



Crossmediale Markenkommunikation

Als elementare Grundvoraussetzung

Vorwort

Unsere Werte bestimmen Denken und Handeln

Markenkommunikation muss Spuren hinterlassen. Viele Unternehmen haben bereits erkannt, dass die Kundenkommunikation heute nur noch über mehrere Kanäle gleichzeitig erfolgreich sein kann. Jede Kommunikationsmaßnahme muss dort wirken, wo sie maximale Resonanz erzielt. Ziel ist eine Integration von klassischen und interaktiven Medien im Medien-Mix, denn nur eine intelligente Crossmedia-Strategie ermöglicht eine dauerhaft effiziente Einbeziehung von Webtechnologien in bestehende Strukturen eines Unternehmens. Demzufolge gelingt es Ihnen, wertvolle Ressourcen optimal zu nutzen.

Unser Anspruch als Agentur ist es, einzigartige Produkte für unsere Kunden zu schaffen, die mit hochwertigster digitaler Technologie und exzellenter Usability überzeugen. Dank unserer langjährigen Erfahrung im Bereich der strategischen und crossmedialen Markenkommunikation entwickeln wir emotional aufgeladene Kundenerlebnisse. Was kann Ihr Produkt? Wohin möchte ihre Marke? Das sind die Fragen, die wir uns gemeinsam stellen, um am Ende eine ganzheitliche Kommunikation zu schaffen, die kanalübergreifend erlebbar wird und Spuren hinterlässt.

Für uns gibt es kein gut genug, denn wir zielen nicht auf die 90 Prozent, sondern wir wollen die 110 Prozent erreichen. Dabei lassen wir uns von innovativen und kreativen Ideen antreiben, um stets das bestmögliche herauszuholen, für unseren eigenen Anspruch und für unsere Kunden.

Wir haben es uns zur Aufgabe gemacht, Ihre Markenbotschaft und Ihre Werte über alle relevanten Kommunikationskanäle hinweg passgenau für Ihre Zielgruppe zu transportieren. Leidenschaft, Kompetenz und Glaubwürdigkeit, das sind die Werte, die unser Denken und Handeln bestimmen.

Lassen Sie uns gemeinsam Ihre Marke zu neuem Leben erwecken. Wir bringen Sie ins Gespräch!



Fabian Schmid
Geschäftsführer

01.

Crossmediale Markenkommunikation

02.

Markenliebe

03.

Die Kraft der Identität

04.

Die Strategie

05.

Markenerlebnisse schaffen

06.

Der Entscheidungsfindungsprozess

07.

Der Denkströme Markenagentur

08.

Content Marketing

09.

Finanzkommunikation

10.

Unternehmenskommunikation

11.

Leistungsübersicht

12.

Über die Denkströme Markenagentur



01.

Crossmediale Markenkommunikation

Was wir darunter verstehen

Um eine Marke zum Erfolg zu führen, ist eine crossmediale Markenführung die elementare Grundvoraussetzung. Nur wenn Sie ihre Marke als Leitfigur für alle relevanten Zielgruppen einsetzen können, werden Sie langfristig die gewünschte Bindung erreichen. Ihre Marke ist die Persönlichkeit des Unternehmens und diese muss als authentisch, emotional und wiedererkennbar wahrgenommen werden. Insbesondere im digitalen Zeitalter sollte die Marke daher wesentlich tiefer definiert sein, um am Ende ein kanalübergreifendes Markenerlebnis zu schaffen, das an allen Touchpoints funktioniert.

Durch präzise Analysen entwickeln wir Strategien, die sich von anderen abheben, um so bewusst auch auf Trends und Tendenzen eingehen zu können. Wir setzen uns aktiv mit ihrer Marke auseinander und bilden so eine individuelle Markenidentität, die einhergeht mit einem außergewöhnlichen Markenauftritt. Alle Kommunikationsmaßnahmen unterliegen einer durchgängigen und konsistenten Leitidee, welche in verschiedenen und für Ihre Zielgruppe geeigneten Mediengattungen ausgespielt wird. Dies können Plakate, Landingpages, Social Media, Anzeigen oder Bewegtbilder sein. Der strategische und vor allem individuelle Designansatz ist dabei oberstes Gebot.

Mit einer crossmedialen Markenkommunikation schaffen Sie eine Unabhängigkeit von Zeit und Raum. Heutzutage ist es üblich, dass digitale Inhalte jederzeit und an jedem Ort abgerufen werden können. Auch hier muss das Markenerlebnis immer im Fokus stehen. Darüber hinaus herrscht durch die vielfältigen Nutzungsmöglichkeiten des Internets und immer neue Anwendungsfelder, Plattformen und Instrumente mittlerweile eine rege Interaktion zwischen Ihrer Marke und der Zielgruppe, was ein effektives Beziehungsmanagement verlangt.

Die kommunizierten Inhalte müssen kanalübergreifend stimmig sein, um zum Schluss eine langfristige Bindung ihrer Zielgruppe zu gewährleisten. Hier sind insbesondere die Faktoren Kontinuität, Konsistenz, Konsequenz und Kompetenz von maßgeblicher Bedeutung. Die einzelnen Gestaltungsfelder der crossmedialen Markenkommunikation bieten Ihnen unschätzbare Möglichkeiten, Ihre Ressourcen wertschöpfend zu nutzen.





02.

