

Branding Excellence

Zukunft gestalten und Werte schaffen
– Unternehmensvorstellung –

–
2021

red pepper



**»Wenn wir bewahren wollen,
was wir haben,
können wir vieles ändern.«**

—
frei nach Johann Wolfgang von Goethe

Liebe Interessent*innen,

der Erfolg von morgen hängt nicht nur vom Erfolg von gestern ab. Das Zitat von Johann Wolfgang von Goethe steht stellvertretend für die Situation, die uns die große Mehrheit der Unternehmer*innen und Fach- und Führungskräfte im Rahmen unserer Arbeit schildern. Ganze Branchen stehen am Beginn einer neuen Zeitrechnung oder durchlaufen zum Teil disruptive Veränderungsprozesse. Die Welt verändert sich rasend schnell. Sie ist komplex, hochdynamisch und extrem unbeständig. Im gleichen Zug verändern sich Inhalt, Bedeutung und praktische Umsetzung von Markenführung und Marketing.

Die Notwendigkeit starker Marken als Anker und Entscheidungshilfe für alle Zielgruppen nimmt zu. Gleichzeitig gilt es, die »Erlebniswelt Unternehmen« an allen Kontaktpunkten attraktiv und sinnvoll zu inszenieren. Hierfür braucht es einen starken ergänzenden Partner mit belastbaren Netzwerken. Als Berater, als Inspirator und Impulsgeber, als Sparringspartner und als leistungsstarker Umsetzer.

In fast zwei Jahrzehnten praktischer Markenarbeit haben wir für Sie wertvolle Erfahrungen gesammelt – bei bekannten Weltmarktführern und spannenden Hidden Champions.

Unsere bestehenden Kunden sind erfolgreiche Unternehmen. Es geht Ihnen darum, die Zukunft aktiv zu gestalten. Um die Potenziale von morgen zu nutzen und Werte zu erhalten oder neue – zu schaffen. Es geht Ihnen darum, heute die richtigen Hebel in Bewegung zu setzen, um morgen noch erfolgreicher zu sein.

Vielleicht gehören Sie bald auch dazu? Nutzen Sie unser Wissen. Es würde uns freuen.

Viel Spaß zunächst beim Studieren wünschen Ihnen

Jan Weller
Inhaber & Geschäftsführer

Dayen Hegemann
Inhaber & Geschäftsführer

Inhalt

1

Wer wir sind –
ein paar Fakten in Kürze

2

Ein Blick in
den Unternehmensalltag

3

Stellen Sie sich vor,
Sie hätten eine Lösung

4

Für wen wir arbeiten

5

Was uns
besonders macht

6

Was wir tun –
unsere Leistungen

7

Was unsere
Kunden sagen

8

Köpfe & Philosophie



1

Wer wir sind – ein paar Fakten in Kürze

—





Wer wir sind

Wir sind Spezialist für Marken und seit 20 Jahren erfolgreich am Markt. Als inhabergeführte Agentur für ganzheitliche Markenführung und kreative Unternehmensberatung haben wir uns auf neuroökonomisch fundierte Markenentwicklung und Markenführung spezialisiert. Laut Horizont-Ranking gehören wir zu den wichtigsten Markenagenturen in Deutschland.

Unsere eigenen Markenspezialisten ergänzen wir durch ein sehr gutes, belastbares und hochspezialisiertes Experten-/Partnernetzwerk. Mit einem Team von 35 festen und freien Mitarbeiter*innen gewährleisten wir ein Höchstmaß an Flexibilität und individueller fachlicher Expertise in den unterschiedlichen Projekten unserer Kunden. Sie finden uns an den Standorten »Weser-Elbe/Bremen« und »Rhein-Neckar/Karlsruhe«.

Was wir tun

Für unsere Kunden entwickeln wir ganzheitliche Markenlösungen in fünf Leistungssäulen:

- › **Brand Insights**
- › **Brand Strategy**
- › **Brand Experiences**
- › **Brand Implementation**
- › **Brand Management.**

Wir kombinieren dabei eine fundierte analytische und strategische Kompetenz mit exzellenter Konzeptions- und Umsetzungskompetenz. red pepper setzt neben bewährten Prinzipien aus der Praxis auf agile, innovative Methoden und insbesondere auf wissenschaftlich fundierte Erkenntnisse.



Fakten in Kürze

- › Spezialist für Marken
- › 20 Jahre erfolgreich am Markt
- › inhabergeführt
- › 35 Köpfe
- › hochspezialisiertes Partnernetzwerk
- › zwei Standorte
- › fünf Leistungssäulen für ganzheitliche Markenarbeit
- › neuroökonomisch fundiert
- › Kunden in B2B-/B2C-Branchen (Weltmarktführer/Hidden Champions)

Was uns besonders macht

Wir unterscheiden uns von anderen Agenturen insbesondere durch die Arbeit mit einem anwendungsorientierten Mix interdisziplinärer Wissenschaftsansätze aus den Bereichen Neurowissenschaften, Psychologie und Soziologie (Neuromarketing).

Dieses Wissen wenden wir in allen Bausteinen unserer Leistungskette an. Das Ergebnis sind emotionale Markenwelten auf Basis von »bedürfnisgerechten« Strategie- und Umsetzungslösungen. Für unsere Kunden bedeutet dies eine deutlich höhere Effizienz und Effektivität in Markenführung und Marketing.

Für wen wir arbeiten

Wir arbeiten für Unternehmen aus unterschiedlichsten B2B- und B2C-Branchen. Zu unseren Kunden gehören bekannte Weltmarktführer und spannende Hidden Champions aus:

- › **Industrie**
- › **Logistik**
- › **Handel**
- › **IT**
- › **Tourismus**
- › **Finanzdienstleistungen**
- › **Bildung**
- › **Energie**
- › **anderen Branchen**

A woman with long blonde hair, wearing a red long-sleeved sweater and blue jeans, is standing in an office. She is looking down at a large sheet of paper on a desk, holding a pen. The office has a laptop on the desk, a window in the background, and a whiteboard. The right side of the image is overlaid with a dark blue geometric shape containing text.

