

# REPORT 07/10

HANDELSMARKETING

REPORT 07/10

Aktuelle Informationen der maxpartner Markenagentur

## DIE ENTSTEHUNG EINER NEUEN MARKE – DIE BADGESTALTER

Wenn eine der größten deutschen Handwerkerkooperationen sich dazu entschließt, eine neue Badmarke für ihre Mitglieder ins Leben zu rufen, dann ist das ein Projekt, das über die Branche hinaus mediale Beachtung findet. Die brand eins, Deutschlands meist verkaufter Wirtschaftstitel am Kiosk, hat die Markenentwicklung begleitet und gleich den ganzen Schwerpunkt des Heftes auf Kooperationen gelegt.

Von der ersten Konzeptionsphase im Dezember 2009 bis zur Abschluss-Präsentation „Die Badgestalter“ auf der Hauptversammlung der Handwerkerkooperation SHK im Mai lagen nur knapp sechs Monate, in denen maxpartner die Marke ins Leben gerufen hat. Gemeinsam mit dem Kunden wurde die Positionierungsstrategie erarbeitet, ein Name und ein Logo entwickelt, schließlich das gesamte Corporate Design aufgesetzt und ein detailliertes Markenhandbuch für die teilnehmenden Betriebe geschrieben.

### AM RANDE NOTIERT:

#### **ONLINE-MEDIEN SIND WICHTIGSTE ENTSCHEIDUNGSQUELLE**

Industrielle Entscheider nutzen vor wichtigen Kaufentscheidungen am häufigsten nicht, wie erwartet, Fachzeitschriften, sondern Online-Medien. So gab fast die Hälfte der Befragten in einer Studie an, Suchmaschinen mehrmals täglich für berufliche Zwecke zu nutzen. Insgesamt lesen 41,8 Prozent der Befragten Foren, 34,3 Prozent Blogs und 26,7 Prozent Communities. Insbesondere im kaufmännischen Bereich werden Entscheidungen durch Erfahrungsberichte anderer User in Foren und Blogs abgesichert.  
Quelle: W&V ([www.wuv.de](http://www.wuv.de))

Die größte Herausforderung lag darin, die Mitglieder von der Zukunftsfähigkeit der neuen Marke zu überzeugen. Schließlich werden gut aufgestellte Traditionsbetriebe künftig unter einem gemeinsamen Markennamen auftreten. In zahlreichen Workshops, moderiert von Henning Fischer, ist es gelungen, die Bedenken der Mitglieder konstruktiv aufzugreifen und die Begeisterung für das gemeinsame Projekt Marke zu entfachen.

Schon nach der ersten Präsentation auf der Hauptversammlung im Mai 2010 erklärten 31 Firmeninhaber, ihre Teilnahme an der neuen Badmarke und unterschrieben die Anträge. Schon nach 3 Wochen war die Zahl auf über 50 Mitgliedsunternehmen angewachsen – mehr, wie für das erste Jahr geplant waren.

Im Folgenden zeigen wir Ihnen einen Auszug aus dem Bericht in der brand eins. Das gesamte Heft senden wir Ihnen bei Interesse gerne zu. Schicken Sie einfach eine Mail an [sp@maxpartner.de](mailto:sp@maxpartner.de) oder rufen Sie uns an: 0211-46959710 ■



#### **DIE BADGESTALTER**

#### **Kundenfeedback**

„Sie kennengelernt und als unseren Partner gewonnen zu haben, ist ein echter Gewinn. Sie haben sich unkompliziert in unser ungewöhnliches Format der Markenvorstellung eingebracht. Und Sie haben viele Herzen und Köpfe gewonnen. Herzlichen Dank dafür.“

Holger Kachel, Vorstand SHK

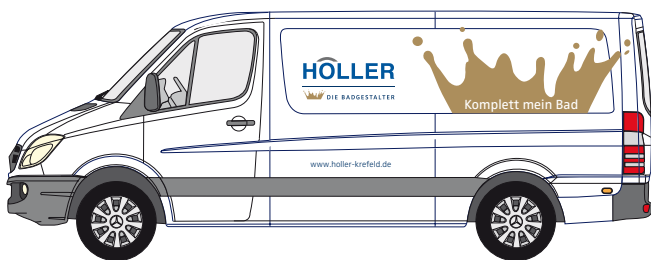
# DIE BADGESTALTER

## CASE STUDY

Die Badgestalter wird die führende Marke für Sanitärhandwerk und -handel in Deutschland. Für und mit der SHK AG, eine der größten Verbundgruppen der Branche haben wir die neue Marke konzipiert und gestaltet. ■