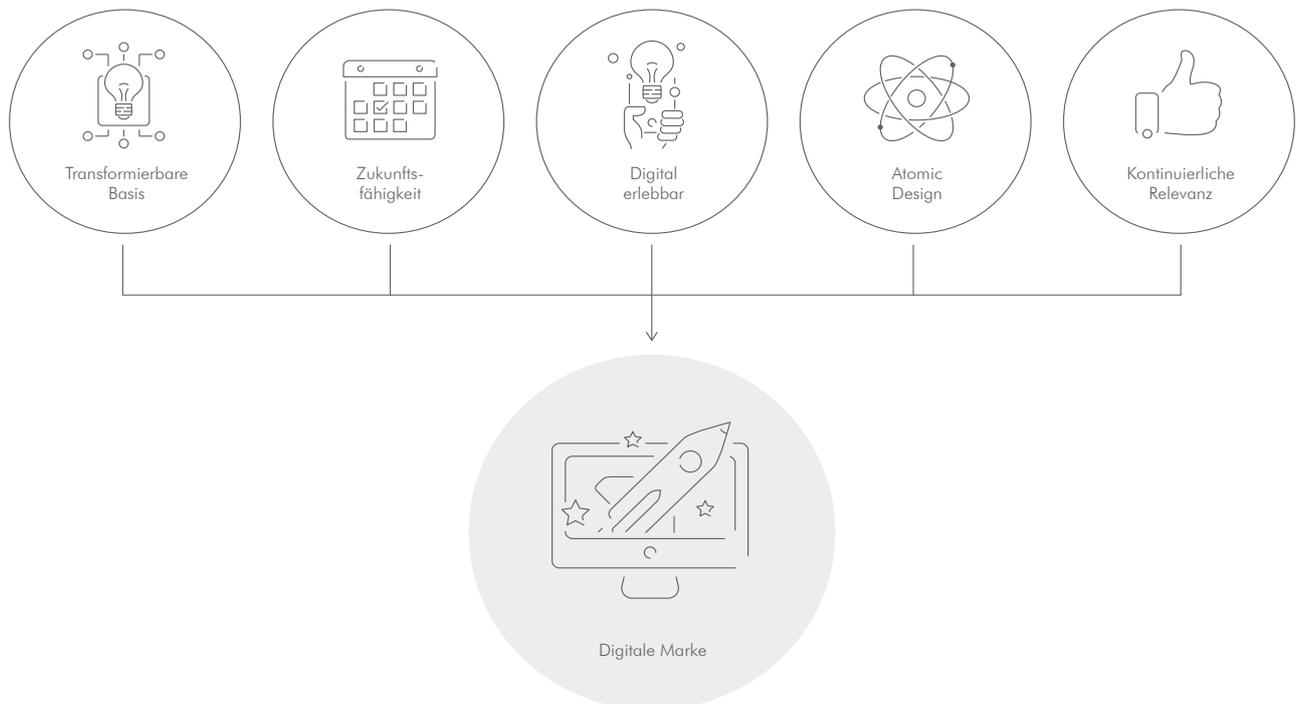
Markenliebe

Warum sie mitten ins Herz gehen muss

In einem Zeitalter, in dem durch die fortschreitende digitale Transformation sowohl Produkte als auch Dienstleistungen in unendlichem Ausmaß verfügbar und bisweilen auch austauschbar erscheinen, punkten Marken langfristig nur noch, wenn sie Emotionen transportieren und auslösen. Marken müssen begeistern, berühren und Erlebnisse schaffen. Wenn Sie den Kopf erreichen wollen, dann müssen Sie das Herz ansprechen. Die Geschichte, die hinter der jeweiligen Marke steht, die Bildsprache und auch die Farbwelt – das alles sind keine Zufälle, sondern Elemente eines konsistenten Markenaufbaus, der beharrlich umgesetzt wird und in der crossmedialen Markenkommunikation vollendet wird. Dazu braucht es Konsequenz, aber auch Mut und Leidenschaft.

Eine starke, plattformübergreifende Markenkommunikation sehen wir als Vertrauensanker, die Ihrer Zielgruppe das Gefühl geben, bei Ihnen in den besten Händen zu sein. Menschen, die sich bei einer Marke gut aufgehoben fühlen, bleiben ihr treu und emotional verbunden, solange das Markenversprechen auch eingehalten wird. Sie bauen Vertrauen auf und erkennen im Idealfall, sich und Ihre Werte in der jeweiligen Marke wieder. Eine emotionale Markenbindung kann schlussendlich sogar zur Markenliebe führen, der höchste Status, den eine Marke erreichen kann.

Vor allem das Internet und Social Media haben unsere Kommunikation grundlegend verändert, was sich auch auf Marken deutlich auswirkt. Es ist wichtiger als je zuvor, dass auf allen Kanälen ein stimmiges und glaubwürdiges Bild kommuniziert wird. Die Herausforderung besteht darin, die Kontakte zu Ihrer Zielgruppe zeitlich und vor allem inhaltlich aufeinander abzustimmen, schlüssig zu vernetzen und dabei ohne Ausnahme die gleiche inhaltliche Markenbotschaft zu senden. Markenliebe basiert immer auf einer emotionalen Nähe zur Marke, die langfristig ein intensives Bindungsverhalten nach sich zieht.





die implement
ihrer gesamth

03.