2

Ein Blick in den Unternehmens- alltag

Alles bleibt anders – Die Herausforderungen an Unternehmen steigen. Entscheider müssen neue Lösungen finden, um das eigene Unternehmen auf Kurs zu halten.



Alles bleibt anders – Veränderung bestimmt den Alltag

Die Welt verändert sich rasend. Sie ist komplex, hochdynamisch und sehr volatil. Zwei Einflussfaktoren befeuern diese Entwicklung: Die **Globalisierung** und die unaufhaltsame **digitale Transformation**. Der Wettbewerb wird in den meisten Branchen immer intensiver. Etablierte Marktverteilungen brechen auf. In den entwickelten Märkten finden wir fast ausnahmslos mehr oder weniger gesättigte Käufermärkte mit hohem Wettbewerbsdruck.

Geschwindigkeit ist Trumpf: Früher »fraßen« die Guten die Schlechten. Heute »fressen« die Schnellen die Langsamen.

Echte und für das gesamte Leistungsspektrum geltende Differenzierungsmerkmale sind selten. Produkt- und Servicequalitäten gleichen sich immer stärker an und werden zunehmend austauschbarer. Gleichzeitig sinkt die Kundenloyalität. Eine Optimierung der Leistung führt oft nicht zu einem Anstieg der Kundentreue. Veränderte Einkaufsprozesse führen zum Aufbrechen etablierter Beziehungen mit den eigenen Kunden. Buying-Centre-Strukturen und Sales Funnel werden zunehmend komplexer. Neue und vielschichtiger Beziehungen müssen aufgebaut werden. Human Centricity und Personalisierung werden stetig wichtiger.

Die Notwendigkeit starker Marken als Anker und als Entscheidungshilfe nimmt zu.



Digitalisierung als Chance

Gleichzeitig wird die Welt immer vernetzter. Sie rückt so enger zusammen. Nicht nur Produkte und Services werden digitalisiert. Das Gleiche gilt für Kundenprozesse und die Kommunikation. Die Markttransparenz steigt so erheblich. Kommunikationskanäle explodieren. Neue digitale Kommunikationsmittel und -wege zum Kunden müssen aufgebaut werden. Die passende Organisation und IT-Infrastruktur muss geschaffen werden. Kommunikation wird komplexer, wichtiger und zugleich wesentlich komplizierter.

Die Reizüberflutung zwingt Kunden zu starker Filterung. Und Absender zu intelligenteren Kommunikationslösungen, die es trotz zu vieler Absender mit zu vielen gleichen Botschaften in zu vielen Medien und Kanälen schaffen, Aufmerksamkeit und Relevanz zu erzeugen. Neben den Produkt- und Dienstleistungswettbewerb ist längst der Informationswettbewerb getreten. Reizdarwinismus ist das Schlagwort. Nur der beste und stärkste Reiz setzt sich durch.

**Emotionalisierung ist keine Kür.
Sie ist Pflicht.** 📖

👇 **Sie möchten mehr darüber erfahren,
dann lesen Sie unser eBook
»Acht Erfolgsfaktoren für Marken
im Mittelstand«.**



3

Stellen Sie sich vor, Sie hätten eine Lösung

In den vergangenen 20 Jahren haben wir Unternehmen bei äußerst komplexen Entwicklungsprozessen begleitet. Nutzen Sie diese Erfahrung für sich und Ihr Unternehmen.

Wir geben Ihnen Antworten, mit denen Sie die zentralen Herausforderungen meistern.

Starke Marken begeistern Menschen. Sie geben die notwendige Orientierung und Sicherheit in einer immer komplexer werdenden Welt. Wir helfen Ihnen dabei, einen Logenplatz im Kopf Ihrer Kunden einzunehmen.

Wir machen Sie zu einer starken Marke mit einer starken Unternehmensidentität – auf Basis fundierter Analysen und Strategien. Wir schaffen für Sie emotionale Markenwelten an allen Berührungspunkten und Design- und Kommunikationslösungen, die wirken und verkaufen. Mit der richtigen Organisation und der passenden Infrastruktur.

Mit uns nutzen Sie die Möglichkeiten der Digitalisierung gewinnbringend. Und wir machen aus Ihren Mitarbeiter*innen wertvolle Markenbotschafter. So gestalten wir mit Ihnen gemeinsam Zukunft und schaffen Werte – routiniert und erfahren. Natürlich gehört noch mehr dazu. Aber etwas brauchen wir ja noch für ein persönliches Gespräch.

Fragen, die wir für und mit unseren Kunden beantwortet haben – ein Auszug

01

Zielgruppen & Marktbearbeitung

- › Wie entwickeln wir abteilungsübergreifend ein tiefgreifendes und umfassendes Zielgruppenverständnis?
- › Wie sehen die relevanten Customer Journeys aus?
- › Wie gestalten wir die Prozesse, in denen wir mit unseren Hauptzielgruppen interagieren?
- › Welche Touchpoints bespielen wir wie?
- › Wie sieht die Begeisterungsstrategie aus?
- › Wie schaffen wir die Grundlage für ein effizientes Marketingcontrolling (KPIs, verbesserte Ziel- und Planungsprozesse über Abteilungsgrenzen hinweg)?

02

Kommunikation

- › Wie richten wir die gesamte Kommunikation zielgruppenspezifischer aus?
- › Wie erreichen wir neue Zielgruppen- und Marktsegmente?
- › Wie digitalisieren wir die Kommunikation bzw. wie machen wir Sie digital-ready?
- › Wie sieht die Content Strategy aus?
- › Wie sieht das Messaging-Konzept aus?
- › Wie integrieren wir »neue« B2B-Marketingkonzepte, wie z.B. Inbound-Marketing?
- › Wie verbessern wir die interne Kommunikation?
- › Wie schaffen wir begeisternde Markenerlebnisse an allen Touchpoints?
- › Wie sieht die nächste crossmediale Image- und Saleskampagne aus?