Logo



Fahrzeugbeschriftung



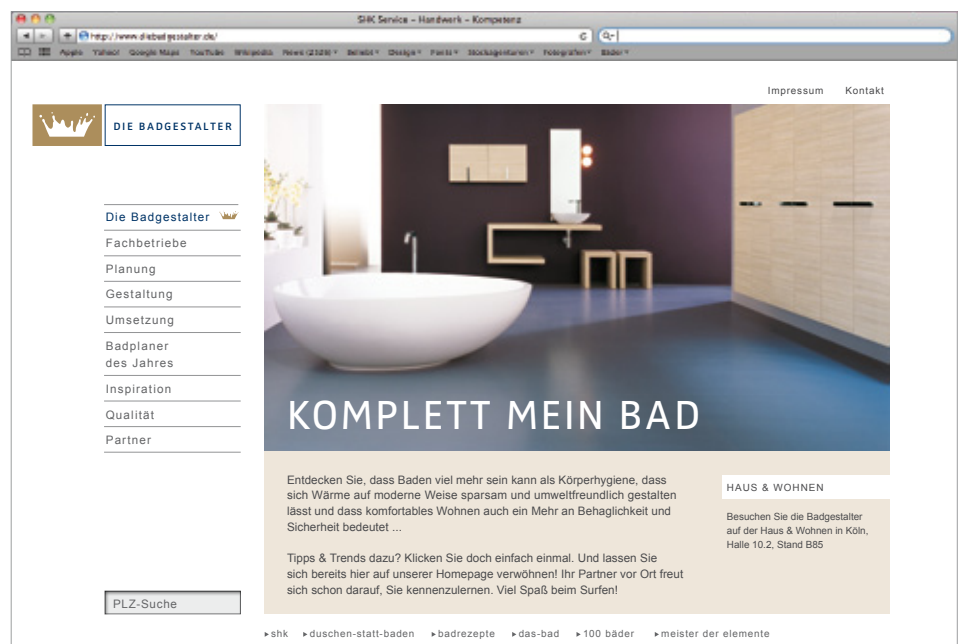
Pylon



Anzeige



Markenhandbuch



Website

# PROJEKTBE SCHREIBUNG

## DIE BADGESTALTER



### Auszug aus der brand eins

Die Geburt einer neuen Marke beginnt mit der Namensfindung und der Logoentwicklung. Maxpartner hat den Markenprozess von Beginn an betreut und gestaltet bis hin zum kompletten Corporate Design und dem Markenhandbuch, der „Bibel“ für die teilnehmenden Handwerksbetriebe. Nun treten „Die Badgestalter“ an, um

zur führenden Marke für Sanitärhandwerk und -handel in Deutschland zu werden. (...)

Der Workshop in der Bruchsaler SHK-Zentrale ist so etwas wie die Geburtsstunde dieser Marke. Eingeleitet wird sie von Henning Fischer. Er ist 31 Jahre alt und Inhaber einer kleinen Düsseldorfer Werbeagentur, die das Logo der Marke – eine zerplatzter Wassertropfen, der sich zur Krone verformt – sowie ihr Corporate Design gestaltet hat. Der Politik- und Kommunikationswissenschaftler spricht langsam, bedächtig und vermeidet, während er sich mit der Fernbedienung in der Hand durch seine Beamer-Präsentation klickt, jeden Anflug von Werberprosa. „Eine Marke“, erklärt er der Runde, „ist so etwas wie ein positives Vorurteil. Von diesem Vorurteil können sie profitieren.“

Für Fischer, das ist ihm anzumerken, ist es nicht der erste Auftritt vor Handwerkern. Seine Agentur maxpartner hat sich auf die Beratung von Verbundgruppen spezialisiert und unter anderem einen Verband von Tiefkühlproduzenten, die Tischlergenossenschaft Meisterteam und den Schweißring (eine Vereinigung von Fachgroßhändlern für Schweißtechnik) marketingmäßig begleitet.

Ist das für einen Werber nicht ein ziemlich dröges Thema? „Keineswegs“, widerspricht Fischer, „die Verbundgruppen haben in den vergangenen 40 Jahren dem Mittelstand das Überleben gesichert. Nur weiß das kaum einer. Die Bäcker-genossenschaft Bäko beispielsweise kauft zu den gleichen Konditionen ein wie die großen Filialsysteme. Davon leben die Kleinen.“

Viele hätten sich längst vom Einkaufs- zum Dienstleistungsverbund gemausert, der seinen Mitgliedern in fast allen Geschäftsbelangen zur Seite stehe. „Nur mit Marketing tun sich die meisten schwer“, seufzt Fischer. „Verbundgruppen sind ein klassischer Hort der Marketingverweigerer – ihre Mitglieder sind nur selten Typen, die sich nach Feierabend auch noch freiwillig mit dem Thema auseinandersetzen.“ (...) ■

## NEU IM TEAM



### SARA PLOECKS

Verstärkt das Team als Assistentin der Geschäftsführung. Die gelernte Hotelfachfrau koordiniert in der Agentur alle internen Prozesse. Nach Tätigkeiten für das Hilton Hotel und eine Unternehmensberatung wechselte sie zu maxpartner. Ihre Freizeit verbringt die junge Mutter am liebsten mit ihrer zweijährigen Tochter in der Natur.

### AM RANDE NOTIERT:

#### ENTDECKUNG DER DIGITALEN WELT

Laut (N)Onliner Atlas der Initiative D21 ist die Internetnutzung bei den über 14-Jährigen in Deutschland 2009 um 2,9 Prozentpunkte auf 72 Prozent gestiegen. Binnen eines Jahres haben somit zwei Millionen Menschen die digitale Welt neu für sich entdeckt. Quelle: W&V ([www.wuv.de](http://www.wuv.de))

## LEISTUNGEN

### Markenentwicklung

- Corporate Design, Print (Imagebroschüren, Prospekte, Flyer)
- Anzeigenkampagnen
- Webdesign
- Öffentlichkeitsarbeit

### Handelsmarketing

- Direct- Marketing
- Absatzförderung/POS
- Werbekampagnen
- Vertriebsunterstützung

### Kundenbindung

- Strategieentwicklung
- Neukundengewinnung
- Kundenzufriedenheitsanalysen
- Dialog Marketing



### Kommunikationsagentur maxpartner GmbH & Co. KG

Rochusstraße 34 | 40479 Düsseldorf | Fon 0211 469597-10 | Fax 0211 469597-11  
 info@maxpartner.de | [www.maxpartner.de](http://www.maxpartner.de) | Ansprechpartner: Henning Fischer