

PRESSE INFORMATION

German Brand Award für Sonnenschutz-Experten Warema

BrandTrust unterstützt Warema bei Entwicklung Positionierung und Markenstrategie

▪ **Marktheidenfeld/Nürnberg, 20. Juni 2016: Warema, europäischer Marktführer im Bereich Sonnenschutztechnik, setzt die gemeinsam mit BrandTrust entwickelte Markenstrategie in allen Unternehmensbereichen konsequent um und erntet dafür Anerkennung: Warema wurde mit dem German Brand Award in der Kategorie Building/ Elements ausgezeichnet. Die aktuelle Kampagne rankt sich um die Positionierung als Sonnenlicht-Manager.**

Um Marktführer zu werden und zu bleiben, sind zuverlässige Produkte, Dienstleistungen und innovative Technologien unverzichtbar. Dennoch sind diese Themen nicht die alleinige Basis der neuen Warema Markenstrategie. Die Positionierung als Sonnenlicht-Manager stellt die Kompetenz als Lösungsanbieter in den Mittelpunkt.

Neue Marken-Denke in allen Unternehmensbereichen angekommen

Von der Produktentwicklung, über den Vertrieb, die Personalabteilung bis in die Führungsetage – die Idee, als Sonnenlicht-Manager den Kunden zu mehr Lebensqualität zu verhelfen, wird gelebt. Speziell ausgebildete Markenbotschafter sorgen für die anhaltende Begeisterung für das Thema Marke im Unternehmen, die HR-Abteilung hat die positive Strahlkraft der Marke für die Gewinnung von Fachkräften zu schätzen gelernt und in all ihre Prozesse integriert. Die Kommunikation ist nutzen- und zielgruppenorientiert und die Marke ist zum Bestandteil des Managementsystems geworden. Ziel ist es, die Marke positiv aufzuladen und die Wertschätzung von WAREMA Spitzenleistungen zu steigern und in Wertschöpfung umzusetzen.

Kampagne WohnfühlZimmer: Emotionale Nutzenvermittlung statt rationaler Technik

Die aktuelle Kampagne für den Bereich Outdoor Living mit dem Titel WohnfühlZimmer setzt die Strategie bis zum Endkunden konsequent um. „Weg von der technischen Argumentation, hin zur emotionalen Inszenierung der Lösungskompetenz“, beschreibt Warema Marketingleiterin Marion Fischer die Idee der Kampagne. Konzipiert für den Endkunden, unterstützt die Kampagne gleichzeitig den Fachhandel. So wird auch die Ausstellung beim Fachhandel als Kundenkontaktpunkt genutzt und mit einbezogen.

„Mit großer Freude sehen wir, wie Warema die gemeinsam entwickelte Markenstrategie lebt und sich damit auf den Weg vom Hidden Champion zur wertgeschätzten Marke macht“, kommentiert Jürgen Gietl, Technologiemarken-Experte und managing partner von BrandTrust.

Über Warema

Das Familienunternehmen Warema aus Marktheidenfeld entwickelt, produziert und vertreibt seit 1955 individuelle Lösungen aus technischem Sonnenschutz und Steuerungssystemen, die ein optimales Raumklima schaffen. Damit erhöht es nicht nur die Lebensqualität der Menschen, sondern steigert auch die Energieeffizienz sowie den Wert von Immobilien. Warema steht als Marke für Qualität, Vielfalt, Service, Nachhaltigkeit und Partnerschaft.

Über BrandTrust

BrandTrust ist die führende Managementberatung für wirksame Marken im deutschsprachigen Raum. In elf Competence Centern begleiten die Beraterteams die marktführenden Kunden bei der Entwicklung und Umsetzung von regionalen und globalen Markenstrategien mit dem Ziel, die Profitabilität und das Wachstum ihrer Marken systematisch und zukunftsorientiert zu erhöhen. BrandTrust ist weltweit tätig und verfügt neben dem Sitz in Nürnberg und Wien über Repräsentanzen in Zürich und Ljubljana.

www.brand-trust.de

Pressekontakt: Birgit Heinhöfer, PR-Büro Heinhöfer
Lindengasse 3, 90419 Nürnberg
Tel. 0911/ 300 349-0, info@pr-heinhoefer.de