03

Markenstrategie

- › Wie entwickeln wir eine attraktive und emotionale Markenpositionierung?
 - › Wie machen wir diese so greifbar wie möglich?
 - › Wie schaffen wir wahrnehmbare Differenzierung, z.B. durch Emotionalisierung?
 - › Wie bauen wir ein nachhaltiges Employer Branding auf?
- Mehr zum Thema »Employer Branding« finden Sie in unserem eBook**

04

Design

- › Wie entwickeln wir eine markenzentrierte visuelle Identität (Corporate Design)?
- › Wie machen wir diese fit für die digitale Kommunikation bzw. die digitale Marktbearbeitung?
- › Wie schaffen wir ein intelligentes Designsystem mit der notwendigen Flexibilität?
- › Wie managen wir das Corporate Design durch intelligente Systeme vor allem auch für den Einsatz im internationalen Kontext?

05

— Produkte & Services

- › Wie schaffen wir in der externen Wahrnehmung den Shift vom Komponenten- zum Lösungsanbieter?
- › Wie entwickeln wir unsere Leistungs- und Wertschöpfungskette für die Kommunikation weiter?
- › Wie stellen wir unsere komplexen Leistungen so einfach und kundenfreundlich wie möglich dar?
- › Wie schärfen wir die korrespondierenden Leistungs-/Nutzenversprechen und Beweisführungen?

06

— Kultur/Verhalten

- › Wie implementieren wir die Marke in den Köpfen aller Stakeholder?
- › Wie machen wir Mitarbeiter*innen zu Markenbotschaftern?
- › Wie nutzen wir Marke, um die Unternehmenskultur weiterzuentwickeln?
- › Wie nutzen wir die Marke, um Verhaltenskodizes weiterzuentwickeln?

07

— Organisation

- › Wie schaffen wir eine zukunftsfähige und international gut aufgestellte Marketingorganisation (Ressourcen, Aufbau- und Ablauforganisation, Netzwerk, Infrastruktur)?
- › Welche Tools & Instrumente nutzen wir für das zukünftige Markenmanagement (z.B. Brand Management Plattformen, DAM-Systeme, Redaktionssysteme, Marketingautomation, etc.)?



Wir stellen häufig fest, dass unsere Kunden leichter Schmerzen oder Defizite benennen können, als fertig durchdachte Ideen für Lösungen und damit konkrete Aufgaben an uns.

Nicht verwunderlich angesichts der Komplexität vieler Aufgaben. Vielleicht geht es Ihnen genauso?

In eine Zusammenarbeit starten wir in der Regel 01 mit einem persönlichen und kostenlosen Kennenlern- und Orientierungsgespräch 02 mit einem Orientierungsworkshop im zweiten Schritt (bei komplexen Aufgabenstellungen)



4

Für wen wir arbeiten

20 Jahre B2B- und B2C-Kompetenz, zahllose
Branchen, unterschiedlichste Unternehmensgrößen –
unser Referenzportfolio



Wir arbeiten für Unternehmen aus unterschiedlichsten B2B- und B2C-Branchen. Zu unseren Kunden gehören bekannte Weltmarktführer und spannende Hidden Champions aus Industrie, Logistik, Handel, IT, Tourismus, Finanzdienstleistungen, Bildung, Energie und anderen Branchen.

Hier sehen Sie einen Auzug unserer Kunden.



5

Was uns besonders macht

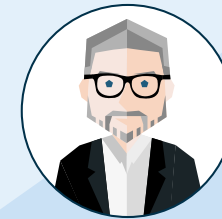
Wir sind bundesweit anerkannter Spezialist
für neuroökonomisch fundierte Markenarbeit.

Wir sind bundesweit anerkannter Spezialist für neuroökonomisch fundierte Markenarbeit.

In einen einzigartigen Prozess integrieren wir die besonderen Erkenntnisse des Neuromarketings in unsere Markenarbeit. Neuromarketing ist ein interdisziplinärer Marken- bzw. Marketingansatz. Mit ihm verknüpfen wir neurowissenschaftliche Erkenntnisse mit Erkenntnissen aus der Psychologie, der Soziologie, der Philosophie und den Kulturwissenschaften.

Dieses faszinierende Wissen wenden wir in allen Bausteinen unserer Leistungskette an – in Markenanalysen und Markenstrategie, in Markendesign, Markenkommunikation und Markenimplementierung.

So schaffen wir emotionale Markenerlebnisse, die dort ansetzen, wo alle Entscheidungen getroffen werden – im Kopf der Menschen, mit denen wir zu tun haben.



»Wir sind alle mit dem Paradigma der Rationalität aufgewachsen. Von Kindesbeinen an hört man: Sei vernünftig!

Die Erkenntnisse der Psychologie und der Neurobiologie zeigen aber, dass Rationalität zwar durchaus im Gehirn ihren Platz einnimmt, aber keinen Zugriff auf die Zentren hat, die unser Verhalten steuern.«

Zitat Prof. Dr. Dr. Gerhard Roth, Institut für Hirnforschung, Universität Bremen

Warum ist das interessant?

Neuromarketing schafft die Grundlagen für ein äußerst fundiertes Menschen- bzw. Zielgruppenverständnis. Es setzt den Menschen in den Fokus aller Betrachtungen. Marken richten sich an Menschen. Egal ob im Rahmen von Verkaufs-, Service- oder Recruitingprozessen. Entscheidungen für oder gegen eine Marke werden z.B. in hohem Maße unbewusst, situations- und kontextbezogen getroffen. So werden emotionslose Botschaften von den Zielgruppen herausgefiltert und bleiben unbeachtet.

Um Ihre Marke erfolgreich führen zu können, sollten Sie von Ihren Zielgruppen wissen,

- › wie sie genau entscheiden
- › warum sie sich tatsächlich für oder gegen eine Marke / ein Produkt / eine Dienstleistung entscheiden
- › welche Faktoren ihre Entscheidungen beeinflussen und wie wir diese positiv beeinflussen können
- › welche situativen Kontexte wie zu berücksichtigen sind
- › welche inneren Antreiber (Motive und Emotionen) ihr Handeln leiten
- › etc.

