

The logo for 'empower' is displayed in a dark blue, sans-serif font. To the right of the text is a small icon consisting of three blue squares of varying sizes arranged in a triangular pattern.

**empower**

# Brand Management und Rebranding

---

Herausforderungen & Lösungen

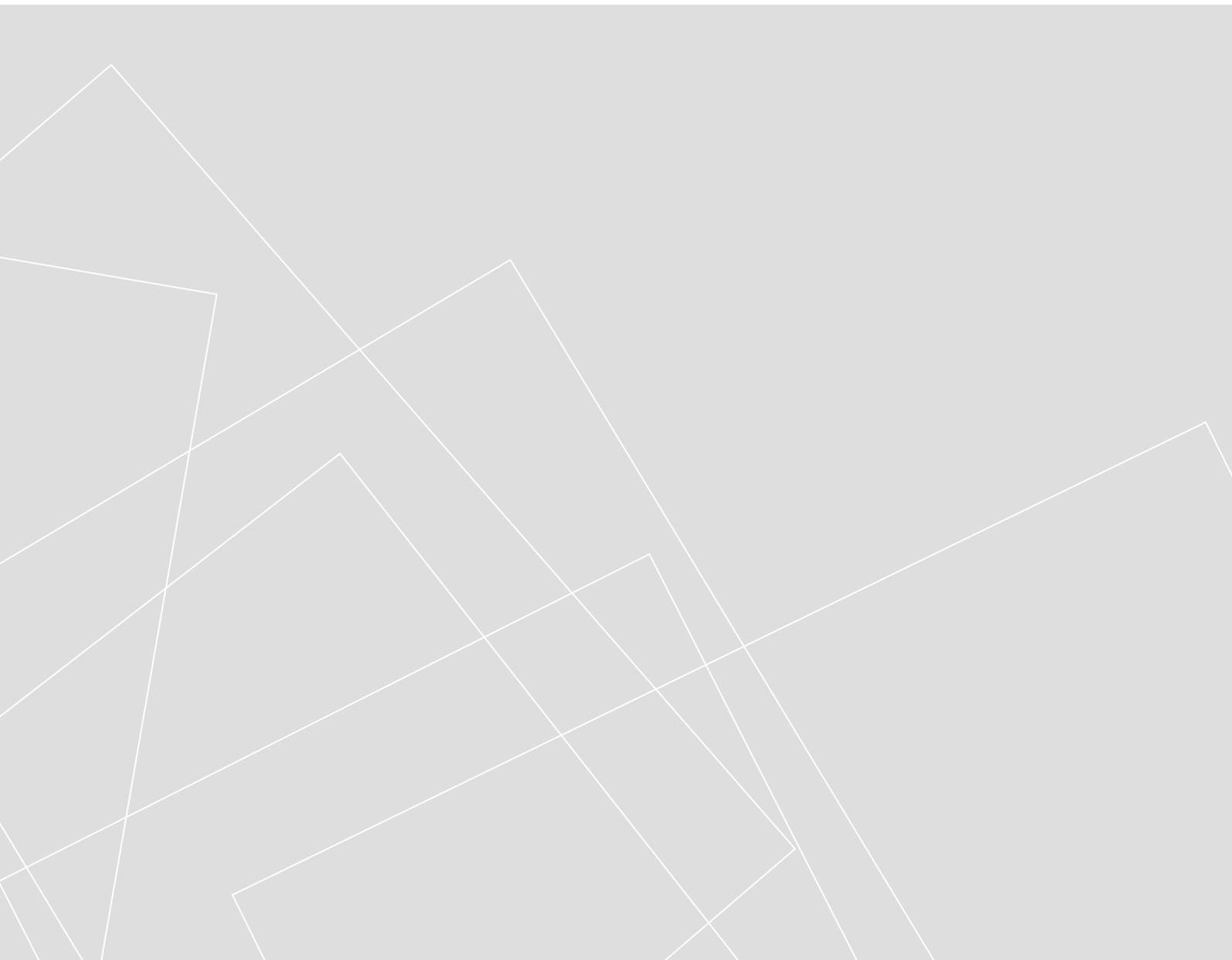
# Brand Management ist integral für den Unternehmenserfolg

Eine starke Marke schafft Vertrauen und vermittelt Kompetenz. Um am Markt Erfolg zu haben, ist die einheitliche Präsentation Ihres Unternehmens im Corporate Design an allen Touchpoints von zentraler Wichtigkeit – angefangen bei Ihrer Website über Ihre E-Mail-Signaturen bis hin zu Ihren Verkaufspräsentationen. Die Herausforderungen des Brand Managements, die sich besonders im täglichen Umgang mit Microsoft Office ergeben, können Sie mit empower® effizient meistern.

