dem Ziel, langfristig zweistelliges Wachstum sowie Profit zu generieren und damit einen essentiellen Beitrag zur Zukunftssicherung der Unternehmen zu leisten. Keine Werbung, kein Design, keine Marktforschung, keine Markenbewertung sondern ausschließlich Markenstrategie und deren Implementierung, so die klare Fokussierung von Brand Trust. „Wir praktizieren, was wir unseren Kunden empfehlen: Marken müssen nein sagen und klare Grenzen haben“, erläutert Brand Trust Gründer Klaus-Dieter Koch.

„Markenstrategien von Brand Trust sind nicht für die Vorstandsschublade bestimmt. Sie liefern die Basis für maximale Differenzierung vom Wettbewerb und ermöglichen Unternehmen auch in unterschiedlichsten internationalen Märkten – on- und offline, nach innen und nach außen – als EINE Marke wahrgenommen zu werden, die für klar definierte Werte steht“, erläutert Klaus-Dieter Koch. „Dies schafft nicht nur Effizienz im Marketingbudget sondern erzeugt auch die Anziehungskraft, die eine starke, souveräne Marke braucht“, ergänzt Managing Partner Jürgen Gietl. Die Leitplanken, die eine

Markenstrategie liefert, sind längst nicht nur bei Marketingentscheidungen hilfreich. Passende Mitarbeiter werden angezogen, und bei der Produktentwicklung können teure Flops vermieden werden, wenn nicht nur ausschließlich Innovationen im Fokus sind, sondern auf die „Passung“ zur Marke geachtet wird. Egal ob es um die Integration zugekaufter Marken, die Entwicklung neuer Marken oder die Schaffung einer Struktur gebenden Markenarchitektur geht, eine Markenstrategie schafft Effizienz.

Erweiterung Geschäftsleitung

Aktuell wurde die Geschäftsleitung, die bislang aus Gründer Klaus-Dieter Koch und seinem langjährigen Partner Jürgen Gietl bestand, um Jasmin Rubner (langjährige Mitarbeiterin, nun mit Schwerpunkt Personalentwicklung) sowie Christoph Engl, erweitert. Letztgenannter hat als Direktor von Südtirol Marketing in Bozen/Italien federführend die Entwicklung und Einführung der Dachmarke Südtirol, die in Fachkreisen als Vorzeigebespiel gilt, vorangetrieben. Der Jurist mit langjähriger Markenerfahrung wird sich um Kunden aus dem Bereich Destinationen/Wirtschaftsstandorte sowie Verbände/Institutionen kümmern.

Inspirieren und Wissen teilen

In einem Think-Tank, in speziell entwickelten Markenlehrgängen, in Form von Studien (z. B. zu den Themen Luxus oder digitale Markenführung) und Fachbüchern teilen die Markenexperten von Brand Trust ihr Wissen. Das 10-jährige Jubiläum wurde im Oktober mit dem Brand Trust Future Circle Kongress in Berlin gefeiert. Inspirierende Denker, Unternehmer und Visionäre wie der Polit-Philosoph Prof. Michael Sandel von der Harvard University oder Jochen Zeitz, begeisterten die 200 Kongressgäste.

Brand Trust gehört zu den größten Markenberatungen Deutschlands. Das über 30-köpfige Team ist für B2B- und B2C-Kunden tätig. Viele dieser Unternehmen sind Fortune 500, DAX 30, M-DAX, S-DAX, ATX oder SMI notiert oder gehören zu den Marktführern ihrer Branchen, darunter sind easyCredit, STABILO, BASF, GLS Bank, Rauch Fruchtsäfte, UPC Cablecom, W.L. GORE. Brand Trust hat seinen Stammsitz in Nürnberg und unterhält Repräsentanzen in Ljubljana, Wien und Zürich.

www.brand-trust.de

PRESSEKONTAKT

Birgit Heinhöfer, PR-Büro Heinhöfer

Lindengasse 3, 90419 Nürnberg

Tel. 0911/ 300 349-30, Mobil: 0173/ 93 555 85

info@pr-heinhoefer.de