Um Ihre Marke erfolgreich führen zu können, müssen Sie außerdem wissen, wie Sie dieses Wissen im Rahmen Ihrer Markenerlebnisse übersetzen:

- › Wie entwickeln Sie visuelle Markenerlebnisse mit den richtigen und perfekt aufeinander abgestimmten impliziten und expliziten Codes?
- › Wie entwickeln Sie kommunikative Markenerlebnisse mit Botschaften, die die richtigen Trigger einsetzen?
- › Wie nutzen wir implizite Verhaltensprogramme und -muster für überzeugende Argumentationen und Kommunikationsinhalte?
- › Wie entwickeln Sie persönliche Markenerlebnisse, die multisensual perfekt inszeniert sind und flexibel auf unterschiedliche Persönlichkeitstypen zugeschnitten werden können?
- › etc.

Nutzen Sie unser Wissen im Rahmen der Markenentwicklung, bei der Entwicklung von Designlösungen, bei der Entwicklung von Marketingkonzepten oder im Rahmen der Umsetzung einzelner Kommunikationsmaßnahmen (z.B. Websites oder Kampagnen).

Was haben Sie davon?

Im Ergebnis erreichen Sie mehr Effektivität und Effizienz. Und zwar in Markenführung, Kommunikation und Sales – bei optimiertem Einsatz Ihres Marketingbudgets. Mit ausschließlich klassischen Methoden der Markenentwicklung und -führung wäre dies nicht möglich. Sie schaffen Wettbewerbsvorteile durch bessere Zielgruppenansprache und sichern sich entscheidendes Know-how zum Meistern der digitalen Transformation in Marke, Kommunikation und Sales. Die wissenschaftliche Begründung der Maßnahmen hat einen weiteren entscheidenden Vorteil: Die Nachvollziehbarkeit der Wirksamkeit jenseits des Bauchgefühls. Für hohe Entscheidungssicherheit auf allen Unternehmensebenen. ☞





6

Was wir tun – unsere Leistungen

Wir entwickeln ganzheitliche Markenlösungen.
Von der Analyse über die Strategie bis hin zu
Konzeption, Umsetzung und Supervision.
Inhouse oder gemeinsam mit unserem starken
Partnernetzwerk für Spezialaufgaben.

Ganzheitliche Markenführung – Wie Ihr Unternehmen zur »Erlebniswelt« wird

Markenentwicklung ist ein langfristiger und ganzheitlicher (holistischer) Prozess. Wir arbeiten seit vielen Jahren konsequent und erfolgreich nach unserem identitätsbasierten Markenansatz. Kernziel dabei ist, die Marke als nach außen und innen wirkendes Steuerungsinstrument zu entwickeln.

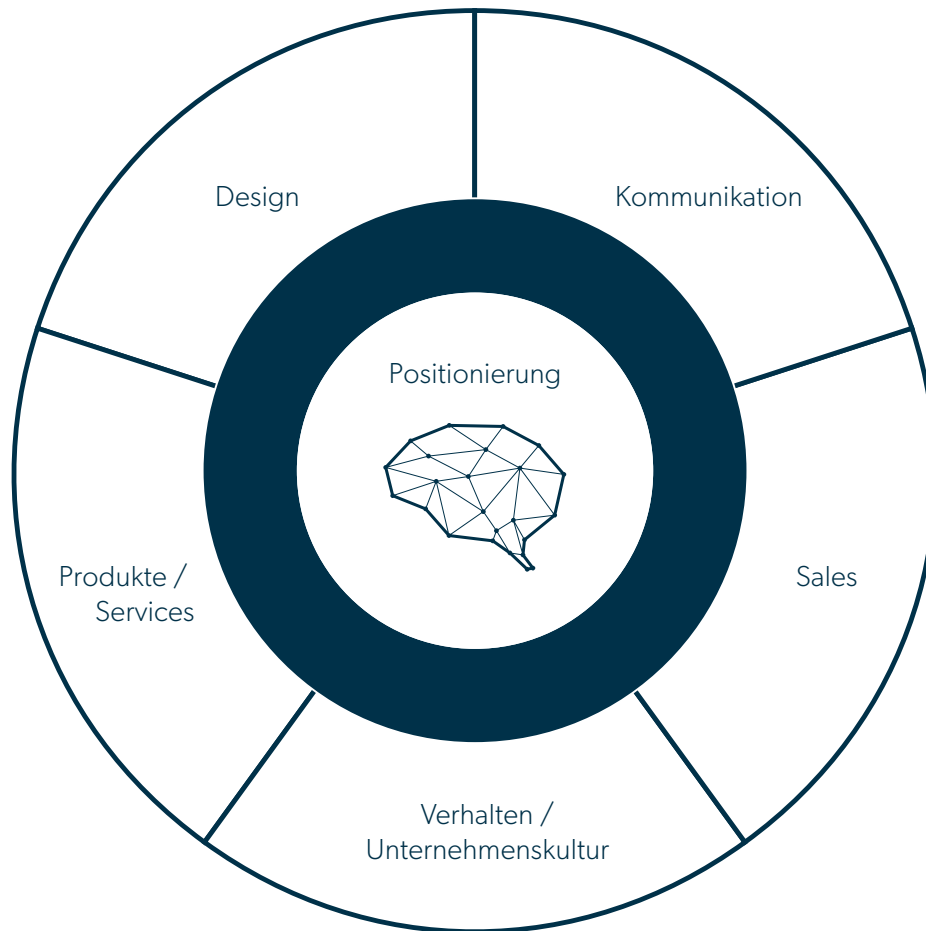
Die Marke spiegelt dabei zunächst die Identität Ihres Unternehmens wider. Sie achtet darauf, nicht mehr zu versprechen, als Ihr Unternehmen und Ihre Produkte zu halten vermögen.