**empower** 

# Unsere Mission

Wir kennen Microsoft Office so gut wie unsere eigene Westentasche. Wir haben jahrelang Tag und Nacht miteinander verbracht, die Stärken und Schwächen kennengelernt. Deswegen sind wir 2005 angetreten, den Büroalltag zu revolutionieren. Wir entwickeln Office-Lösungen, die Menschen weltweit befähigen, einfacher, einheitlicher und effizienter mit Microsoft Office zu arbeiten. Kurzum: dass sie das Beste aus sich herausholen und endlich wieder Zeit für das haben, was sie wirklich antreibt. Das ist unsere Mission.



# Inhaltsverzeichnis

---

Brand Management ist integral für den Unternehmenserfolg .....	2
Brand Management im Überblick.....	5
Herausforderungen im Brand Management .....	8
Rebranding.....	10
Brand Management mit Microsoft Office und empower® .....	12
Erfolgreiches Brand Management mit empower®: Atruvia .....	15
Zusammenfassung zum Brand Management .....	16

# Brand Management im Überblick

---

Die Bedeutung des Brand Managements für ein Unternehmen ist zentral, um die eigene Marke von anderen abzugrenzen. Es schafft durch die richtige Präsentation des Unternehmens nach außen im Idealfall einen emotionalen Bezug der Kund:innen zum Produkt und zum Unternehmen selbst. Dafür müssen die Werte und Ideale eines Unternehmens nach außen kommuniziert werden, sich auch optisch im Corporate Design widerspiegeln und so die Eindrücke in Einklang bringen. Gelingt das Brand Management, sorgt es für mehr Vertrauen und strahlt Kompetenz aus.

Die verschiedenen Bereiche des Brand Managements greifen vielerorts ineinander. Das Thema ist sehr vielschichtig, trägt aber einige wesentliche Kernpunkte in sich. Wichtige Kernpunkte sind:



## **Brand Identity**

Mit der Brand Identity werden dem Unternehmen wichtige Eigenschaften zugeschrieben, die sich im Idealfall unbewusst auf die Produkte übertragen. Man versucht hierbei, positive Assoziationen mit der eigenen Marke zu erzeugen, um sich so vom Wettbewerb abzuheben und den Markenwert zu steigern. Die Marke steht für einen Qualitätsstandard und eine Konstante, auf die Kund:innen vertrauen können.

Um eine solche Identität der Marke zu schaffen, müssen die Werte und die Philosophie des Unternehmens ebenso stimmen wie deren Kommunikation nach außen und die visuelle Darstellung. Nur wenn die Identität intern gelebt wird, erscheint sie auch nach außen authentisch und vertrauenerweckend.

## **Brand und Corporate Design**

Die visuelle Komponente der Brand Identity ist im Corporate Design verankert. Durch einheitliche Farbschemata und Schriftarten, einschlägige Logos und wiederkehrende Bilderstile wird ein Wiedererkennungswert geschaffen. So können Kund:innen die Marke richtig einordnen und auch neue Produkte unter dem Vertrauen in die Marke annehmen. Umso wichtiger ist es, dass das Design die Corporate Identity jederzeit optimal widerspiegelt.

## **Brand Consistency**

Erfolgreiche Unternehmen entwickeln sich stetig weiter. Trotzdem soll die Marke für gleichbleibende, zuverlässige Qualität stehen. Ein hohes Maß an Einheitlichkeit und Aktualität in der Markenkommunikation ist dafür unabdinglich. Die Brand Consistency wird gewährleistet, indem beispielsweise Designstandards eingehalten werden

und Änderungen unverzüglich durchgeführt sowie flächendeckend umgesetzt werden.

## **Brand Strategy**

Wie genau die Entwicklung der Marke vorangeht und nach außen präsentiert wird, ist ein wichtiger Gesichtspunkt im Brand Management. Damit die Marke mit der Zeit geht und ihren Erfolg wahren kann, wird die Corporate Identity immer wieder auf den Prüfstand gestellt. Kursänderungen oder auch kleinere Anpassungen müssen mit Fingerspitzengefühl und konsequent eingeführt werden, um einen geschmeidigen Übergang zu gewährleisten und die Brand Identity nicht zu beeinträchtigen. Wie das erreicht werden soll, wird in der Brand Strategy festgehalten.

