

Branddevelopment

Schaller Premium

Entwicklung einer Premium Handelsmarke für internationale Märkte

1. Aufgabenstellung
2. Ausgangsposition
3. Strategie
4. Ziel
5. Umsetzung
6. Public Launch
7. Intern
8. Conclusio

1. Aufgabenstellung

Das österreichische Unternehmen Schaller beauftragte cdc | Brandcreation mit der Markenpositionierung einer B2B Handelsmarke für den Bereich Lebensmitteltechnologie sowie der Implementierung für osteuropäischen und zentralasiatische Märkte.

1. Aufgabenstellung
2. Ausgangsposition
3. Strategie
4. Ziel
5. Umsetzung
6. Public Launch
7. Intern
8. Conclusio

2. Ausgangsposition

Das Unternehmen Schaller beliefert die Lebensmittel verarbeitende Industrie in Zentralasien und Osteuropa und verfügt dazu über ein Netz von 20 Niederlassungen und mehr als 180 Händlerstandorte. Die Tätigkeitsschwerpunkte bilden neben Planung und Inbetriebnahme von Anlagen und Maschinen die Lebensmitteltechnologie. Das Unternehmen tritt dabei in als Händler qualitativ hochwertiger Produkte wie Gewürzmischungen, funktionelle Zusatzstoffe, Panaden, Bindesysteme und Tauchmassen auf.

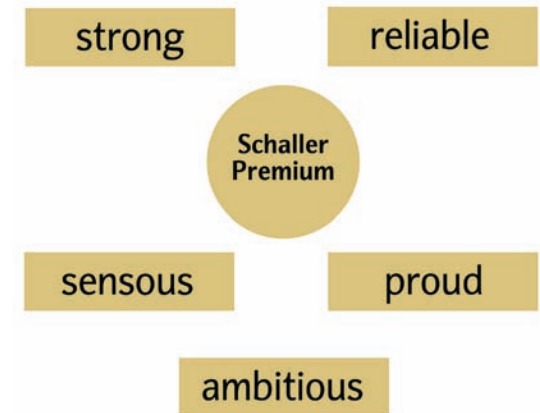


1. Aufgabenstellung
2. Ausgangsposition
3. Strategie
4. Ziel
5. Umsetzung
6. Public Launch
7. Intern
8. Conclusio

3. Strategie

cdc | Brandcreation kreierte die Dachmarke Schaller Premium um die verschiedenen Lieferanten unter einem Dach zu bündeln. Mit der Dachmarke wird einerseits eine Unabhängigkeit gegenüber einzelner Lieferanten erreicht sowie ein Qualitätsversprechen gegenüber Kunden abgegeben.

Skizzen zum Markenhaus



1. Aufgabenstellung
2. Ausgangsposition
3. Strategie
4. Ziel
5. Umsetzung
6. Public Launch
7. Intern
8. Conclusio

5. Umsetzung

Nach Marktsondierungen in Russland sowie Interviews mit Kunden, Mitarbeiter und Lieferanten wurden in internen Workshops die relevanten Markenattribute sowie der Unternehmensclaim Excellence in Food definiert.

Hauptaugenmerk in dieser Phase galt neben den Markengrundsätzen der Neukonzeption der Verpackung. Um den Premiumgedanken auch sichtbar zu verankern wurde die in diesem Bereich ungewöhnliche Farbe Gold gewählt. Diese gilt für alle Verpackungseinheiten wie Kisten, Beutel, Säcke und Labeling.

 **SCHALLER®**

Excellence in Food

Совершенство в каждом продукте



1. Aufgabenstellung
2. Ausgangsposition
3. Strategie
4. Ziel
5. Umsetzung
6. Public Launch
7. Intern
8. Conclusio

Die Positionierung und Markenattribute wurden in einem Brandbook illustriert. Texte und Sujets wurden dabei mit unseren russischen Partnern auf die interkulturelle Bedeutung abgestimmt.

Die Präsentation der Marke erfolgte vor 150 geladenen Gästen aus Osteuropa im Novomatic Forum in Wien. Dabei wurde Mitarbeiter, Händlern und Repräsentanten Video, Brandbook und Packaging präsentiert. Im zweiten Teil der 2-tägigen Veranstaltung wurden den Teilnehmern die Vision und die Markengrundsätze in einem Markenworkshop nähergebracht.



CEO Robert Schaller und Ernest Hollerer bei der Präsentation der neuen Verpackung und des Brandbooks



1. Aufgabenstellung
2. Ausgangsposition
3. Strategie
4. Ziel
5. Umsetzung
6. Public Launch
7. Intern
8. Conclusio

6. Public Launch

Der offizielle Launch fand im Rahmen der Weltleitmesse IFFA in Frankfurt statt. cdc | Brandcreation war dabei für den gesamten Messeauftritt zuständig. PR Aussendung, Inserate, Imagebrochüren, Produktkatalog komplettierten den Markenauftritt.