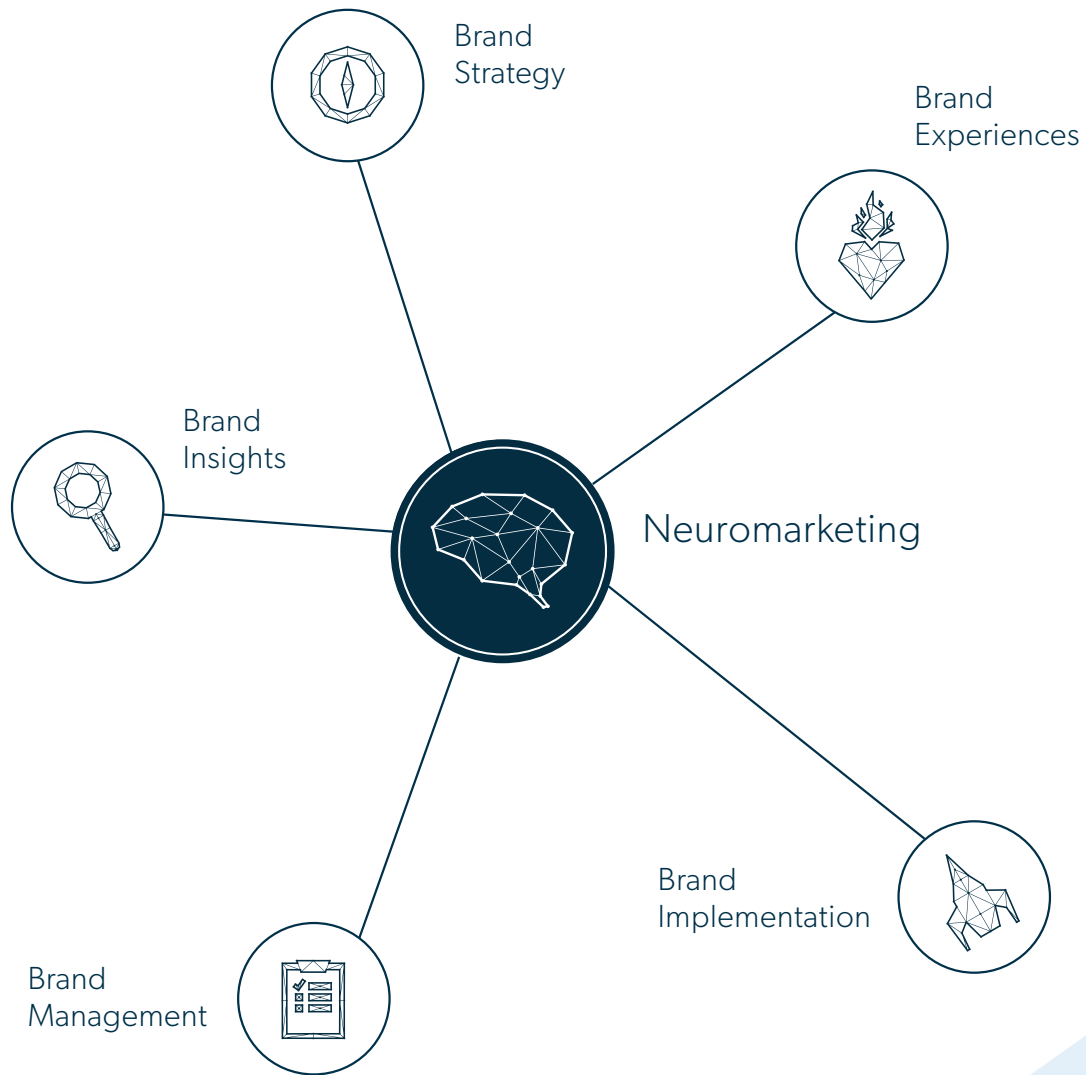
Die Marke steuert aber auch die Gestaltung der Beziehungen zu den Stakeholdern des Unternehmens – also z.B. Kunden, Investoren, Mitarbeitenden oder Gesellschaftern.

Die Berücksichtigung der wichtigsten Stakeholdererwartungen an die Marke ist daher im Rahmen der Markenentwicklung genauso wichtig, wie die Berücksichtigung der identitätsstiftenden Faktoren.

Fünf Dimensionen machen Ihre Marke erlebbar. Sie stehen – wie bei einem Mobile – in enger Wechselwirkung zueinander. In ihrer Gesamtheit bilden sie die »Erlebniswelt« Ihres Unternehmens, die sie über die Zeit ausgestalten können.

Mit einer starken Positionierung als Kompass und Basis für konsistente Markenerlebnisse und deren Entwicklung bzw. Steuerung.





Unsere Markenlösungen basieren auf fünf Säulen

Für unsere Kunden entwickeln wir ganzheitliche Markenlösungen in fünf Leistungssäulen: Brand Insights, Brand Strategy, Brand Experiences, Brand Implementation und Brand Management. Wir kombinieren dabei eine fundierte analytische und strategische Kompetenz mit exzellenter Konzeptions- und Umsetzungskompetenz. red pepper setzt neben bewährten Prinzipien aus der Praxis auf agile, innovative Methoden und insbesondere auf wissenschaftlich fundierte Erkenntnisse.



Brand Insights

Markenanalyse: Das starke Fundament Ihrer Marke

Wo steht Ihre Marke heute und wo liegen ihre Potenziale für die Zukunft? Wodurch kann Ihre Marke Kaufbereitschaft erzeugen und Vertrauen und Bindung aufbauen? Wir beleuchten Ihre Marke ganzheitlich und wissenschaftlich fundiert: Positionierung, Design, Kommunikation, Wettbewerbsumfeld & Zielgruppen, Leistungsspektrum, Corporate Culture und vieles mehr. Mit unseren bewährten Methoden und Instrumenten schaffen wir für Ihre Marke die notwendige analytische Basis für eine erfolgreiche Zukunft.