Die Kraft der Identität

Der Ursprung einer erfolgreichen Markenkommunikation

Für einen außergewöhnlichen Markenauftritt ist die Schaffung einer differenzierenden Identität essenziell und ein zentraler Prozess im Aufbau einer erfolgreichen Markenkommunikation. Es gilt, das Besondere und Einzigartige, was Ihr Unternehmen auszeichnet, herauszustellen, um auf dem gesättigten Produkt- und Dienstleistungsmarkt bestehen zu können. Die Identität steht für das Selbstbild Ihres Unternehmens, also dafür, wie Sie wahrgenommen werden möchten. Dabei sind die Herkunft, die Vision, die Persönlichkeit, die Werte und die Kompetenzen Ihres Unternehmens entscheidende Faktoren. Eine intern generierte Markenidentität ist in der Folge nach außen hin zu kommunizieren, um schlussendlich ein Image zu schaffen, welches die Beziehung zwischen der Zielgruppe und ihrer Marke effizient stärkt.

Eine transparente und stringente, crossmediale Markenkommunikation hat demzufolge eine ungeheure Kraft. Wenn die Identität klar definiert ist, ist die Voraussetzung geschaffen, dass sich bei Ihrer Zielgruppe ein deutliches Markenbild aufbauen kann. Gleichzeitig ermöglicht die Markenidentität eine zielgerichtete Positionierung am Markt und schafft so einen Wiedererkennungswert. Für einen langfristigen Erfolg fungiert die Marke unter anderem als symbolische Verdichtung der gesamten Unternehmenskommunikation.

Bereits in der Evolution ist verankert, dass jedes Lebewesen durch seine DNA einzigartig ist. Dort sind alle Erbinformationen gespeichert, welches es unverwechselbar macht. Das lässt sich nun auch auf die DNA einer Marke übertragen, die für Ihre eindeutigen, beispiellosen und individuellen Werte steht. Neben den physischen Eigenschaften übernehmen Marken zunehmend sozialpsychologische Funktionen und werden so mehr und mehr zu Persönlichkeiten. Im Zuge der fortschreitenden Kommunikationsflut gewinnt dieser Prozess zusätzlich an Bedeutung. Denn durch die Identität wird der persönliche Charakter einer Marke geformt, letzten Endes die Seele einer Marke geschaffen.

Die differenzierende Identität

Wenn Sie für Ihre Markenkommunikation eine aussagekräftige, hochwertige und innovative Botschaft haben, die Sie transportieren wollen, dann muss diese nicht nur überzeugend, sondern auch einzigartig sein. Sie muss sich von der Masse differenzieren, sich abheben und herausstechen, um über den funktionalen Nutzen hinausgehen zu können. Denn nur so wird Sie am Ende dauerhaft erfolgreich sein. Der einzige Weg, zu wachsen, führt über neue und visionäre Wege. Das ist die Herausforderung, der es sich zu stellen gilt.

Der Erfolg einer Marke setzt sich in ganz besonderem Maße aus einer starken Markenpersönlichkeit zusammen. Nur eine Identität, die unvergleichlich ist, wird sich am Markt auf Dauer etablieren und halten können. Das erfordert eine klare Differenzierung gegenüber dem Wettbewerb, eine kontinuierliche Kommunikation mit Botschaften, welche die Markenidentität widerspiegeln und vor allen Dingen kreative und unkonventionelle Ideen. Das ist ein intensiver Prozess, der stellenweise auch mal schmerzen kann. Aber die Entwicklung von Innovationen und daraus resultierende mögliche Transformationen sind notwendig, um Neuartiges zu schaffen. Für bahnbrechende Ideen und Programme braucht es deshalb manchmal auch etwas Mut. Wir liefern keine Maßnahmen von der Stange, sondern möchten gemeinsam mit Ihnen außergewöhnliche Ideen kreativ umsetzen. Das kann auch mal zu intensiven Diskussionen führen, aber nur durch konstruktiven Austausch und Dialog und mit der Bereitschaft zur Veränderung sind auf Dauer neue Denkansätze möglich. Wir sind überzeugte Teamplayer und haben dank unserer Erfahrung bereits bewiesen, dass mit ungewöhnlichen Ideen etwas Beispiellooses entstehen kann.



04.

Die Strategie

Die Entwicklung einer durchgängigen Leitidee

Um sich als Marke zu positionieren und eine emotionale Bindung zu Ihrer Zielgruppe aufzubauen, braucht es eine intelligente und überzeugende Strategie, die konsequent durchgeführt wird. Im Zuge dessen müssen zu Beginn grundlegende Voraussetzungen geschaffen werden, um die Kernkompetenzen im Rahmen einer Strategie-Organisation und Strategie-Durchführung festzulegen.

Sie müssen wissen, wen Sie erreichen wollen, dann überlegen, was Sie sagen möchten und im Anschluss darüber nachdenken, wie Sie es sagen wollen.



Es gilt, sich also intensiv mit Ihrem Unternehmen und ihrer Zielgruppe auseinanderzusetzen. Dies geschieht durch sogenannte Markenworkshops, die wir gemeinsam mit Ihnen und Ihren Mitarbeiter:innen durchführen. Die Workshops sind ein wertvoller Ausgangspunkt für alle weiteren Kommunikationsmaßnahmen, da hier die Positionen, die Missionen und die Visionen Ihres Unternehmens definiert und fixiert werden. Hier wird die zukünftige Ausrichtung Ihrer Kommunikationsmaßnahme gemeinsam erarbeitet, mit dem Ziel, eine authentische und sympathische Markenkommunikation mit gleichzeitig hohem Wiedererkennungswert zu schaffen. Durch die Bewertung der Ist-Analyse und die Entwicklung einer Soll-Strategie wird so das Fundament für alle weiteren Maßnahmen gelegt.