## **Brand Asset Management**

Um die Herausforderung der Unternehmenskommunikation und -präsentation zu meistern, werden Style-Richtlinien für alle Kommunikationsmittel erstellt. Es geht darum, dass alle Brand Assets markenkonform und jederzeit zugänglich sind. Was bringen Brand Assets, die niemand nutzt – geschweige denn findet? Dafür ist das Digital Asset Management (DAM) integral.

## **Digital Asset Management (DAM)**

Im täglichen Geschäft werden digitale Assets in fast allen Formaten verwendet – seien es Logos, Icons, Bilder oder Formatvorlagen. Daher ist es umso wichtiger, diese zentral zu organisieren und zu speichern, sodass sie unternehmensweit genutzt werden können.

# Herausforderungen im Brand Management

---

Unter dem Einfluss der vielen verschiedenen Anforderungen an das Brand Management ergeben sich häufig praktische Hürden im Unternehmensalltag. Inhalte zu koordinieren und einheitlich zu gestalten, ist gerade in größeren Unternehmen oft umständlich und zeitaufwendig.

Besonders bei der Nutzung von Microsoft-Office-Produkten können viele Fragen und Herausforderungen entstehen, die die Grundversion der Software nicht zu lösen vermag.

## Corporate Design einhalten

Schwierigkeiten entstehen häufig bei der Einhaltung des Corporate Designs. Bei der Erstellung von Vorlagen oder der Neuerstellung von Dokumenten entstehen häufig inkonsistente Dokumente. **Die große Office-Softwarestudie für Deutschland**, durchgeführt von Nielsen, zeigt, dass nahezu jedes zweite Dokument nicht designkonform ist. Es mag sich eine andere Schriftart einschleichen, das Farbschema kann abweichen oder es werden schlicht falsche Formatierungsgrundlagen zurate gezogen. Ein solcher Designbruch schadet der Brand Identity und hat Abstriche in der Seriosität zur Folge.

## Vielzahl von Speicherorten

Im Dschungel von lokalen Ordnern und digitalen Speicherplätzen verliert man leicht den Überblick. Fehlt ein zentraler Speicherplatz

oder sind Dateien nicht geordnet, geht viel Zeit damit verloren, die passenden Inhalte zu finden. Manche Dateien sind abhandengekommen, andere so versteckt, dass sie nicht von allen Suchenden gefunden werden können. Viele verschiedene Speicherorte führen zu Verwirrung und beeinträchtigen die Produktivität am Arbeitsplatz. Mitarbeitende werden mit Anfragen bezüglich Dateien und kreativen Assets überhäuft und müssen dafür wertvolle Kapazitäten aufwenden. Digitale Assets, die nicht für alle Teammitglieder einfach zugänglich sind, können ihr Potenzial nicht freisetzen.

## **Aktualität**

Entwickelt sich das Unternehmen weiter, ändert sich oft auch das Corporate Design. Dies bringt oft neue Logos und Vorlagen mit sich. An anderer Stelle mögen sich rechtliche Details in E-Mail-Signaturen oder Textbausteinen ändern. Beides ist gleichermaßen wichtig für die Beständigkeit und Professionalität Ihres Unternehmens.

Je länger die Implementierung von Neuerungen dauert und je häufiger veraltete Informationen und Vorlagen verwendet und nach außen getragen werden, desto ungünstiger wirkt sich dies auf die Corporate Identity aus. Im erfolgreichen Brand Management muss auf Konsistenz und Aktualität deshalb gehobener Wert gelegt werden.

# Rebranding

---

Eine Corporate Identity und ihre Marke unterliegen Veränderungen. Manchmal kann es notwendig oder sinnvoll für ein etabliertes Unternehmen sein, eine neue und differenzierte Identität zu erschaffen. Damit verbunden ist meist ein Rebranding. Ob durch gesellschaftliches Umdenken oder interne Veränderungen – eine Neuerfindung des Unternehmens soll die Außenwahrnehmung entscheidend beeinflussen. Kund:innen, Konkurrent:innen und Stakeholder:innen können die Marke dadurch in einem neuen Licht sehen – wenn auch hier das Brand Management erfolgreich durchgeführt wird.

