

Underberg®

SUCCESS STORY

Underberg erreicht mit pixx.io
100 % Markenkonsistenz

Underberg®



Lukas Stötzner
Produktmanager

“Alles können wir besser machen!”

So lautet die Vision von Underberg. Das ließ sich Lukas Stötzner nicht zweimal sagen: Der Product Manager des Rheinberger Spirituosenherstellers Underberg sorgte bei seinem Arbeitgeber für eine durchgängige Markenkommunikation mit pixx.io als zentralem Tool.

Das Underberg Geheimnis

Semper idem steht für „stets gleichbleibende Wirkung und Qualität“. Wie das Verfahren genau funktioniert, bleibt jedoch geheim.

Kein Geheimnis ist dagegen der Erfolg von Underberg. Das Familienunternehmen wurde 1846 in Rheinberg gegründet - heute befindet sich das Unternehmen in der 5. Generation. In dieser Zeit wurden über 100 Länder erschlossen, die mit dem Kräuter-Bitter beliefert werden.

Inzwischen ist die Semper idem Underberg AG ein "House of Brands", dazu gehören neben Underberg z.B. auch Asbach, Pitú und Grasovka zu den Eigenenmarken.

Die papierumhüllten Portionsfläschchen von Underberg kennt in Deutschland fast jeder. Was viele nicht wissen: Der bittersüße Inhalt ist seit Gründung der Marke unverändert geblieben. Er besteht aus Kräutern aus 43 verschiedenen Ländern dessen Zusammensetzung streng geheim ist. Nur fünf Personen kennen die Rezeptur.





Underberg®

Weltweiter Erfolg bringt weitreichende Brand-Herausforderungen

Der Inhalt der unverwechselbaren Fläschchen ist weltweit derselbe. Das Flaschenetikett unterscheidet sich dagegen je nach Verkaufsland. Denn für die Kommunikation und Werbung rund um alkoholhaltige Produkte gelten in den verschiedenen Ländern und Regionen der Erde **unterschiedliche Restriktionen**.

Herausforderung: Internationale Marktregularien

Das Global Brand Management bringt die Markeninhalte mit diesen regionalen Vorgaben in Einklang. Die Herausforderung besteht darin, zu gewährleisten, dass Markenpartner, Vertriebskollegen und Händler weltweit mit den korrekten Inhalten arbeiten.



Herausforderung: Internationale Marktregularien

@pixx!o

Underberg®

Das Global Brand Management bringt die Markeninhalte mit diesen regionalen Vorgaben in Einklang. Die Herausforderung besteht darin, zu gewährleisten, dass Markenpartner, Vertriebskollegen und Händler weltweit mit den korrekten Inhalten arbeiten.

Beispiel: Für die Kommunikation in UK dürfen beispielsweise keine Visuals verwendet werden, auf denen das deutsche Label des Fläschchens abgebildet ist.

Zu den Menschen, die diese wichtige Aufgabe übernehmen, gehört Lukas. Bei Underberg in Rheinberg verantwortet er das Product Management für Deutschland. In dieser Funktion organisiert er die Markenkommunikation und die Auftritte der Brand in Deutschland.

Eingestiegen ist er als Digital Marketing Manager und trieb schnell die Digitalisierung von Underberg voran. Er kennt also einerseits die Pains seiner Kommunikationskollegen und weiß andererseits, wie anspruchsvoll eine einheitliche Kommunikation ist



Lukas Stötzner
Produktmanager



***Challenge für das Brand Management:
100 % konsistent und übersichtlich***

Voraussetzung für eine markenkonforme und konsistente Kommunikation ist der Überblick über vorhandene Inhalte. Für Underberg ist Übersicht gleich in doppelter Hinsicht wichtig.

Challenge 1

Marktspezifische Inhalte anbieten

Grundsätzlich ist das Brand-Team analog zum Unternehmen nach Marken und Ländern strukturiert. Entsprechend müssen auch digitale Produkt- und Markeninhalte nach dieser Logik organisiert sein.

Ohne ein Tool, das Struktur bringt, geht die Übersicht allerdings schnell verloren. Gerade für den Markenaufbau und die Weiterentwicklung der Marke, aber auch für die Zusammenarbeit mit Händlern sind Transparenz und Ordnung das A und O. Sonst passiert es schnell, dass Material in Umlauf gerät, das nicht final ist oder von der CI abweicht.