Die Medienkanäle bilden die strukturellen Voraussetzungen für die Verbreitung der Markenbotschaft, sind aber am Ende lediglich das Transportmittel im Rahmen der Markenkommunikation. Sie dürfen zu keinem Zeitpunkt die inhaltliche Umsetzung der Botschaft gefährden. Gerade deshalb ist es von immenser Bedeutung, die inhaltliche Konvergenz der Markenbotschaft stets im Fokus zu behalten.



05.

Markenerlebnisse schaffen

Emotionen machen den Unterschied

Die crossmediale und strategische Markenkommunikation nur auf die bekannten Markenwerte wie Qualität oder Tradition zu beschränken, funktioniert schon lange nicht mehr. Die Herausforderungen sind im Rahmen der digitalen Transformation deutlich komplexer geworden. Von immenser Wichtigkeit ist hier das Erzeugen eines positiven und einprägsamen Markenerlebnisses für Ihre jeweilige Zielgruppe.

Die Macht der Emotionen

Emotionen sind in der Kommunikation inzwischen omnipräsent. In mehr als 80 Prozent der Fälle ist die emotionale Komponente der Entscheidungstreiber. Gerade deshalb ist es substanziell herauszufinden, welche Botschaften tatsächlich nachhaltig wirken. Positive Empfindungen schaffen nicht nur eine bessere Wahrnehmungsatmosphäre, sondern führen auch zu einer verfeinerten Verarbeitung und Beurteilung von Informationen, ohne dass wir uns dessen bewusst sind. Durch Emotionen werden darüber hinaus spezifische Erlebnisse vermittelt, die dazu führen, dass wir subjektive Gefühle mit einer Marke in Verbindungen bringen. Eine erfolgreiche Markenkommunikation zeichnet sich dadurch aus, emotional aufgeladene Kundenerlebnisse zu schaffen und diese kanalübergreifend zu transportieren.

Der portugiesisch-amerikanische Neurowissenschaftler Antonio Damasio hat in seinen Studien die neue Prämisse ausgegeben: Ich fühle, also bin ich. Damit wurde die Wertigkeit und Bedeutung von Emotionen noch mal um ein Vielfaches verstärkt. Wenn es der Markenkommunikation gelingt, Herzklopfen im Gehirn zu verursachen, dann hat sie ihre Aufgabe erfüllt und kann langfristig erfolgreich sein. Genau das ist unser Anspruch. Wir wollen zuerst einmal gemeinsam das emotionale Profil ihrer Markenkommunikation messen, es hinsichtlich Ihrer Unternehmensstrategie abgleichen und falls erforderlich an die zukünftigen Markt- und Unternehmensentwicklungen adaptieren.





06.

Der Entscheidungsfindungsprozess

Warum sich Mut immer auszahlt

Eine effiziente und crossmediale Markenkommunikation soll Ihre unverwechselbare Identität und ihre Markenbotschaft über alle relevanten Plattformen hinweg authentisch und zielgruppengerecht transportieren. Dafür bedarf es medienunabhängiger Ideen und Konzepte, die in gewisser Weise auch mal überraschend für Sie sein können. Um eine Marke erlebbar zu machen und damit erfolgreich zu positionieren, braucht es streckenweise auch ein wenig Mut, um sich auf neue Denkweisen und Impulse einzulassen.

Erkenntnisse, Überraschungen, Offenheit

Bei der Ideengenerierung und auch bei der Vorstellung von Maßnahmen und Konzepten gehen wir stets zielgerichtet und systematisch vor. Unsere Denkansätze fußen auf kommunikationswissenschaftlichen und erprobten Methoden, die wir individuell für ihr Unternehmen gestalterisch und kreativ weiterentwickeln. Um eine Markenvision zum Leben zu erwecken, braucht es unkonventionelle Umsetzungen, die aus der Masse hervorstechen. Dieser Prozess basiert auf unserer gesamten Erfahrung und passiert im gemeinsamen Austausch mit Ihnen. Offene Kommunikation spielt für uns dabei eine Schlüsselrolle. Nur wenn Ideen den nötigen Raum bekommen, dann ist etwas Ungewöhnliches möglich. Für diesen Weg brauchen wir ihr Vertrauen. Es ist wichtig, den Entwicklungsprozess aktiv zu unterstützen, ihn voranzutreiben und sich nicht durch Bedenken ausbremsen zu lassen. Wir verfügen über die notwendigen Kompetenzen für komplexe und anspruchsvolle Projekte, die wir mit Ihnen umsetzen wollen.



