



Strategische Kreationen

Pascal Geissbühler, seit 2008 beim auf Branding spezialisierten Beratungsunternehmen Branders als Strategy Director tätig, übernimmt neu die Funktion des Creative Directors.

Branders ist ein spezialisiertes Beratungsunternehmen für Branding. «Wir widmen uns der Kreation und der Pflege von Marken. Wir kreieren Marken, die Vertrauen schaffen, Emotionen wecken und Wert generieren. Marken, die Identitäten erlebbar machen und Lebensgefühle vermitteln», heisst das Credo der Agentur. Seit der Gründung im Jahre 2005 ist das Unternehmen am Zürcher Bellevue in rekordzeit auf über 20 Mitarbeitende gewachsen. Alle davon sind hochwertig ausgebildete Spezialisten aus den verschiedensten Sparten von Marketing über Design oder Betriebswirtschaft bis Psychologie.

Neues Gewicht für die Kreation

Es ist die strategische Ausrichtung von Branders, «die Kreation von Marken als eine strategische sowie als eine gestalterische Aufgabe zu sehen», erklärt René Allemann. Der CEO von Branders hat deshalb mit seinem langjährigen Strategy Director Pascal Geissbühler schon länger die Idee gewälzt, dass sein auf Branding spezialisiertes Beratungsunternehmen konsequenterweise auch mit einem Creative Director mit strategischem Hintergrund arbeiten müsste. «Die Integration von Markenstrategie und Markenerlebnis sehen wir als zentralen Erfolgsfaktor für Branders», meint Allemann. Dieses Selbstverständnis soll nun mit der offiziellen Neubesetzung auch nach aussen vermittelt werden.

Allemann und Geissbühler haben im Vorfeld gemeinsam viele Gespräche geführt mit interessanten Kandidatinnen und Kandidaten – sowohl mit Backgrounds in der Kommunikation und der Werbung, als auch im klassischen Markendesign. «Die Idee aber, Markenstrategie und Markenerlebnis als Disziplinen besser zu vernetzen, fanden wir bestechend. Und dafür bringt Pascal Geissbühler nach meiner Überzeugung die ideale Kombination mit: seine langjährigen Erfahrungen in der strategischen und konzeptionellen Markenentwicklung kombiniert mit seinem Background im Journalismus und in der Werbung. Dazu seine Ausbildung in Design- und Kunsttheorie an der Zürcher Hochschule der Künste», begründet Allemann.

«Der Titel des Creative Directors wird nicht viel an meiner Arbeit ändern», analysiert Pascal Geissbühler seine neue Funktion. Die Idee, unmittelbar mit den Beratungsteams und dem Designerteam Marken zu entwickeln, findet er aber besonders reizvoll. Die Kombination aus inhaltlich konzeptioneller Entwicklung und dem Erlebarmachen von Marken. «Das Weiterentwickeln strategischer Themen gerade um unseren Schwerpunkt Marke und Mitarbeiter werde ich weiterhin voranbringen wollen.»

Überschneidung von Branding und Werbung

Branding und Werbung haben viele Überschneidungen und Abhängigkeiten. Das Kerngeschäft wie auch

die Kunden aber sind andere. Branding ist immer mit sehr viel Beratungsarbeit verbunden. «Es geht oft um Veränderungsprozesse in Unternehmen», fasst Geissbühler zusammen. Mitarbeitende sind deshalb ein entscheidender Faktor in Branding-Prozessen. Der CD muss in diesem Ablauf als Berater die Markencreation, die in der Strategiephase beginnt, leiten. «In einer Branding-Agentur ist er eine Art Identitätsentwickler. In der Werbung ist er vielmehr oberster Chef der Werbeidee, denn diese ist für die Werbeagenturen das Kernprodukt und Zentrum der Aktivitäten», sieht Geissbühler einen Unterschied seiner Aufgaben zum CD in einer klassischen Werbeagentur.

Ausbildung zwischen Kunst und Marketing

Bei Branders wirkt Pascal Geissbühler seit Beginn im Sommer 2008. Gemeinsam mit René Allemann ist er auch für die strategische Ausrichtung und operative Leitung der Agentur verantwortlich. Der Strategy Director und heutige CD «in Doppelfunktion» hat schon verschiedene methodische Tools für den Beratungsprozess und die Markenstrategie entwickelt. Zu Geissbühlers Aufgaben gehört auch die Repräsentanz beim Neukundengeschäft. Als Moderator leitet er die bei Branders regelmässig zum Spielen kommenden Workshops mit Kunden.

Zu diesen zählen unter anderen AXA Winterthur (für Employer Branding), Novartis, NZZ Mediengruppe (Markenstrategie), Die Schweizerische Post und PostFinance (Employer Branding), Basellandschaftliche Kantonalbank (Rebranding) oder Thurgauer Kantonalbank (Rebranding).

Vor seinem Engagement bei Branders sammelte Geissbühler mehrere Jahre Erfahrungen als Konzepter und Senior Brand Consultant bei Interbrand Zintzmeyer & Lux. In dieser Agentur hat Geissbühler auch René Allemann kennen gelernt.

Eingestiegen in die Welt der Marken ist Pascal Geissbühler über die Werbung. Als freier Mitarbeiter bei Wirz entwickelte er schon während des Studiums Ideen und Konzepte. Für das Studio Geissbühler seines Vaters betreute er die Presse- und Ausstellungscoordination, während seiner Zeit an der Hochschule für Gestaltung und Kunst Zürich schnupperte er als freier Mitarbeiter in der Dramaturgie am Opernhaus Zürich Bühnenluft und realisierte für verschiedene Medien Beiträge und Interviews.

Pascal Geissbühler absolvierte sein Diplom-Studium an der heutigen Zürcher Hochschule der Künste in Design- und Kunsttheorie.

Andreas Panzeri

«DAS WEITERENTWICKELN STRATEGISCHER THEMEN GERADE UM UNSEREN SCHWERPUNKT MARKE UND MITARBEITER WERDE ICH WEITERHIN VORANBRINGEN WOLLEN.»

Pascal Geissbühler (links) wird vom Strategy Director zum Creative Director befördert in der Agentur von CEO René Allemann.

BRANDERS

Branders ist ein spezialisiertes Beratungsunternehmen für Branding. Als unabhängige Berater von Klein-, Mittel- und Grossunternehmen kümmert sich Branders um die Strategie, die Kreation und das Management von Marken. Das Team aus Wirtschafts-, Psychologie- und Designspezialisten berät Unternehmen 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, den USA, Japan und China. www.branders.ch