Challenge 2

Brand-Konformität sicherstellen

Wie hilfreich ein Tool für die Organisation und Verteilung von Inhalten ist, haben Lukas und sein Team zuletzt beim kürzlich abgeschlossenen **Design-Relaunch** der Brand erlebt: Ohne zentrale Plattform hätte das Aktualisieren der bestehenden Markeninhalte vermutlich **viele Monate gedauert** – ohne Garantie dafür, dass wirklich alle Materialien in das neue Design überführt werden.





pixx.io gibt Underberg die Kontrolle über Inhalte und Zugriffe

Underberg konnte den Relaunch-Prozess innerhalb kurzer Zeit und mit größter Sorgfalt abschließen. Und auch die Strukturierung von Inhalten nach Marken und Ländern ist für die Kräuterpioniere kein Problem. Eine große Hilfe dabei war das DAM von pixx.io.

Das Media Management Tool von pixx.io begleitet Lukas bei Underberg schon fast seit seinem Einstieg bei dem Spirituosenhersteller. In seiner Anfangszeit im Marketing war Lukas Leiter der Digital Unit, die für das Digitalmarketing von Semper Idem zuständig war, und hat unter anderem Software-Tools eingeführt.

Dabei lernte er pixx.io kennen. Eine Agentur hatte das Tool für Digital Asset Management (DAM) eingeführt. „Ich habe festgestellt, dass ein DAM für das Marketing unverzichtbar ist, weil wir damit easy unsere digitalen Inhalte organisieren“, beschreibt Lukas seinen positiven Eindruck von pixx.io.

Das Tool hat ihn so sehr überzeugt, dass er das Thema intern übernommen hat. Seitdem ist er bei Underberg die erste Anlaufstelle, wenn es um pixx.io geht – und das, obwohl sein Jobprofil sich inzwischen verändert hat.

Als Initiator pixx.io ins Unternehmen zu holen ist Lukas auch heute noch dafür verantwortlich die effiziente Nutzung des DAM-Tools weiter auszubauen. Langfristig ist aber geplant, die Administration von pixx.io bei den Kollegen in der Service-IT aufzuhängen, damit sich Lukas voll und ganz auf seine Arbeit als Product Manager konzentrieren kann. Der Wissenstransfer und der Aufbau der Kompetenzen hat bereits begonnen.

So nutzt Underberg pixx.io im Alltag

Die Einsatzmöglichkeiten des DAM-Tools reichen bei Underberg von der Zusammenarbeit mit Externen über die Strukturierung von digitalen Inhalten bis zum Feinschliff für PowerPoint-Präsentationen.

Rollen und Rechte managen

Eine der wichtigsten Funktionen für Underberg ist das Rollen- und Rechtemanagement in pixx.io. Damit ist es problemlos möglich, die unternehmensspezifische Markenstruktur im DAM-Tool abzubilden und bis auf die Ländermärkte herunterzubrechen.

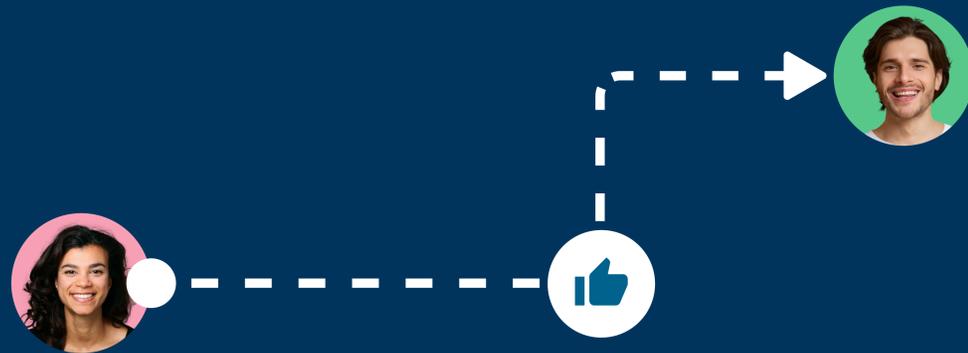
Freigegebene Inhalte finden

Kollegen und Partner aus spezifischen Ländern haben auf diese Weise nur Zugriff auf Inhalte, die für ihren Markt freigegeben sind. So ist sichergestellt, dass Visuals aus Deutschland nicht auf einer Plakatwerbung in England landen.