Unkonventionelle Umsetzung



Gesammelte Erfahrung



Gemeinsamer Austausch



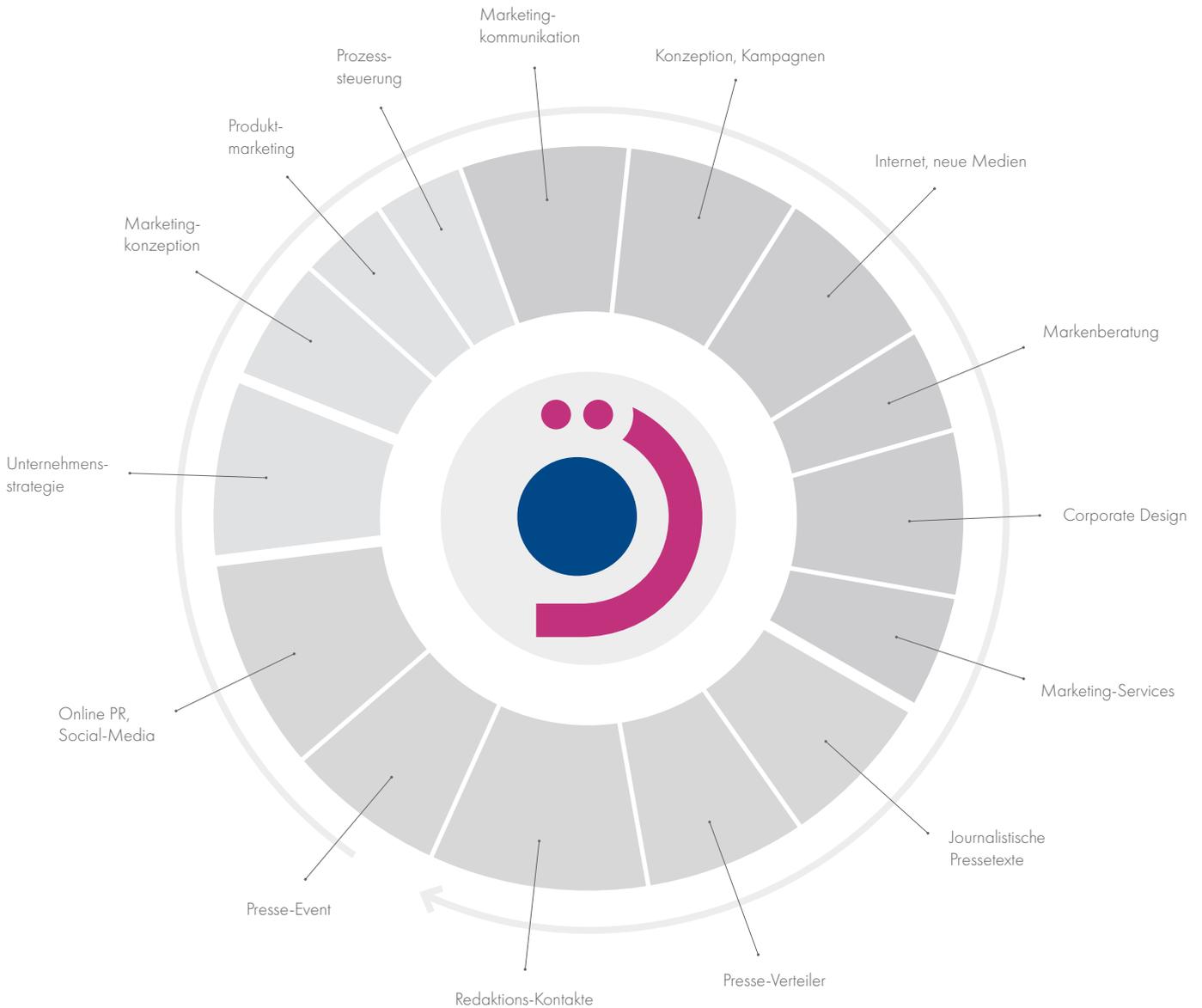
Offene Kommunikation
als **Schlüsselrolle**



07.

Der Denkströme Markenkreis

Als Komplett- oder als Einzellösung - wir begleiten den ganzen Prozess





08.

Content Marketing

Für jeden Kanal die richtige Ansprache

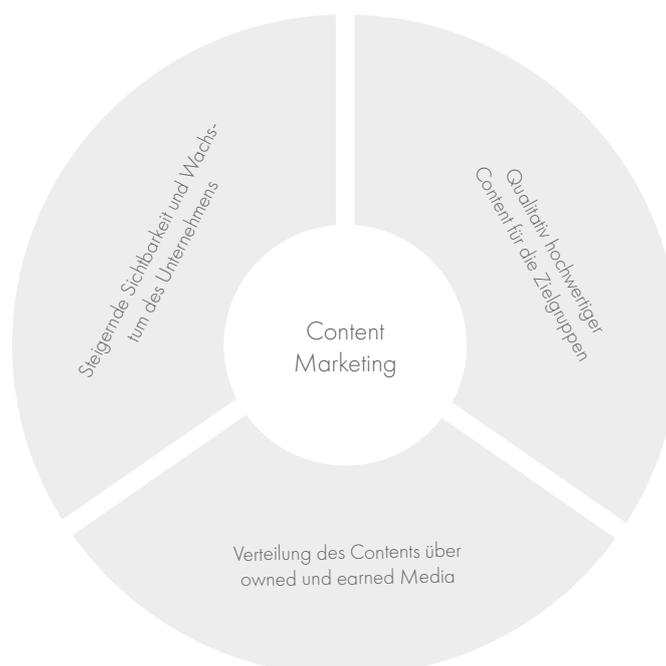
Um Ihrer Marke eine unverwechselbare Stimme zu geben, brauchen Sie plattformübergreifend die richtige Ansprache und die passenden Inhalte. Unsere Redaktion hilft Ihrem Unternehmen, Ihre Bedürfnisse und Themen strategisch in die Kommunikation einzubauen und ihre Marke aufmerksamkeitsstark zu platzieren. Wir verfügen über ein Expertenteam, welches Ihrer Marke eine unverwechselbare Stimme verleiht.

Redaktionelle Begleitung nach Maß

Wir unterstützen Sie bei der Bereitstellung von qualitativ hochwertigen Informationen und Inhalten. Wording und Tonalität sind dabei maßgeblich für die Wirkung ihrer Texte. Das richtige Wort im richtigen Moment ist kein Zufall, sondern das Produkt unserer Kommunikationsprofis. Unser Social-Media-Team fungiert für Sie und Ihr Unternehmen als Moderator, führt und fördert Dialoge mit der Community. Darüber hinaus arbeiten wir uns schnell in komplexe Themen ein und planen Ihre redaktionellen Inhalte mit Blick auf die konkreten Ziele. So generieren wir überzeugenden und nützlichen Inhalt, der auf ihre Zielgruppe zugeschnitten ist und diese emotional an Sie bindet. Ein unverzichtbarer Baustein, denn auf diese Weise können sich Ihr Unternehmen und Ihre Botschaften in der Öffentlichkeit etablieren und Ihnen dadurch mehr Sichtbarkeit, eine größere Reichweite und neue Kontakte verschaffen.

