

## MARKENTECHNIK CONSULTING entwickelt zukunftsweisendes Marken-Management-System für Duden

Hamburg, 1. Dezember 2006



Die Hamburger Unternehmensberatung MARKENTECHNIK CONSULTING hat für Duden ein Managementsystem entwickelt, das die Markenführung auf eine neue, ganzheitliche Basis stellt und die Marke fit macht für ihre besonderen Herausforderungen.

Für eine Ausnahmemarke wie Duden bedeutet Markenführung weit mehr als Werbung und Design:

Es ist eine umfassende Managementaufgabe, die die Leistungen aller Verlagsbereiche betrifft. Deshalb entwickelte MARKENTECHNIK CONSULTING in Zusammenarbeit mit dem Topmanagement von Duden ein Steuerungssystem, das die Marke als kontinuierlichen Prozess im Unternehmen nach dem Ursache-Wirkungs-Prinzip organisiert. Es wurden mehr als hundert konkrete Leistungspunkte definiert, die für das hohe Ansehen von Duden bei seinen Kunden ausschlaggebend sind.

Der Anlass, sich konsequent mit der Markenführung zu beschäftigen, ist die Expansion von Duden in neue Kompetenzbereiche wie Kinderbücher, Neue Medien sowie den Schulbuchmarkt und die damit verbundene Zielsetzung, die besondere Stellung von Duden auch in diesen neuen Bereichen durch hervorragende Leistungen zu festigen.

Der verantwortliche Duden-Vorstand Ulrich Granseyer sieht in dem Marken-Management-System ein effizientes Führungsinstrument, das die strategische Markenausrichtung mit dem Tagesgeschäft der einzelnen Verlagsbereiche verbindet: „Besonders wichtig ist uns, dass die Mitarbeiter damit sehr klare Richtungsvorgaben für ihre Aufgabengebiete erhalten, aber nicht durch zu starre Regeln in ihrer Eigeninitiative gehemmt werden.“

Eingesetzt wurde eine von MARKENTECHNIK CONSULTING entwickelte und exklusiv angebotene Methode. Sie ermöglicht es, eine Kausalbeziehung herzustellen zwischen den beabsichtigten Außenwirkungen der Marke und den konkreten Leistungen und Aktivitäten der verschiedenen Unternehmensbereiche. Im Unterschied zu konventionellen Markentools wird dabei keine nur kurzzeitig nutzbare Marken-Interpretation erstellt, sondern ein langfristig einsetzbares Managementinstrument installiert, das die Basis für Zielvereinbarungen, markenbezogenes Projektmanagement und detaillierte Umsetzungskontrolle bietet.

Kontakt:

MARKENTECHNIK CONSULTING

Oelkersallee 42-44

22769 Hamburg

Tel. +49 (0)40 431 831 72

Fax +49 (0)40 431 831 74

[mail@markentechnik-consulting.de](mailto:mail@markentechnik-consulting.de)