Leistungsangebot (Auszug)

› Business-Strategy-Analysen

› Touchpointanalysen

› Zielgruppenanalysen

- . Motiv- und Werteanalysen
- . Kauftreiberanalysen
- . Insightanalysen
- . Imageanalysen

› Markenumfeldanalysen

› Markenerlebnisanalysen

- . Design- & Kommunikationsanalysen
- . Sales-Experience-Analysen
- . Service-Experience-Analysen
- . Kultur- & Verhaltensanalysen
- . Leistungsanalysen
(Produkte und Dienstleistungen)



Brand Strategy

—
Markenstrategie: Der klare Standpunkt Ihrer Marke

Wofür steht Ihre Marke? Was sind Ihre Ziele? Wie können Sie mit Ihrer Marke Emotionen wecken? Wie wird aus Ihrer Marke eine echte Persönlichkeit, die Menschen crossmedial an allen analogen und digitalen Touchpoints begeistert? Das sind Fragen, die wir mit der Markenstrategie beantworten. Klar und bildhaft formuliert. Als belastbare Basis für die weitere Entwicklung Ihrer Marke.

Leistungsangebot (Auszug)

- › **Vision & Big Picture**
- › **Brand Portfolio-/Brand Architecture Strategy**
- › **Brand Definition**
 - . Markenpositionierung
 - . Markenstories
 - . Markenpersönlichkeiten
 - . Markenleitbilder
- › **Creative Ideas (Markenleitideen)**



Brand Experiences

Markendesign: Der überzeugende Auftritt Ihrer Marke.

Es gibt keine zweite Chance für den ersten Eindruck. Wie die Kleidung beim Menschen ist das Corporate Design Ausdruck der Markenpersönlichkeit. Markendesign ist ein anerkannter Differenzierungsfaktor und wissenschaftlich nachgewiesener Kauftreiber. Wir entwickeln erfolgreiche Markenidentitäten multisensual. Mehrfach preisgekrönt und auf Basis unserer neuroökonomischen Expertise zielen wir mit unseren Designlösungen direkt ins Unterbewusstsein der Zielgruppen. Dorthin, wo 85 % aller Kaufentscheidungen getroffen werden.

Leistungsangebot (Auszug)

› Corporate-Design-Entwicklung

› Corporate-Design-Umsetzung

- . Geschäftsausstattungen
- . Signaletik / Beschilderungssysteme
- . Gebäudebranding (innen & außen)
- . Interior Design
- . Soundbranding
- . Packaging Design
- . Editorial Design
- . Motion Design
- . Digital Design
- . Corporate Fashion

› Corporate-Design-Management

- . Styleguides / CD-Manuale
- . Entwicklung von Designprozessen
- . Entwicklung von Designmanagementsystemen
- . Aufbau von Template- & Bilddatenbanken



Die Markenkommunikation: So spricht Ihre Marke

Gut geplante und ausgesteuerte Markenerlebnisse an allen Kontaktpunkten sind der entscheidende Erfolgsfaktor für Ihre Marke. Denn sie prägen das Markenbild im Kopf Ihrer Zielgruppen. Mit den richtigen Markenerlebnissen schaffen Sie »Fans«. Wir entwickeln Lösungen für alle Kontaktpunkte. Ob analog oder digital, ob medial oder persönlich. Damit Sie immer und überall den gleich guten Eindruck hinterlassen. Um dies zu gewährleisten, arbeiten wir unterstützend mit unserem leistungsfähigen Netzwerk zusammen.

Leistungsangebot (Auszug)

› Konzeption & Umsetzung von externen Kommunikationsmaßnahmen

- . Print
 - › Image- & Informationsbroschüren
 - › Geschäftsberichte
 - › Anzeigen & Plakate
- . Digital
 - › Webdesign
 - › App-Konzeption
 - › Online-Marketing
- . Marke im Raum
 - › Messeauftritte
 - › Gebäudebranding

› Film

- › Unternehmens- / Image-/Produktfilme
- › 3D-Animationen



Brand Implementation

Markenimplementierung: Die Verankerung Ihrer Marke

Erfolg hat, wer andere für seine Ideen gewinnt. Ihre Mitarbeiter können nur dann wirklich erfolgreich für Ihre Marke eintreten, wenn sie diese verstehen, sich mit ihr identifizieren und sich von ihr inspirieren lassen. Gezielte Mitarbeiterintegration ist eine der wichtigsten Aufgaben entlang des gesamten Markenentwicklungsprozesses. Information, Involvement und Qualifikation lauten die Zauberwörter dieser guten Investition. Denn gute Markenbotschafter aus dem eigenen Unternehmen sind nicht nur am glaubwürdigsten, sondern auch ein wichtiger Wirtschaftsfaktor. Wir unterstützen Sie mit unserer Expertise, um Veränderungsprozesse im Sinne der Marke zu moderieren, zu finalisieren und begleitend zu kommunizieren.

Leistungsangebot (Auszug)

- › **Roll out Strategie**
- › **Brand Coaching & Training**
 - . Schulungen
 - . Trainings
 - . Workshops
- › **Brand Engagement**
 - . Brand Days
 - . Brand-Events & Roadshows
 - . Brand Competitions
 - . Brand-Books
 - . Interne Kampagnen



Brand Management

—
Markenmanagement: Richtig in die Zukunft steuern

Damit Ihre Marke zukunftsfähig bleibt, muss sie gezielt gesteuert werden. Dazu gehören eindeutige Ziele, die richtigen Kennzahlen, eine gute Organisation des Brand Managements, zweckmäßige Tools, eine regelmäßige Supervision und Reflexion und vieles mehr. Eine Marke ist ein lebendiges System. Wir unterstützen Sie dabei, dass sich dieses im Sinne der Strategie weiterentwickeln kann. Und so, wie es für Ihr Unternehmen am zweckmäßigsten ist.