Erkenntnisse, Überraschungen, Offenheit

Wir helfen Ihnen sowohl bei der Stärkung der internen Dialogkultur, wie etwa durch die Veröffentlichung einer Mitarbeiterzeitung, der Erstellung von Mitarbeiterbroschüren oder Styleguides, als auch bei der Stärkung der Außenkommunikation. Hier sind zum Beispiel analoge oder digitale Imagebroschüren und Unternehmensmagazine zu nennen. Wir unterstützen Ihr Unternehmen vollumfänglich bei der Erstellung und Distribution von Corporate Publishing Produkten über alle Kanäle hinweg (Smartphone, Tablet, Desktop, Print).





09.

Unternehmenskommunikation

Leistungsspektrum – wir bringen Ihre Marke ins Gespräch

Überzeugende und gute Inhalte werden im digitalen wie auch im analogen Bereich gerne gelesen und weitergegeben, was am Ende auf die Wahrnehmung ihrer Marke einzahlt. Crossmediale Markenkommunikation setzt auf die Nutzung mehrerer Medienkanäle für eine Kampagne. Alle Medien, die zum Einsatz kommen, folgen dabei dem gemeinsam erarbeiteten Leitmotiv. Daraus resultiert am Ende ein Kommunikationsmix mit hohem Wiedererkennungswert und einer maximalen interaktiven Wirkung. Unsere Aufgabe ist es, Ihr Unternehmen, ihre Produkte oder Dienstleistungen crossmedial zu begleiten und dabei stets Ihre Ziele im Blickpunkt zu behalten. Starke Marken müssen immer crossmedial geführt werden – mit einer klaren und nachhaltig eindringlichen Botschaft. Dabei gehen traditionelle Werte wie Glaubwürdigkeit und Zuverlässigkeit Hand in Hand mit modernster Technik und perfektem Design. Gemeinsam sorgen wir für eine effektive und effiziente Präsentation Ihres Unternehmens, und zwar immerwährend zielgruppenorientiert, medienübergreifend und persönlich.

Crossmedial denken, planen und kommunizieren

Sie haben etwas, was andere nicht haben und das wollen wir nach außen transportieren, um Vertrauen und Glaubwürdigkeit zu schaffen, stets abgestimmt auf die Bedürfnisse Ihrer Zielgruppe. Daraus ergeben sich vielfältige Möglichkeiten, wie etwa:



Imagebroschüren



Jahrbücher



Unternehmens-
kampagnen



Kampagnen



Anzeigen & Banner



Kataloge



Claim &
Sloganentwicklung



Social Media



10.

Finanzkommunikation

Leistungsspektrum - was leisten wir für Sie

Jedes Jahr stehen Kapitalgesellschaften und börsenorientierte Unternehmen vor der Aufgabe, einen Jahresabschluss zu erstellen, um damit ihrer gesetzlich vorgeschriebenen Rechenschaftspflicht nachzukommen. Der Geschäftsbericht ist ein wichtiges Instrument in der Finanzkommunikation, was im übertragenen Sinne als Visitenkarte ihres Unternehmens gegenüber allen wichtigen Zielgruppen fungiert. Für Unternehmen, die verpflichtet sind, einen Lagebericht und Jahresabschluss zu erstellen, gelten unterschiedliche gesetzliche Vorgaben, nach denen wir selbstverständlich agieren. So ergeben sich für Aktiengesellschaften aus § 175 AktG weitergehende Offenlegungsvorschriften.

Im Bereich der Finanzkommunikation erstellen wir für Sie Geschäftsberichte, Jahresberichte, Tätigkeitsberichte oder Nachhaltigkeitsberichte. Diese setzen wir vollumfänglich um, das bedeutet konzeptionell, inhaltlich und gestalterisch. Wir leisten wertvolle Rechercharbeit, führen nachfolgend alle relevanten Interviews, treffen eine einwandfreie Bildauswahl und erstellen anschauliche Infografiken und leicht verständliche Diagramme.

Reporting

Ziel ist dabei stets ein Höchstmaß an Qualität, Individualität und Kreativität. Wir lassen trockene Statistiken und Tabellen zu kreativen Infografiken werden und verwandeln Textwüsten in lesenswerte Artikel. Dabei achten wir fortwährend auf den Spagat zwischen Information, Emotion, Rückblick und Prognose. Im Mittelpunkt muss immer stehen, ihre Zielgruppe und deren Bedürfnisse zu erreichen. Neben dem Inhalt und der Gestaltung spielt beispielsweise auch die Endverarbeitung eine Rolle (Papierauswahl, Druckverfahren, Bindung, Ausklappseiten, Register).

Zahlen und Ergebnisse kommunizieren wir durch entsprechende Visualisierungen. Hierbei gewährleisten wir eine einheitliche Wirkung und die Einhaltung der Gestaltungsvorgaben des Corporate Designs.

