

# Markenführung im digitalen Zeitalter

Die Wiener Kreativagentur pjure isobar sieht „Brand Leadership“ als integralen Teil erfolgreicher Unternehmensführung, so deren CEO Helmut Kosa.

WIEN. pjure isobar ist als „markenführende Kreativagentur mit digitalem Herz“ positioniert und beschäftigt sich schon seit rund 15 Jahren mit „Brand Leadership“. Inwiefern hat sich das Thema im Online-Zeitalter gewandelt?

„Durch die Vielzahl an digitalen Kanälen und die Möglichkeit der Konsumenten, sich in Sozialen Medien über Marken auszutauschen, hat das Thema Markenführung noch viel mehr an Bedeutung gewonnen“, meint CEO Helmut Kosa.

Facebook und WhatsApp haben längst die Eine-Milliarde-Nutzer-Grenze geknackt. Die Hälfte aller E-Mails wird bereits auf Smartphones geöffnet. „Unternehmen haben in den letzten Jahren lernen müssen, dass Konsumenten auf eine ganz andere Art mit einer Marke interagieren. Hier sind der authentische, stringente Umgang mit der jeweiligen Marke und eine konsistente Markenführung auf allen Kommunikationskanälen höchst relevant“, sagt Kosa.

#### Businessmodell verstehen

Online-Communities sind mittlerweile mächtig geworden. Einerseits können Fans durch crowdbasierte Aktionen involviert werden, andererseits werden aber auch Fehlritte von Unternehmen öffentlich diskutiert und im schlimmsten Fall mit einem Shitstorm bestraft. „Allein was durch die Multiplikationseffekte in Netzwerken entstehen kann, zeigt, wie behutsam man seine Marke pflegen muss.“

”

*Durch die Digitalisierung hat das Thema Markenführung an Bedeutung weiter gewonnen.*

“

Dank ihrer Wurzeln im Digital-Bereich kann pjure isobar dabei auf jahrelange Erfahrung zurückgreifen und weiß um die Wichtigkeit innovativer Ansätze. „Wir sehen uns als Business-Berater und verknüpfen Markenführung ganz stark mit dem *Businessmodell* des jeweiligen Kunden. Somit können wir noch mehr Wertschöpfung aus einer Marke ziehen“, erklärt Kosa die Vorgehensweise der Full-Service-Agentur, die namhafte Kunden wie Novomatic, Danone oder Bahlsen betreut.

#### Externes Know-how

In den letzten Jahren sei das Interesse der Unternehmen an professioneller Hilfe durch Spezialisten gestiegen. „Markenführung ist ein wesentlicher Teil der Unternehmensführung und so wie alle anderen Bereiche, die zu einer erfolg-

reichen Unternehmensentwicklung notwendig sind, zu sehen“, so Kosa.

„Sobald das interne Know-how nicht mehr reicht, hole ich mir einen Berater dazu. Das gilt für die Marke genauso wie für die Steuer und für Prozesse“, so CEO Helmut Kosa abschließend.



Helmut Kosa, Geschäftsführer von pjure isobar: Digitalisierung pusht Markenführung.

## „Kreativ macht Spaß“

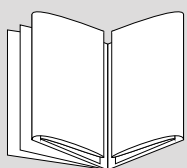


**Drucken, falzen, stanzen, perforieren – bei NP DRUCK trifft Produktivität auf Kreativität.**

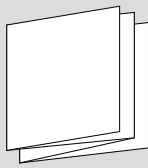
Das Ergebnis: keine „Stangenware“, sondern Folder, Prospekte und Magazine, die Raum für beeindruckende Produktpäsentationen mit hohem Wiedererkennungswert bieten. Dank Erfahrung und modernster Technik bringt NP DRUCK Vielfalt und Kreativität zurück in die Welt der Druckprodukte. Damit Print Spaß macht!

#### Wir entfalten Ihre Möglichkeiten!

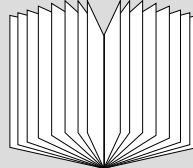
NP DRUCK bietet viel mehr Falz-Stanz-Perforier-und-so-weiter-Möglichkeiten, als hier Platz hätten. Drei Beispiele sehen Sie unten, für mehr rufen Sie +43 (0)2742/802-1297 oder scannen Sie den nebenstehenden QR-Code.



1 Panorama Slim XL



7 Zickzack A4



15 Classic 32 Seiten A5

**NP DRUCK**  
NIEDERÖSTERREICHISCHES PRESSEHAUS

[www.np-druck.at](http://www.np-druck.at)