So schnell und konsistent wie möglich muss die Präsentation des Rebrandings nach außen angepasst werden. Das neue Corporate Design muss in allen Kommunikationsmitteln verwendet werden. Auch die Geschäftspartner:innen müssen umfassend und unverzüglich mit den Neuerungen vertraut gemacht werden.

Ein Rebranding bringt viele organisatorische Hürden mit sich. Der Relaunch des Corporate Designs und die Kommunikation aller Veränderungen intern und extern nimmt oft viel Zeit in Anspruch. In der Umstellungsphase kommt es häufig zu Problemen bei der fehlerfreien Anwendung der neuen Vorgaben und der Überführung alter Dokumente.

Um zu vermeiden, dass ein unstimmliges Bild der Corporate Identity durch inkonsistente Inhalte entsteht, muss ein Rebranding genau geplant und kompetent durchgeführt werden. Um den Mitarbeiter:innen dabei die Umstellung zu erleichtern, empfiehlt es sich, die Verantwortung nicht allein auf ihre Schultern zu legen, sondern den



Prozess, beispielsweise mit Softwaretools, zu unterstützen und so einfach wie möglich zu gestalten.

# Brand Management mit Microsoft Office und empower<sup>®</sup>

---

**Der Schlüssel zum erfolgreichen Brand Management besteht in einem gut organisierten Content Management und der konsistenten Gestaltung der Unternehmenskommunikation.**

Für Präsentationen, Dokumente, Tabellen und E-Mails sind die Anwendungen von Microsoft Office weithin gebräuchlich und einfach zu handhaben. Zur Einhaltung der Designrichtlinien und Einheitlichkeit ist Microsoft Office in der Grundversion allerdings nicht ausgelegt – ganz besonders wenn die Vorgaben im ganzen Unternehmen befolgt werden müssen.

empower<sup>®</sup> hilft Ihnen, die Herausforderungen im Brand Management einfach zu meistern. Die Funktionen der Add-in Suite erleichtern das Brand Management und geben Ihnen volle Kontrolle über Ihre Marke.

## Corporate Design sicherstellen

Ob das Corporate Design in einem Dokument konsequent eingehalten wurde, lässt sich mit dem Design Check von empower<sup>®</sup> mit einem Klick überprüfen. Abweichungen werden aufgeführt und können mit einem Klick korrigiert werden. Damit ist gewährleistet, dass all Ihre Dokumente und Präsentationen einheitlich gestaltet sind, keine fremden Designelemente auftauchen und alle Gestaltungsvorgaben Ihres Unternehmens eingehalten werden. Die Corporate Identity wird gestärkt und Anwender:innen müssen sich nicht mit Designfragen aufhalten.

Mit empower<sup>®</sup> wird Ihr Styleguide direkt in Microsoft Office übersetzt und Ihre Designrichtlinien werden in Form von Schrift- und Farb-Pickern integriert. So ist die Schrift- und Farbauswahl an Ihr Corporate Design angepasst und Nutzer:innen können nur designkonforme Schriften und Farben verwenden. Das gilt auch für Ihre E-Mail-Signaturen in Outlook.

## **Neues Design anwenden**

Im Zuge eines Rebrandings oder eines Relaunches des Corporate Designs müssen alte Dateien oft händisch in das neue Design überführt werden. Mit der Convert-Funktion von empower<sup>®</sup> entfällt dieser mühselige Schritt. empower<sup>®</sup> aktualisiert die Präsentationen automatisch und überführt sie ins aktuelle Design. Das vermeidet Fehler und spart vor allem Zeit.

## **Alle Vorlagen und Brand Assets an einem Platz**

Ein zentraler Speicherort für alle Assets und Dateivorlagen bereinigt nicht nur das Dateichenaos. Die zentrale Bibliothek mit allen notwendigen Inhalten als Teil der empower<sup>®</sup> Suite bringt alle Präsentationen, Dokumente, Vorlagen und digitalen Assets an einem Ort übersichtlich zusammen. Durch die googleähnliche Suchfunktion und übersichtliche Ordnerstrukturen sparen Sie Zeit und schonen Ihre Nerven. Word-Vorlagen, vorgefertigte PowerPoint-Folien und alle Präsentationen sind so an einem Ort vereint, für alle Mitarbeiter:innen zugänglich und unkompliziert zu bearbeiten sowie einzufügen.