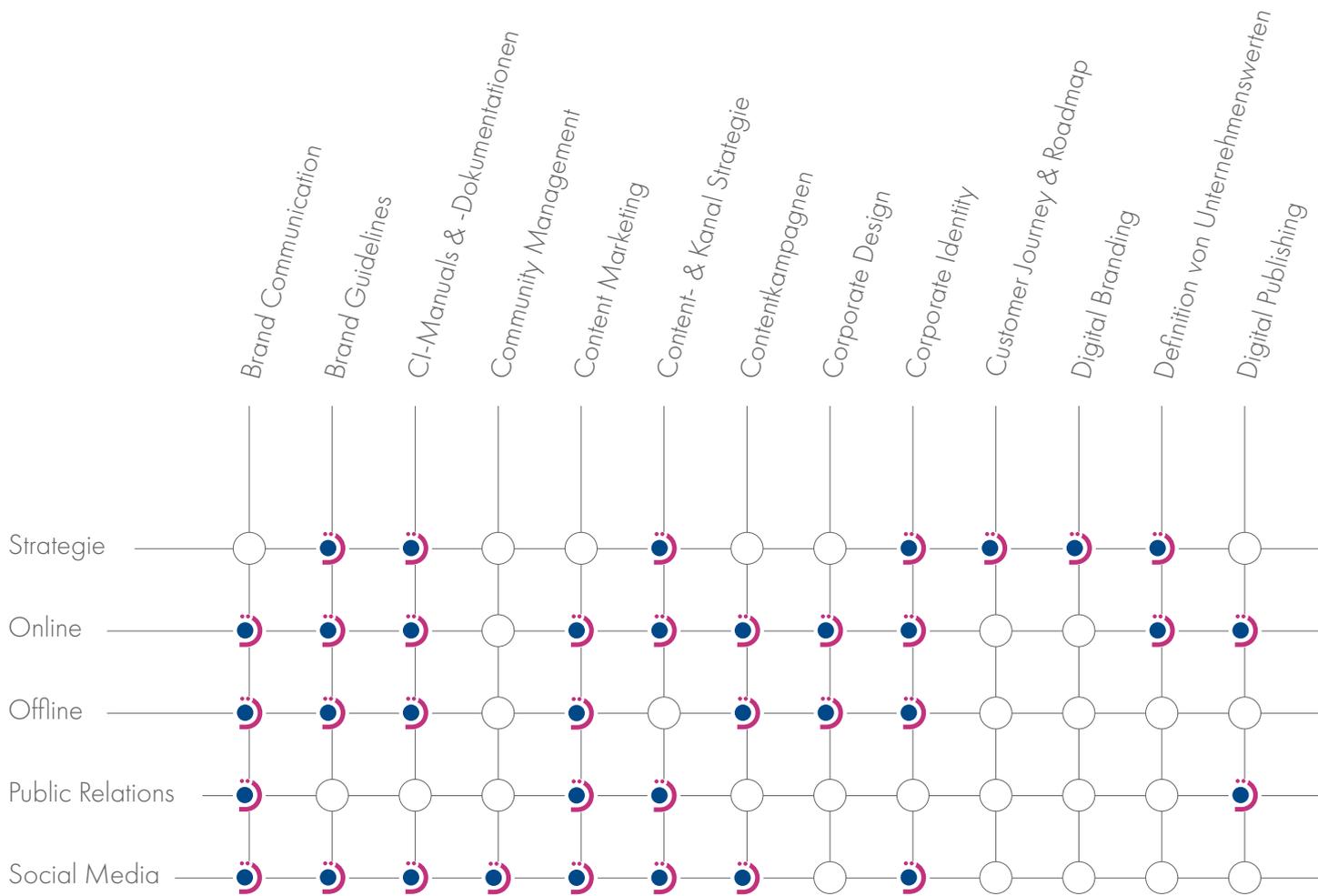
- Achsen und Balkendiagramme
- Kreis und Tortendiagramme
- Streudiagramme
- Tabellen
- Interaktive Landkarten
- Charts
- Icons und Piktogramme

