

## XXX schärft sein Profil

Wir sind „Experten aus Leidenschaft“ – mit diesem kraftvollen, dynamischen Slogan hebt sich XXX von seinen Mitbewerbern ab. Im heiß umkämpften Markt setzt XXX nicht nur auf harte Fakten, sondern auch auf emotionale Faktoren. Eine Imageanalyse vom Frühjahr 2012 bestätigte: Der Slogan hat enormes Potenzial. Grund genug, einen Blick zurück und in die Zukunft der Marke XXX zu werfen.

„Wir werden unser Marken-Image als Experten aus Leidenschaft weiter ausbauen. Kunden, Mitarbeiter und Partner nehmen uns als vertrauenswürdig und innovativ wahr.“ – Dies hat sich XXX in der XXX Strategie mit Beginn des Geschäftsjahres 2007/2008 zum Ziel gesetzt. Eine vertrauenswürdige Marke zu schaffen, sah die Geschäftsführung als wichtige und unentbehrliche Säule einer neuen Strategie an, die für dynamisches und profitables Wachstum steht. Denn eine starke Marke kann Kaufentscheidungen maßgeblich beeinflussen.

## Wie der Claim entstand

Die Arbeit am Markenimage begann 2008. Bis dahin hatte XXX in der Kommunikation stets seine fachliche Kompetenz in den Vordergrund gestellt. Die Markenidentität war produktorientiert und der Außenauftritt mutete nüchtern und sachlich an. In der Branche des Direktvertriebs von Kleinteilen, Werkzeugen und Verbrauchsmaterialien trägt eine solche Markenidentität jedoch nicht mehr dazu bei, XXX von seinen Mitbewerbern abzuheben. Denn die Wettbewerber verfolgen die gleiche Strategie: Jeder Anbieter strebt danach, seine Expertise herauszustellen. Dabei ist es für alle Anbieter schwierig, die Unterschiede zwischen ihren Produkten zu vermitteln und echte Innovationen profitabel umzusetzen.

Nachdem man diese Erkenntnisse gewonnen hatte, entschied sich XXX, die Markenidentität neu zu überdenken. Nach einer umfassenden Analyse, in die Ergebnisse aus Befragungen von Kunden und potenziellen Kunden sowie das Feedback aller Geschäftsführer und Holdingabteilungsleiter mit einflossen, wurde der Markenkern neu definiert. Kundenbefragungen hatten immer wieder bestätigt, dass XXX nicht nur für Kompetenz, sondern auch für Partnerschaft und Sympathie steht. Es wurde erkannt, dass sich XXX genau durch diese emotionalen Werte vom Wettbewerb unterschied. Der Claim „Experten aus Leidenschaft“ wurde geboren. Der Sympathieführer der Branche zu werden, war das neue Ziel.