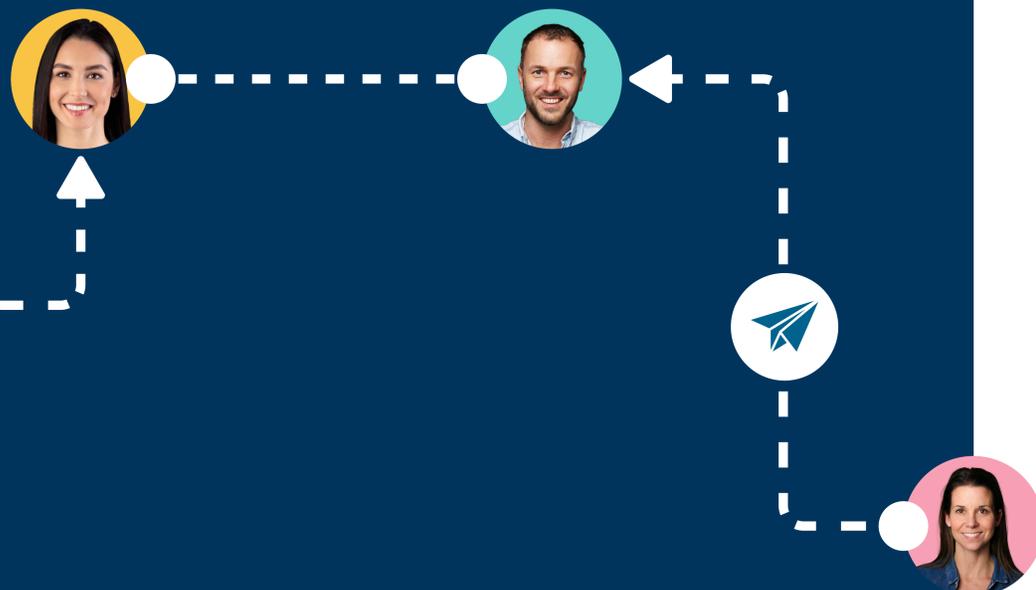
*„Aktuell haben alle unsere
Abteilungen Berührungspunkte zu
pixx.io. Wer einen persönlichen Zugriff
benötigt, wird als Gast-User
eingeladen. So können wir pixx.io
flexibel nutzen und schnell neue
Kollegen onboarden.“*



Lukas Stötzner
Produktmanager



Ein Product Manager in der Rolle als pixx.io Key User sortiert die für seine Marke relevanten Inhalte vor und überträgt sie nach der Verschlagwortung in pixx.io. Die Vertriebsmitarbeiter des jeweiligen Landes finden dann mit wenigen Klicks die Inhalte, die sie sicher für ihre Arbeit verwenden können.



So nutzt Underberg pixx.io im Alltag

✓ Inhalte einholen und verteilen

Ein weiterer Workflow, den pixx.io bei Underberg verbessert hat, ist die Zusammenarbeit mit externen Dienstleistern. „Wir arbeiten mit vielen Agenturen zusammen, die uns Inhalte wie Vertriebs- und Werbematerial liefern. Mit den kostenlosen Upload-Zugängen von pixx.io haben sie eine einfache Möglichkeit, ihre Inhalte in unserem Cloudspeicher abzulegen“, beschreibt Lukas den Ablauf.

📄 PowerPoint-Workflows verbessern

Neben pixx.io gibt es bei Underberg noch ein weiteres vielgenutztes Tool: „Wir arbeiten in der MS-Office-Umgebung und nutzen für die interne und externe Kommunikation PowerPoint. Das PowerPoint-Plugin von pixx.io stellt für uns eine enorme Zeitersparnis dar“, sagt Lukas.

Um ansprechende Visuals für seine Slides zu suchen, muss er die PowerPoint-Oberfläche nicht verlassen. „Mit einem Klick ist das gewählt Bild im passenden Format in meiner Slide“, freut sich der Product Manager.



In Zukunft konsistent mit pixx.io

Hat pixx.io den Workflow bei Underberg besser gemacht?

Lukas findet: ja, und ist zufrieden mit seiner Entscheidung, pixx.io im Marketing und im Product Management zu nutzen.

Seit dem Launch von pixx.io bei Underberg:

- ✔ läuft die Kommunikation viel stärker Brand-konsistent ab.
- ✔ sind digitale Inhalte für die Kommunikation und den Vertrieb übersichtlich strukturiert und zentral organisiert.
- ✔ lassen sich neue Designs in kurzer Zeit auf alle weltweit vorhandenen Inhalte ausrollen.
- ✔ können neue Produkt- oder Kampagnenfotos mühelos in die bestehende Content-Infrastruktur integriert werden.
- ✔ spart die Schnittstelle zu PowerPoint viel Zeit im Underberg-Alltag.

Theoretisch könnten Lukas und sein Team mit pixx.io eine nahtlose Workflow-Struktur einrichten und noch mehr Tools anbinden.

"Für uns ist es wichtig, möglichst viele Workflows in einem Tool abbilden zu können, um nicht für mehrere Software-Einführungen durch den Einkaufsprozess zu laufen.", betont Lukas. Dass pixx.io alles bietet, um eine nahtlose Workflow-Struktur rund um ihre Media Dateien aufzubauen, ist daher ein klarer Vorteil bei der Einführung des DAM-Tools im Unternehmen.



Verschaffe dir und deinem Team Ordnung mit dem DAM von pixx.io

Teste pixx.io jetzt kostenlos und erreiche auch in deinem Unternehmen 100 % Markenkonsistenz.

Teste pixx.io kostenfrei