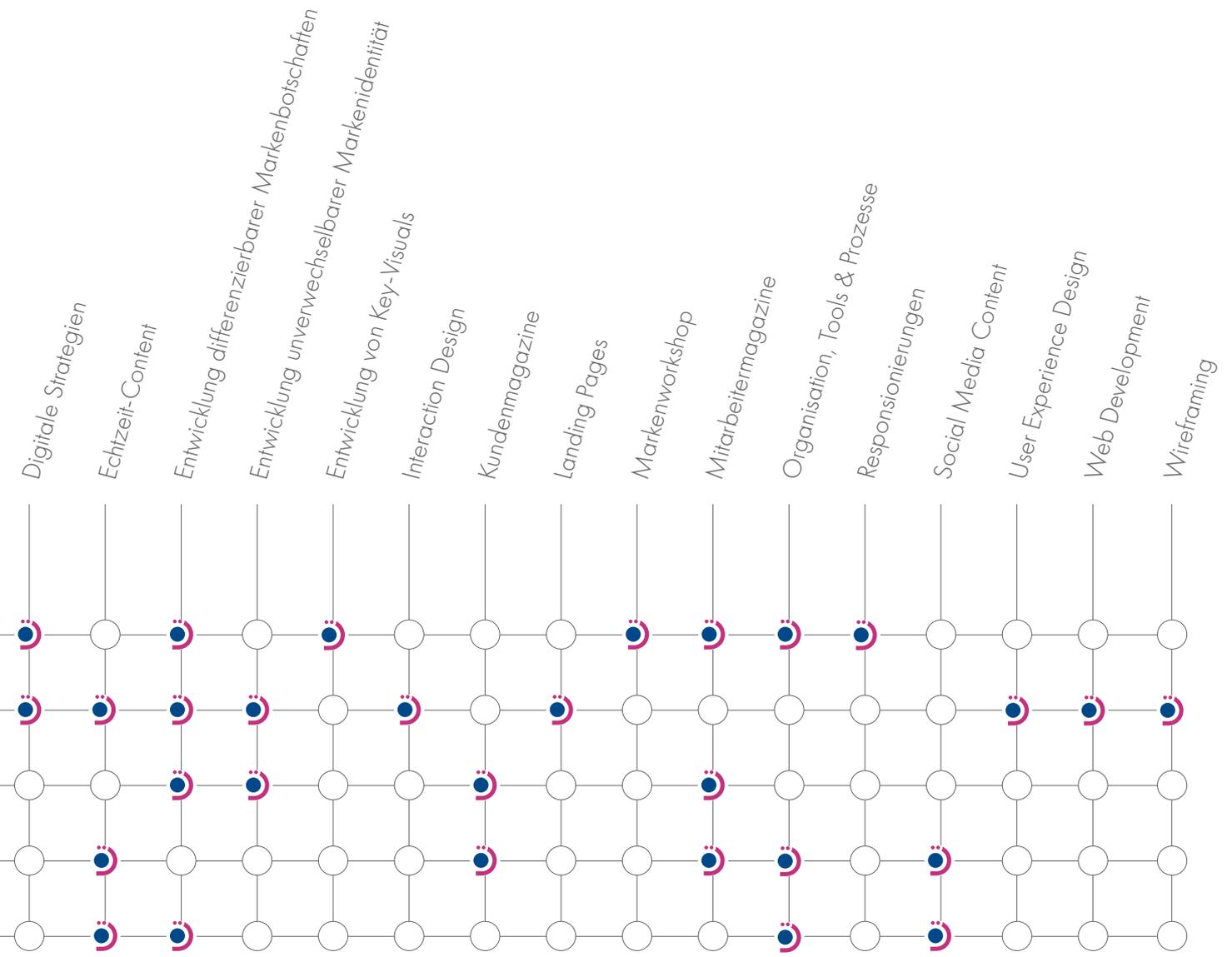
Der sachliche Informationsgehalt kann dabei durch großformatige Abbildungen und eine ansprechende Bildauswahl zusätzlich unterstrichen und emotionalisiert werden. Wir entwickeln für Sie ein attraktives und prägnantes Bildkonzept, welches ihre Kompetenzen, Innovationen und Werte visualisiert.

11.

Leistungsübersicht

Agentur für strategische und crossmediale Markenkommunikation





12.

Über die Denkströme Markenagentur

Agentur für strategische und crossmediale Markenkommunikation

Wer wir sind

Wir wollen unsere Kunden als zuverlässiger und hochkompetenter Partner auf dem Weg in die digitale Zukunft begleiten. Der Kern und die Stärke unseres Handelns liegen in der strategischen und crossmedialen Markenkommunikation. Differenzierend, authentisch, emotional und anspruchsvoll. Die Denkströme Markenagentur sieht sich mit Ihren über 40 Mitarbeiter:innen als Manufaktur, die maßgeschneiderte crossmediale Ideen und Innovationen gestaltet und präzise umsetzt. Der Schwerpunkt unseres Tuns zentriert sich auf den Gesundheitsbereich. Wir entwickeln voller Leidenschaft, bahnbrechende Konzepte und Konfigurationen für unsere Partner:innen. Unsere agilen Teams sind an zwei Standorten präsent. An unserem Hauptsitz in Kempten geht es vorrangig um die strategische, kreative und technische Entwicklung. Die Bereiche Suchmaschinenoptimierung, Redaktion und Social Media werden von unserem Büro in der Landeshauptstadt München gelenkt.

Unser Fokus liegt auf einer differenzierenden Markenkommunikation im Premium-Segment, die sich wesentlich von anderen abhebt. Wir sind unverwechselbar, mutig, emotional und offen für neues. Diesen Anspruch verknüpfen wir mit erstklassiger Kreativität.

Unsere Stärke ist eine authentische Markenkommunikation, die exakt auf das jeweilige Unternehmen zugeschnitten ist. Unser Versprechen sind perfekt auf Kundenbedürfnisse abgestimmte crossmediale Lösungen, die den Wert der Marke niemals aus den Augen verlieren. Die überdurchschnittliche Fachkompetenz unserer Mitarbeiter:innen garantiert ein optimales Ineinandergreifen von Strategie, Kreativität, Technologie und Daten.

Unsere Leistungen überzeugen durch höchsten Designanspruch, Einzigartigkeit, neueste Technologie, eine zielgruppengerechte Ansprache, stets kombiniert mit einem innovativen strategischen Ansatz.

Mehr zu Referenzprojekten und Arbeitsweise der Agentur finden Sie im Internet auf:

www.denkstroeme-markenagentur.de

Ausgezeichnete Arbeiten

Deutscher Exzellenzpreis 2019

Corporate Website | Johanniter-Unfall-Hilfe e.V.

German Design Award 2019

Corporate Website | Fachklinik Allgäu

Deutscher Exzellenzpreis 2018

Recruiting Kampagne | m&i-Klinikgruppe Enzensberg

Jahrbuch der Werbung

Corporate Website | Fachklinik Allgäu

Vitra Bundessieger

id. Chair Kampagne | smow die Einrichter

Deutschlands beste Golfclub-Website

Corporate Website | Allgäuer Golf- & Landclub e.V.



