

# DIE EINZIGARTIGKEIT VON BACHEM ERLEBBAR MACHEN

**Basierend auf der Unternehmensstrategie wurden die Markenstrategie und der Markenauftritt von Bachem überarbeitet. Was bedeutet Branding im B2B-Markt und was waren die Besonderheiten bei Bachem? Pascal Geissbühler, Creative Director bei Branders und Leiter des Kreativteams, liefert die Antworten.**

## WARUM IST BRANDING FÜR B2B-UNTERNEHMEN RELEVANT?

Ob bei Konsumgütern oder Industrieunternehmen: Die Funktionsweise und Zielsetzung der Markenführung sind vergleichbar. Im Kern steht der Anspruch an Effizienz – die Marke liefert ein effizientes und nachhaltiges Führungsinstrument im Sinne der Unternehmensstrategie. Sie hilft, die Identität des Unternehmens zu definieren und schafft ein klares und differenzierendes Profil. Marke ist immer auch ein Stück Unternehmenskultur: Die Werte spielen im Verhalten der Mitarbeitenden eine zentrale Rolle und sie sind auch die wichtigsten Markbotschafter.

## WIE LIEF DER BRANDING-PROZESS FÜR BACHEM AB?

Der Projektstart war mit der Aufgabe verbunden, aufgrund der Fokussierung der Strategie einen neuen Claim zu entwickeln. In dem Zusammenhang fand ein Review

auch des Markenauftrittes statt. Im Zentrum der ersten Projektphase wurden unter der Leitung unseres Beratungsteams verschiedene Szenarien für die Markenwerte und den Claim erarbeitet. Diese Szenarien wurden intensiv im Projektteam und der Geschäftsleitung sowie im Verwaltungsrat diskutiert. Dabei stellte sich heraus, dass die Pionierrolle von Bachem, die Fokussierung aufs Peptidgeschäft sowie die partnerschaftliche Zusammenarbeit zum Ausdruck kommen müssen. So entstand am Ende der Claim «Pioneering Partner for Peptides». Oder wie wir sagen: die 3 Ps.

## WIE ENTSTAND DAS NEUE ERSCHEINUNGSBILD?

Aufgrund des neuen Claims und der damit verbundenen Werte und Stilelemente sind bei uns verschiedene visuelle Moodboards entstanden: Es ging darum zu definieren, welche visuelle Welten mit der Markenpersönlichkeit assoziiert werden.

Wie können vorhandene Stärken, zum Beispiel die Farbe Blau, in den neuen Auftritt einfließen? Das war ein Prozess, der mehrere Wochen dauerte.

## WOFÜR STEHT DAS NEUE KONZEPT?

Der neue Markenauftritt widerspiegelt den strategischen Anspruch «Pioneering Partner for Peptides». Im Zentrum steht die typische Schrift: Die «Blender» nimmt die Formensprache der Peptide auf, die Typografie ist plakativ und grosszügig. Mit starken Farbakzenten schaffen wir zudem frische Kontraste. So entsteht ein Gesamtbild, das einfach und effektiv, direkt und stimulierend ist. So, wie es in der Markenpersönlichkeit definiert ist.

## WAS GEFÄLLT IHNEN PERSÖNLICH BESONDERS AM NEUEN AUFTRITT?

Das Einfache und gleichzeitig sehr Eigenständige. Ich denke, wir haben mit wenigen Grundsätzen die Grundlagen geschaffen für einen Markenauftritt, der spezifisch in der Branche, aber auch darüber hinaus, sehr differenziert wirkt.

## WAS WAREN WICHTIGE ERFOLGSFAKTOREN IM PROZESS?

Wichtig sind immer ein Einbeziehen der Entscheidungsträger und eine inhaltliche Diskussion basierend auf der Strategie. Die Frage «Was wollen wir in Zukunft sein?» ist ganz zentral und muss geklärt werden, damit der weitere Prozess zielgerichtet stattfinden kann.



**Pascal Geissbühler**, seit 2008 bei Branders und als Creative Director verantwortlich für die Kreation.



vlnr: Tina Braun (Brand Designer), Palma Manco (Senior Brand Designer), Dennis Oswald (Senior Brand Designer), Thea Ferretti (Senior Brand Consultant), Anina Früh (Brand Manager), Pascal Geissbühler (Creative Director)

## ABOUT BRANDERS

Branders ist ein spezialisiertes Beratungsunternehmen für Branding und kümmert sich um die Strategie, die Kreation und das Management von Marken. Das Team aus Wirtschafts-, Psychologie- und Designspezialisten berät Unternehmen wie beispielsweise die Schweizerische Post, Novartis und NZZ in allen Fragen rund um das Thema Marke. Zudem kümmert sich Branders um Spezialthemen wie Employer Branding und Internal Branding. Derzeit arbeitet Branders an Projekten in der Schweiz, China und Japan.

**E** Branders is a specialized brand consultancy dealing with the creation, building, and management of brands. The Branders team consisting of specialists in economy, psychology, and design advises companies as Schweizerische Post, Novartis, and NZZ in all questions concerning their respective brands. Additionally, Branders takes care of special topics as Employer Branding and Internal Branding. Currently, Branders is working on projects in Switzerland, China, and Japan.

**F** Branders est une entreprise de conseils en image de marque et spécialisée en stratégie, création et gestion de marques. Son équipe de spécialistes en économie, psychologie et design assiste des organisations comme La Poste suisse, Novartis et NZZ dans toutes les questions de marque. Branders traite en plus des thèmes particuliers comme l'image de l'employeur et l'image intérieure. Branders travaille actuellement à des projets en Suisse, en Chine et au Japon.