

Ideenhaus PRESSE-INFORMATION

Erfolgsfaktor Spezialisierung: Wertorientiertes Markendesign aus dem Ideenhaus – Neue Gesellschafter

München: Das Ideenhaus meldet eines der erfolgreichsten Jahre in der 17-jährigen Unternehmensgeschichte. Der Grund: die konsequente Ausrichtung auf die Bedürfnisse des Marktes durch die Spezialisierung auf wertorientiertes Markendesign. Die beiden neuen geschäftsführenden Gesellschafter, Marion Endres und Julian Schäfer, fokussieren alle Ideenhaus-Aktivitäten auf die neue Positionierung.

Defizite erkennen und Lösungen bieten: Zunehmend mehr Unternehmen erkennen, dass nicht Werbung, sondern konsequente Markenführung zu nachhaltigem wirtschaftlichen Erfolg führt. Dies bedeutet, sich nicht von Trends oder von Aktivitäten der Wettbewerber treiben zu lassen, sondern alle Bestandteile des Markenauftritts aus dem Markenkern heraus zu entwickeln, um so ein durchgängiges und eindeutig wieder erkennbares Markenbild zu erzeugen. Die Grundlage hierfür ist die Markenstrategie, die in vielen Unternehmen vorliegt, jedoch meist nur ungenügend an die kreativen Umsetzer vermittelt wird. Das Ideenhaus schließt diese Lücke und hat sich auf die „Übersetzung“ von Markenstrategien spezialisiert.

Design mit Methode: Wertorientiertes Markendesign aus dem Ideenhaus. In einem mehrstufigen Prozess werden die in der Strategie definierten Markenkernwerte und die wichtigen Unterscheidungsmerkmale visuell übersetzt, d. h. sicht- und erlebbar gemacht. Einzigartig ist hierbei die analytische Vorgehensweise – im Gegensatz zum klassischen Kreativansatz. Design mit Methode ist kein Widerspruch, sondern die Basis für die Schaffung der selbstähnlichen (Weiter)-Entwicklung des Markendesigns. Aus der Visualisierung der Markenkernwerte werden im nächsten Schritt die Markenstilelemente (Logo, Form, Stilistik, Typographie) entwickelt und daraus resultierend das Kommunikationsdesign. Diese Erkenntnisse münden in ein Brand Design-Manual, das alle Anwendungsformen klar definiert und für alle Nutzer nachvollziehbar macht.



Risiko-Minimierung und Entscheidungssicherheit: Wertorientiertes Markendesign konsequent anzuwenden, ist vor allem eine Risiko-Minimierung bei Marketingentscheidungen. Denn der klar definierte Korridor verhindert teure Kreativ-Experimente, die sich zu weit vom Markenkern entfernen. Das Ideenhaus liefert die Basis, die es dem Kunden ermöglicht, in allen Bereichen mit einem einheitlichen und klar wieder erkennbaren Markenbild aufzutreten – so wie es von anziehungsstarken und werthaltigen Marken praktiziert wird.

Den hohen Nutzwert der strategischen Arbeit aus dem Ideenhaus beschreibt Urs Stalder, Marketingleiter der Sanitized AG: „Die Entscheidung, das Markendesign durch Ideenhaus schaffen zu lassen, bevor eine neue Kreativkampagne in Auftrag gegeben wird, hat unsere Entscheidungssicherheit erhöht und zeitaufwändige interne Diskussionen erheblich reduziert, da grundlegende und markenschonende Vorgaben im Vorfeld definiert und verabschiedet wurden“.

Von der Agentur zum Unternehmen: Geschäftsführerin Marion Endres sieht das Ideenhaus nicht als Agentur, sondern als methodisch arbeitendes Unternehmen: „Wir sind Unternehmer, denken wie Unternehmer und unsere Aufgabe ist, unsere Kunden bei der Erreichung ihrer Ziele zu unterstützen und nicht – wie sonst in der Branche häufig üblich – letztlich doch nur für Punkte im Kreativ-Ranking zu arbeiten“. Auch Kreativ-Geschäftsführer Julian Schäfer unterschreibt diese Aussage. Dass die Ideenhaus-Arbeiten dennoch auf hohem Kreativniveau sind, beweist beispielsweise der für die Winterthur Insurance gestaltete Geschäftsbericht, der vom Schweizer Wirtschaftsmagazin „Bilanz“ unter die Top 10 der „schönsten“ Geschäftsberichte gewählt wurde.

Die Spezialisierung auf wertorientiertes Markendesign lässt den Anteil des Auslandsgeschäftes weiter wachsen (derzeit über 60 Prozent). Deshalb werden die Aktivitäten zukünftig vom Münchner Büro aus stattfinden. Die bessere Infrastruktur und Erreichbarkeit der Kunden, aber auch der größere Mitarbeitermarkt gaben den Ausschlag für diese Entscheidung. Durch den Umzug in neue Büroräume wurde Raum für Expansion geschaffen.



Neue Gesellschafter: Im Zuge der Neuausrichtung wurde der Gesellschafterkreis um zwei langjährige Mitarbeiter erweitert: Marion Endres (37), seit 2001 als Geschäftsführerin für das operative Geschäft verantwortlich und Julian Schäfer (34), seit 2000 als Creative Director aktiv. Beide werden die Geschäftsführungsaufgaben wahrnehmen. Weitere Anteilseigner sind Ideenhaus-Gründer Klaus-Dieter Koch und Prof. Dr. Arnold Weissman, beide sind jedoch nicht in das operative Geschäft involviert. Derzeit sind 23 feste und einige freie Mitarbeiter im Ideenhaus tätig.

13. Dezember 2006

PRESSEKONTAKT:

PR-Büro Heinhöfer, Birgit Heinhöfer

Lindengasse 3, 90419 Nürnberg, Tel. 0911/ 300 349-0

info@pr-heinhoefer.de