Leistungsangebot (Auszug)

› Dokumentation von Standards

. Brand Guidelines (Dokumentation & Pflege)

› Steuerung von Marken

. Brand Management Plattform (Aufbau & Pflege)

. Aufbau Brand Management - & Marketing-Organisation

› Brand Controlling

. Kennzahlen- und Zielsysteme

. Brand Supervision/-Sparring

Unsere Arbeit ist mehrfach ausgezeichnet.



reddot design award





7

Was unsere Kunden sagen

Vertrauen muss man sich erwerben.
Durch exzellente Leistungen. Über einen
langen Zeitraum.



Christian Meyer-Hammerström

Geschäftsführer, Osterholzer Stadtwerke,
Osterholz-Scharmbeck

»red pepper zeichnet sich durch eine ausgeprägte Strategie- und Konzeptionsstärke aus. Mit dem Ansatz der identitätsbasierten Markenführung setzt red pepper Maßstäbe. Die Agentur verfügt über eine fundierte branchenspezifische Expertise im Energiemarkt.

Durch ihre Arbeit und ihre integrative Kraft hat die Agentur einen entscheidenden Anteil am Gelingen der Fusion und am erfolgreichen Markteintritt unseres neuen Unternehmens. Herzlichen Dank.«



Torsten Brandt

Leiter Unternehmenskommunikation,
Landgard eG

»red pepper hat uns bei der Neupositionierung unserer Unternehmensmarke mit einem klaren und für alle Zielgruppen verständlichen Markenauftritt geholfen. Der neue gestalterische Auftritt gibt Sicherheit, Orientierung, Klarheit und setzt neue Impulse innerhalb unseres Konzerns.«



Kaveh Etemadi

Geschäftsführer,
convent experts GmbH

»Für mich war das absolute Highlight der Zusammenarbeit der Termin, wo ich für mich realisiert habe, dass red pepper mich – uns – total versteht.«



Andreas Müller

Geschäftsführer,
Doepke Schaltgeräte GmbH, Norden

»red pepper hat einen enormen Anteil im Rahmen unserer Unternehmensentwicklung. Fachexpertise gepaart mit menschlicher Stärke überzeugen uns seit Jahren. red pepper tut unserem Unternehmen gut.«



Cornelia Böckmann

Leiterin Unternehmenskommunikation,
Meyer & Meyer GmbH & Co KG, Osnabrück

»Im Rahmen unserer Neupositionierung als Fashionlogistik-Spezialist hat red pepper kreativ wie auch strategisch eine äußerst überzeugende Arbeit für Meyer & Meyer geleistet. Das haben uns auch die positiven Reaktionen unserer Kunden und Geschäftspartner gezeigt.«



Matthias Getzlaff

—
Mitglied der Geschäftsleitung,
Stübbe GmbH & Co KG, Vlotho

»red pepper hat eine vollkommen neue
Energie in unser Unternehmen gebracht.
Als Berater, Inspirator, Sparringpartner,
Coach und Supervisor.«



Ingo Köhler

—
Vorsitzender der Geschäftsführung,
Kellog (Deutschland) GmbH

»Markenführung ist komplex –
Neuromarketing hilft bei der effizienten
Umsetzung. Die Lösungen von red pepper
waren ›Augen öffnend‹. Danke.«



David Krampe

—
Marketing Communications,
Lenze SE, Hameln

»Es gibt Projekte, bei denen auf gar keinen Fall etwas
schiefgehen darf. Die Stärken von red pepper waren
immer analytische und strategische Überzeugungskraft,
Schnelligkeit, unbedingte Zuverlässigkeit, state-of-the-
art-Know-how und -Methoden sowie Kreativität.
Daher ist red pepper heute unsere Leadagentur.«



8

Köpfe & Philosophie

Ein Unternehmen mit Leidenschaft
entsteht mit Unternehmern
aus Leidenschaft.



**Sie sind interessiert
an Praxisbeispielen
oder weiteren
Informationen?**

Wir freuen uns, von
Ihnen zu hören.

Telefon +49 (0) 421 240 330 – 0
willkommen@redpepper.de

Über die Autoren



Jan Weller

ist Inhaber und Geschäftsführer von red pepper. In dieser Funktion verantwortet er heute den Bereich Business Development. Er hat in seiner beruflichen Laufbahn zahlreiche Markenentwicklungsprojekte sowohl im B2B- als auch im B2C-Kontext erfolgreich begleitet und tut das auch heute noch in ausgewählten Projekten. Zu seinen Kunden zählen Unternehmen aus Industrie, Logistik, IT, Energie, Tourismus, Medien und weiteren Branchen. Jan Weller ist Unternehmer aus Leidenschaft und brennt dafür »Energie in Unternehmen zu tragen«. Dies tut er – wo nötig – mit der notwendigen Portion »Kante« und »Unbequemlichkeit«. Der gelernte Industriekaufmann (Beck's Brauerei) studierte an den Universitäten in Bamberg und Barcelona internationales Management und Marketing mit dem Abschluss Diplom-Kaufmann. Jan Weller ist zertifizierter Business Trainer und Business Coach (dvct). Neben red pepper BRANDING ist Jan Weller im Rahmen von red pepper NEXT als Unternehmensberater im Bereich systemische Unternehmensentwicklung unterwegs. Hier berät er Unternehmer*innen und Unternehmen im Rahmen von Geschäftsmodellentwicklungen, Innovations- und Transformationsprozessen und anderen Themen. Jan Weller ist 1974 geboren und lebt mit seiner Frau und zwei Kindern in Bremen.