Im Zuge der Markenpositionierung für Schaller Premium wurde das gesamte Erscheinungsbild des Unternehmens Schaller sukzessive überarbeitet und an die geänderten Rahmenbedingungen angepasst.

Messestand
IFFA 2013



Inseratensujet special interest Magazine



SCHALLER®
PREMIUM

Делаем хорошее – лучше



Надежное качество, экспертная поддержка, сотрудничество с ведущими мировыми производителями и опыт наших сотрудников – все это отражается в нашем комплексном подходе, гарантирующем успех наших заказчиков. Чтобы усилить этот эффект, мы объединили такие продукты, как специи, добавки, панировки, эмульгаторы и таухмассы под одной торговой маркой Schaller Premium. Отныне все преимущества целостного сервисного подхода носят единое имя - Schaller Premium.

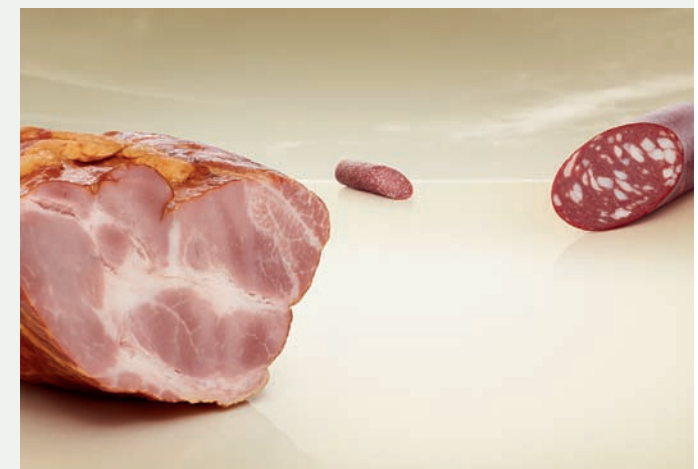
ЗАО «ШАЛЛЕР». Россия, 115054, Москва, Павелецкая пл., д. 2, стр. 2.
Тел.: +7-495-797 63 33 Факс: +7-495-797 63 44
office.moskau@schalleraustria.com, www.schalleraustria.com

*Excellence in Food
Совершенство в каждом продукте*

Video trailer Markenlaunch



Kataloge, Broschüren



Fotokonzeptc Produkte

1. Aufgabenstellung
2. Ausgangsposition
3. Strategie
4. Ziel
5. Umsetzung
6. Public Launch
7. Intern
8. Conclusio

7. Intern

Für die weiterführende Implementierung sowie die Einbindung der Mitarbeiter und Partner wurde ein Themenplan konzipiert der die Markenattribute in konkrete Maßnahmen umsetzt. So wurde z.B. für den kommunikativen Schwerpunkt Zuverlässigkeit ein zusätzlicher Qualitätscheck bei Schaller installiert. Dazu wurde ein eigenes Testlabor eingerichtet, um den Anspruch der stabilen Produktqualität zu gewährleisten.



*eigenes Testlabor sorgt für
zuverlässig, stabile Produktqualität*



1. Aufgabenstellung
2. Ausgangsposition
3. Strategie
4. Ziel
5. Umsetzung
6. Public Launch
7. Intern
8. Conclusio

Die Markenattribute – wie z.B. Zuverlässigkeit – wurde den Bereichen Produkte, Services, Verhalten und Kommunikation zugeordnet um einzelne Maßnahmen zu kreieren.

Zuverlässig	Ausdruck
1. zuverlässige Produkte	Produkte / Kommunikation
2. stabile Qualität	Produkte / Kommunikation
3. doppelter Qualitätscheck	Service / Kommunikation
4. fachliche Kompetenz	Service / Kommunikation / Verhalten
5. Termintreue, Mengentreue	Verhalten
6. Reklamationsprozess	Verhalten / Kommunikation

1. Aufgabenstellung
2. Ausgangsposition
3. Strategie
4. Ziel
5. Umsetzung
6. Public Launch
7. Intern
8. Conclusio

8. Conclusio

Die Dauer des Markenprozesses bis zum Public Launch betrug neun Monate. Für die Lernprozesse der Mitarbeiter, die Umstellung im Packaging sowie die Ausstattung der Niederlassungen in Zentralasien und Osteuropa wurden weitere 6 Monate kalkuliert.

Die Umstellung wurde sowohl von Mitarbeitern wie auch Händlern positiv aufgenommen. Vermehrte Anfragen von Händlern das Sortiment von Schaller Premium zu übernehmen waren ebenfalls positiver Indikator.