

NeMa

# NEUE MARKEN ARBEIT: STRATEGISCHE MARKEN- FÜHRUNG IM VUCA-KONTEXT

01.04.2019 – 31.03.2021

MITMACHMARKE wichtiger als PROFITMAXIMIERUNG

MARKENETHIK wichtiger als INTUITION

DATA LITERACY wichtiger als STARRE MARKENREGELN

ADAPTION wichtiger als TOP-DOWN

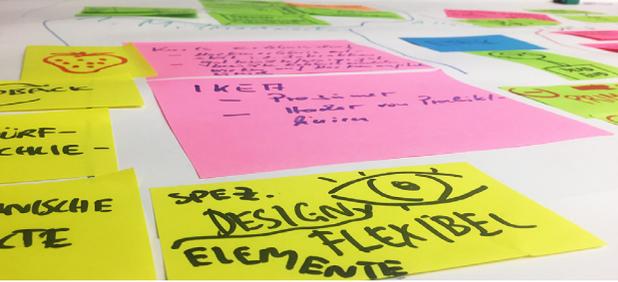
EMPOWERMENT wichtiger als MARKTORIENTIERT POSITIONIERUNG

AUTHENTIZITÄT wichtiger als DAS UNTERNEHMEN

NETZWERKE wichtiger als KÜNSTLICHE DIFFERENZIERUNG

PROBLEMLÖSER wichtiger als ABSICHERUNG

PERMANENT BETA wichtiger als STORYTELLING



# NEUE MARKEN ARBEIT

*Digitale Transformation steht für eine stetige Weiterentwicklung digitaler Technologien, die unsere Wirtschaft und Gesellschaft nachhaltig ändern und prägen. Dies führt im Aufbau und Führung von Marken gerade aus Sicht des Managements für viele Unternehmen zu neuen Herausforderungen. Das Projekt »Neue Marken Arbeit – NeMa« untersucht diese Entwicklung und entwickelt mit einem Rat von Expert\_innen Antworten auf die Frage, ob und wie die Markenführung in Unternehmen neu zu organisieren ist.*

## ⊕ HINTERGRUND

Die Abkürzung »VUCA« beschreibt eine unbeständige (volatile), unsichere (uncertain), komplexe (complex) und mehrdeutige (ambiguous) Welt. Der Begriff beschreibt die Situation, in der sich Konsument\_innen und Unternehmen aufgrund der digitalen Transformation aktuell befinden. Ein Beispiel ist die Unsicherheit etablierter Unternehmen, wie der Disruption von Märkten durch neue Geschäftsmodelle zu begegnen ist.

## ⊕ PROJEKTIHALTE

Das Forschungsprojekt will herausfinden, welche Auswirkungen die VUCA-Welt auf die Entwicklung, den Aufbau und die Führung von Marken hat. Das Erkenntnisinteresse richtet sich dabei verstärkt auf die Managementperspektive, die im Bereich Marke deutlich weniger erforscht ist als die Konsumentenperspektive. Dabei hat der für das Projekt gegründete »NeMa-Rat« – bestehend aus Vertreter\_innen aus Unternehmen, Startups, Agenturen sowie Beratungsunternehmen aus Berlin – in einem ersten Schritt relevante Themenfelder identifiziert und in einem »Brand Work Manifesto« ([brandworkmanifesto.org](http://brandworkmanifesto.org)) zusammengetragen. Im zweiten Schritt untersuchen die Forscher\_innen in Teilprojekten zentrale Fragestellungen, die sich aus dem Manifest ergeben.

## + ZIEL UND ERGEBNISSE

Im Fokus des Forschungsvorhabens stehen die Analyse von Problemfeldern sowie die Entwicklung von Handlungsempfehlungen und Lösungen für die Markenmanager. Zur Transformation der Forschungsergebnisse in die Praxis sind (Online-)Seminare und ein begleitendes Handbuch geplant. Im Rahmen von Detailstudien werden einzelne Paragraphen oder Metaprinzipien des »Brand Work Manifesto« vertiefend analysiert:

### – **New Brand Positioning:**

Wie lässt sich Markenpositionierung agiler gestalten? Hierfür wurden im Projekt bestehende Modelle gesichtet sowie ein erster eigener Ansatz (New Brand Sprint) entwickelt und getestet.

### – **Data Literacy:**

Für eine strategische Markenführung ist das Verständnis von Daten von zunehmender Bedeutung. Dafür benötigen die Markenmanager eine Datenkompetenz. Um diese zu bestimmen und zu evaluieren, wird ein online-basierter Selbsttest entwickelt und öffentlich zur Verfügung stellt.

### – **Conversational Branding:**

Sprachbasierte Services wie Siri oder automatisierte Menüführungen (zum Beispiel am Telefon) stellen aus Sicht des Kommunikationsdesigns Neuland dar. Das Teilprojekt plant Orientierungs- und Gestaltungshilfen für sprachgesteuerte Services, die zur Befähigung der bewussten Gestaltung und Konzeption beitragen.

 Mitglieder des »NeMa-Rates« bei der Entwicklung des »Brand Work Manifesto«



### + PROJEKT KONTAKT

Prof. Dr. Carsten Baumgarth  
030 30877 – 1481  
carsten.baumgarth@hwr-berlin.de

Prof. Dr. Dirk-Mario Boltz

030 30877 – 1161  
dmboltz@hwr-berlin.de

Prof. Daniela Hensel

030 5019 – 2342  
daniela.hensel@htw-berlin.de

### + PROJEKTWEBSITE

[www.ifaf-berlin.de/projekte/nema](http://www.ifaf-berlin.de/projekte/nema)  
[www.brandworkmanifesto.org](http://www.brandworkmanifesto.org)  
[www.linkedin.com/groups/8907167](https://www.linkedin.com/groups/8907167)

### + PRAXISPARTNER

- concept m research + consulting GmbH
- Deutsche Bahn AG
- Klein & Pläcking GmbH
- kleiner & bold GmbH
- Playframe GmbH
- Sasserath Munzinger Plus GmbH
- Whybrand GmbH
- Berliner Seilfabrik GmbH & Co.
- Urban Sports Club GmbH
- Vjsual YYM Media Solutions GmbH

### + IFAF KONTAKT

Institut für angewandte  
Forschung Berlin e.V.  
030 30012 – 4010  
info@ifaf-berlin.de  
www.ifaf-berlin.de

#### HOCHSCHULPARTNER



Hochschule für  
Wirtschaft und Recht Berlin  
Berlin School of Economics and Law



Hochschule für Technik  
und Wirtschaft Berlin

University of Applied Sciences

#### PRAXISPARTNER

**concept m**  
research + consulting



**KLEINUNDPLÄCKING**

**kleiner & bold**



 **PLAYFRAME**



**sasserath  
munzinger+**

**WHYBRAND**



#### GEFÖRDERT DURCH

Der Regierende Bürgermeister von Berlin  
Senatskanzlei  
Wissenschaft und Forschung