Dayen Hegemann

ist Gründer und Geschäftsführer von red pepper. Er verantwortet den Bereich Sales und Marketing. In seiner beruflichen Laufbahn hat er zahlreiche Markenentwicklungsprojekte im B2B-Kontext erfolgreich begleitet und abgeschlossen und ist auch heute noch in ausgewählten Projekten aktiv. Zu seinen Kunden gehören Unternehmen aller Größenkategorien – vom Konzern bis zum Kleinunternehmen. Der gelernte Werbekaufmann hat das Kommunikationsgeschäft von der Pike auf gelernt. In den vergangenen Jahren hat Dayen Hegemann sich stark auf alle Fragen der digitalen Markeninszenierung und Kommunikation spezialisiert. Er ist Unternehmer durch und durch und brennt für den messbaren und nachhaltigen Erfolg seiner Kunden. Dayen Hegemann zeichnet neben seiner exzellenten Fachkompetenz vor allem eine ausgeprägte Empathie aus, die er im Rahmen seiner Arbeit erfolgreich zu nutzen weiß. Er ist zertifizierter Business Coach (dvct). Dayen Hegemann ist 1976 geboren lebt mit seiner Lebensgefährtin und seinem Sohn in Bremen.

Weitere Informationen zu unserem Unternehmen, unseren Leistungen und ausgewählten Spezialthemen finden Sie unter:

E-Book

—

#1

»Branding Excellence« Ganzheitliche Markenentwicklung in der Praxis für Marken im Mittelstand

Warum brauchen wir die Kraft der Marke?
Welchen Nutzen bietet ganzheitliche Markenarbeit?
Wie wird Ihr Unternehmen zur erfolgreichen »Markenerlebnisswelt«, und wie sieht der Prozess einer ganzheitlichen Markenentwicklung aus?
Wie gestalten Sie die optimale Projektorganisation, und wie starten Sie optimal in ein Markenprojekt?

Eine Guideline für alle, die erfolgreich in ein Markenprojekt starten wollen.

E-Book

—

#3

»Employer Branding – Zukunftspfade: Der Weg zu einer starken Arbeitgeber- marke und einem attraktiven Unternehmen«

Wie werden Sie zu einem erfolgreichen Arbeitgeber? Wie nutzen Sie in diesem Zusammenhang die Prinzipien starker Markenarbeit?

Eine Einführung in ein wichtiges Zukunftsthema. Denn Fachkräftemangel bedroht die Unternehmensentwicklung.

E-Book

—

#2

coming soon

»Vorsprung durch Neuromarketing«

Der Mensch als Entscheider sollte in allen Kommunikationsdisziplinen immer im Fokus stehen. Neuromarketing bündelt Forschungsergebnisse und Wissen aus zahlreichen Wissenschaftsdisziplinen, die sich mit der Funktionsweise und dem Verhalten von uns Menschen beschäftigen (z.B. Neurowissenschaften, Psychologie, etc.). Das Ziel dabei ist, diese Erkenntnisse für das Marketing anwendbar zu machen.

Dieses E-Book ist eine komprimierte Einführung in dieses spannende aber komplexe Thema:
Was ist Neuromarketing überhaupt? Was sollten wir über uns Menschen wissen?
Wie nehmen wir wahr? Wie entscheiden wir?
Was beeinflusst unsere Entscheidungen?
Welche Bedeutung haben Emotionen, Erlebnisse und Beziehungen? Wie gestalten Sie diese erfolgreich?
Wie und wo setzen Sie Neuromarketing in der Praxis ein? Welche konkreten Beispiele/Anwendungsfälle gibt es? Welchen Nutzen hat das?



Website

—
www.redpepper.de



Social Media

—
www.facebook.com/redpepper.markenverankerung/
www.instagram.com/redpeppergmbh



Blog

—
www.blog.redpepper.de

E-Book

—

#4

»Acht Erfolgsfaktoren für Marken im Mittelstand – Ein Denkanstoß von Prakti- kern für B2B-Praktiker«

Acht grundlegende Faktoren für eine erfolgreiche Markenführung für alle Entscheider in der Unternehmens- und Markensteuerung.

E-Book

—

#5

»Digitale Kommunikation optimieren« Lösungen und Beispiele für zeitgemäße digitale Medien

»Digital first« ist das Credo in den meisten Kommunikationsabteilungen.
Welche Herausforderungen gilt es zu lösen?
Wie digital sind Sie eigentlich?
Welchen Nutzen stiftet die konsequente Digitalisierung der Unternehmenskommunikation?
Welche konkreten Lösungen und Anwendungsfälle sind in der Praxis wirklich spannend? Und Was sollten Sie im Rahmen der Umsetzung berücksichtigen?

Dieses E-Book gibt einen praktischen Einblick, wie Sie Ihre Medienlandschaft digitalisieren können und worauf Sie dabei achten sollten.

E-Book

—

#6

»Digitale Kundenkommunikation im B2B« Bits & Bytes statt Meet & Greet

Seit Frühjahr 2020 ist klar, dass der persönliche Kundenkontakt auch in Zukunft in starkem Maße neuen digitalen Formen weichen wird.

Welche Herausforderungen gilt es zu lösen?

Welche Lösungen bieten wir an?

Wie können Sie sinnvoll starten?

Wie sieht ein Lösungsbaukasten für schnelle Erfolge aus? Wie sieht ein Lösungsbaukasten für mittel- und langfristige Erfolge aus?

Wie profitieren Sie als Unternehmen?

Ein erster Impuls für alle, die nach praktischen Lösungen suchen.



Website

—

www.redpepper.de



Social Media

—

www.facebook.com/redpepper.markenverankerung/

www.instagram.com/redpeppergmbh



Blog

—

www.blog.redpepper.de

Ihr Kontakt zu uns



red pepper
Gesellschaft für neurowissenschaftliche
Markenverankerung mbH

Büro Weser/Elbe
Konsul-Smidt-Straße 8K
28217 Bremen

Telefon +49 (0) 421 240 330 – 0
willkommen@redpepper.de
www.redpepper.de

Anfahrt



red pepper
Gesellschaft für neurowissenschaftliche
Markenverankerung mbH

Büro Rhein/Neckar
Martin-Luther-Straße 45a
76829 Landau in der Pfalz

Telefon +49 (0) 6341 708 986 – 3
willkommen@redpepper.de
www.redpepper.de

Anfahrt



red pepper

© red pepper
Gesellschaft für neurowissenschaftliche
Markenverankerung mbH

Die Inhalte dürfen nicht ohne vorherige
Zustimmung veröffentlicht werden.