Mit empower<sup>®</sup> können Sie außerdem unternehmensweit neue Vorlagen bereitstellen, automatische Updates verteilen und E-Mail-Signaturen aktualisieren. So können Neuerungen ohne Umstände eingeführt werden und Ihre Inhalte bleiben auf dem neuesten Stand. Flüchtigkeitsfehler oder abweichende Foliendesigns gehören damit der Vergangenheit an.

## **Bilder und Icons mit einem Klick einfügen**

Mit der Integration Ihres DAM-Systems können alle Nutzer:innen über empower<sup>®</sup> direkt in Microsoft Office auf alle Bilder oder Icons zugreifen und diese mit einem Klick in ihre Office-Dokumente einfügen. Ein Systemwechsel ist nicht mehr notwendig. Auf Wunsch können auch Update-Meldungen und Lizenz-Ablaufdaten berücksichtigt werden.

# Erfolgreiches Brand Management mit empower<sup>®</sup>: Atruvia

*„Manche Kollegen sagen sogar: Nimm mir empower<sup>®</sup> nie wieder weg.“*

Cornelia Kuster, Kommunikation & Marketing, Atruvia



Atruvia, ehemals Fiducia, hat empower<sup>®</sup> bereits erfolgreich integriert. Mit Tools wie der Agenda-Funktion erstellt das IT-Dienstleistungsunternehmen in großen Teams überzeugende PowerPoint-Präsentationen und konnte die gemeinsame Arbeit erleichtern. An einer Präsentation arbeiten oft mehr als hundert Mitarbeiter:innen. empower<sup>®</sup> macht die reibungslose Koordination möglich und erhält gleichzeitig das Corporate Design.

# Zusammenfassung zum Brand Management

Wie bei Atruvia profitiert das Brand Management von den Features, die empower® bereithält, um sich im besten Licht zu präsentieren. Eine starke Marke trägt zu einer guten Marktposition bei und ist deshalb zentral für jedes Unternehmen.

## Herausforderungen im Brand Management

Die Einhaltung des Corporate Designs ist häufig schwierig, denn dieses wird schon durch kleinste Fehler inkonsistent.



Unterschiedliche Speicherorte führen zu langer Suche nach den passenden Inhalten.



Anfragen bezüglich Dateien und kreativen Assets beanspruchen viel Zeit. Vorlagen werden zeitverzögert bereitgestellt.



Aktualisierungen brauchen lange, um implementiert zu werden. Veraltete Vorlagen, Informationen und E-Mail-Signaturen werden genutzt und nach außen getragen.



Ein Rebranding ist zeitaufwendig und führt schnell zu Fehlern in der Unternehmenskommunikation.



Die Überführung alter Dokumente in ein neues Design nimmt viel Zeit in Anspruch und ist fehleranfällig.



## Einfaches Brand Management mit empower®

Dank integriertem Styleguide in Office entstehen weniger CD-Fehler bei der Erstellung von Inhalten.



Die übersichtliche, strukturierte Folien- und Vorlagenbibliothek ist unternehmensweit in Office zugänglich.



Durch die Integration Ihres DAM-Systems kann direkt in Microsoft Office auf alle Bilder oder Icons zugegriffen werden.



Updates werden in der empower® Bibliothek angezeigt und auf Wunsch automatisch implementiert.



Der Design Check macht die Korrektur eventueller Fehler mit nur einem Klick möglich.



Die Convert-Funktion zur Überführung einer Präsentation ins neue Design steht per Mausklick zur Verfügung.





Mit der richtigen Präsentation Ihres Unternehmens und Ihrer Marke stärken Sie Ihren Unternehmenserfolg. Doch das Brand Management birgt viele Herausforderungen. empower<sup>®</sup> hilft Ihnen dabei, diesen Herausforderungen in Microsoft Office kompetent zu begegnen und die Kontrolle über Ihre Marke sicherzustellen. So können Sie ein stimmiges Bild Ihres Unternehmens präsentieren und mit Konsistenz, Integrität und Professionalität Ihr Image stärken.

**Starten Sie jetzt mit empower<sup>®</sup>** und erfahren Sie, wie einfach Brand Management in Microsoft Office sein kann.



empower GmbH

KölnTurm  
Im Mediapark 8  
50670 Köln

[empowersuite.com](http://empowersuite.com)

Telefon: +49 221 99 37 85 - 77

E-Mail: [anfrage@empowersuite.com](mailto:anfrage@empowersuite.com)