



Presseinformation

„Marke ist mehr als Branding“

Bei der Veranstaltung des MC Saar in der Esplanade berichtet Christian Prill über erfolgreiche neue Marken.

Saarbrücken, 06. März 2017

„Welche Berufe sind morgen weg? Christian Prill, Geschäftsführer bei FACTOR in Hamburg, fand einen sehr unsanften Einstieg in seinen Vortrag. Zuvor hatten Simone Kiefer, Leiterin der Kreativ-Agentur m&r, und Jürgen Wellnitz, Vizepräsident des Marketingclubs Saar, die Gäste begrüßt, die den Saal in der Esplanade gut und erwartungsfroh gefüllt hatten.

Prill schilderte, wie die Digitalisierung nicht nur Jobs verdrängen wird, sondern auch Branchen. Aber: Im gleichen Zug schafft die Digitalisierung Neues. Beispiel Papier. Der traditionsreiche Papierhersteller Scheufelen hat mit seiner neuen Marke Meta Paper die Regalwand an Papiermusterbüchern auf ein einziges Buch reduziert, das 95 % aller gängigen Papiersorten abdeckt. Gleichzeitig hat er den Bestellvorgang in einen Onlineshop überführt und so den Großhandel übergangen. Und er hat eine Plattform geschaffen für alle, die mit Papier zu tun haben: Art Director/Designer, Drucker, Hersteller. Mit der Plattform wird auch die ganze Wertschöpfungskette verändert.

Kern dieser Idee, wie anderer Ideen auch, ist es, vom Anwender her zu denken und absolut nutzerorientiert zu agieren. Ein weiteres Beispiel dafür ist Lego, das zwar stets seine Bausteine im Fokus hat, aber ganze Spiel- und Spielfilmwelten mit seinen Storys füllt. Weiteres Beispiel ist Fond of Bags. Der Taschenhersteller hat in fünf Jahren 22 % Marktanteil bei Schulranzen erobert. Und das zu Preisen von über 200 Euro. Dabei kann jeder Schüler seinen „Ranzen“ mit immer neuen, per Klettmechanik anzubringenden Stickern individualisieren. Vom Konzept „Trekkingrucksack meets Schulranzen“ ausgehend hat er sein Angebot inzwischen in sieben Marken segmentiert.

Klarheit, Technologie, Empathie sind weitere Begriffe, an der sich das Branding innerhalb einer Digitalisierungsstrategie einer Marke orientieren sollte. Dann, so Prills Fazit, „ist die Marke mehr als Branding, dann ist sie ein freiwilliges soziales Bündnis“. Genug Stoff also, um beim langen und fröhlichen Get-together danach, kulinarisch ausgezeichnet versorgt, zu diskutieren.

[fb, Zeichen ~ ca. 2.050]

Pressekontakt

Marketingclub Saar e. V.
Talstraße 14 Am Schloß
66119 Saarbrücken
Bürozeiten: Di., Do. 9-16 Uhr

Telefon: 0681 8574-11
E-Mail: willkommen@marketingclub-saar.de
Web: www.marketingclub-saar.de



MARKETING CLUB
SAAR

Presseinformation

Über den Marketingclub Saar e.V.

Der Marketingclub Saar (MCS) ist einer der aktivsten Marketingclubs Deutschlands. Er ist ein Netzwerk an Führungskräften in der Saar-Lor-Lux Region und der kompetente Partner rund um die Themen Marketing und Vertrieb. Seinen derzeit über 400 Mitgliedern bietet der MCS ein reichhaltiges Veranstaltungsprogramm mit Vorträgen angesehener Experten zu aktuellen und grundlegenden Themen des Marketings sowie Best Practice Exkursionen zu etablierten Unternehmen und Start-ups mit zukunftsweisenden Geschäftsideen. Darüber hinaus ist der MCS eine Plattform für den branchenübergreifenden Erfahrungsaustausch und gibt trendorientierte, kreative Anregungen für die eigene berufliche Praxis.



Pressekontakt

Marketingclub Saar e. V.
Talstraße 14 Am Schloß
66119 Saarbrücken
Bürozeiten: Di., Do. 9-16 Uhr

Telefon: 0681 8574-11
E-Mail: willkommen@marketingclub-saar.de
Web: www.marketingclub-saar.de