

D  
A  
S  
  
I  
S  
T  
  
S  
A  
M  
U  
R  
A  
I



MANIFEST FÜR  
NACHHALTIG ERFOLGREICHE  
MARKENFÜHRUNG

## VORWORT

Die rasanten Veränderungen in der Medienlandschaft und im Nutzerverhalten stellen die Kommunikationsbranche vor große Herausforderungen. Durch die wachsende Anzahl und Vernetzung der Kanäle sowie die unaufhaltbare Digitalisierung wird Kommunikation immer komplexer.

Umso einfacher und klarer müssen die Lösungsansätze für die Zukunft sein. Erfolgreiche Markenkommunikation braucht kein Zauberwerk, sie braucht eine Rückbesinnung auf ihren wahren Kern – die Beziehung zwischen Marken und Menschen.

Menschen, die individuelle Wünsche und Bedürfnisse haben. Menschen, die aufgeklärt, kritisch und vernetzt sind. Menschen, die ernst genommen, respektiert und nicht länger in Profilen und Clustern bewertet werden wollen.

HEYMANN BRANDT DE GELMINI präsentiert mit „Das ist Samurai“ ein Manifest für nachhaltig erfolgreiche Markenführung, das Wegweiser sein und zum Diskurs über eine Rückkehr zu den Grundwerten von Kommunikation anregen soll.



# MANIFEST

**Marken sind lebendige Persönlichkeiten**, die in Beziehungen zu Menschen treten und sich darin täglich beweisen müssen. In Zukunft werden Marken nur dann erfolgreich sein, wenn sie es schaffen, ihre Beziehungspartner immer wieder aufs Neue zu involvieren, zu begeistern und emotional zu berühren.

Die Grundlage für langfristig erfolgreiche Mensch-Marken-Beziehungen sind eine klare Haltung und ein verbindliches Wertesystem. Deshalb führen wir Marken nach den 7 Tugenden der Samurai – einem Prinzip, das auch nach Jahrhunderten eine große Kraft entfaltet.



## Das ist Samurai: Gi [Aufrichtigkeit]

*Aufrichtigkeit, nicht Täuschung  
als die Strategie mit der größeren  
Reichweite zu betrachten.*

**Starke Marken überzeugen durch Transparenz.** Sie nutzen die Kraft der Offenheit. Im digitalen Kommunikationszeitalter sind Informationen jederzeit und überall verfügbar. Marken sind so der permanenten Überprüfung und Bewertung durch ihre Konsumenten ausgesetzt. Durchsetzen werden sich nur diejenigen, die nichts zu verbergen haben und selbstbewusst zu ihren Stärken und Schwächen stehen.

A  
U  
F  
R  
I  
C  
H  
T  
I  
G  
K  
E  
I  
T





*Mut zu haben, eine Brücke zu einer neuen Welt nicht nur zu schlagen, sondern sie auch als erster zu beschreiten.*

**Starke Marken setzen auf Differenzierung.**

Sie beziehen eindeutig Position. In der Masse der Produkte und Angebote hebt sich nur die Marke ab, die eine greifbare Position bezieht und souverän den eigenen Weg geht. Erst die genaue Kenntnis der Kategorieregeln ermöglicht das bewusste Brechen dieser Regeln und so den Einsatz von Kommunikation als aktiv differenzierendes Merkmal von Marken.



MEIN

*Güte zu beweisen, indem Beziehungen als Geschenk gewertschätzt und mit Zuneigung erwidert werden.*

**Starke Marken bewegen durch Emotionalität.** Sie verführen nicht, sie berühren. Aus Verbrauchern werden nur dann Fans, wenn Kaufentscheidungen von einer rationalen auf eine emotional geprägte Beziehungsebene gehoben werden. In der Kommunikation erfolgreicher Marken bilden vor allem emotionale Benefits den langfristigen Klebstoff der Mensch-Marken-Beziehung.



## Das ist Samurai: Rei [Höflichkeit]

柔道

*Höflichkeit als Kunst zu beherrschen, sich zu verneigen, ohne dabei an Haltung zu verlieren.*

**Starke Marken suchen den Dialog.** Sie verbeugen sich vor den Menschen, ohne sich zu verbiegen. Das klassische Sender-Empfänger-Modell ist überholt. Kommunikation funktioniert heute nur noch in Form eines respektvollen Austausches mit Menschen unter Einbeziehung ihres persönlichen Netzwerks. Die aktive Suche des Dialogs mit allen Stakeholdern festigt Beziehungen und hält sie durch laufend neue Impulse lebendig und attraktiv.



## Das ist Samurai: Shin [Wahrhaftigkeit]



W  
A  
R  
H  
A  
F  
T  
I  
G  
K  
E  
I  
T

*Wahrhaftigkeit als Chance zu sehen, die Schärfe des Verstandes mit der Wärme des Herzens in Einklang zu bringen.*

**Starke Marken schaffen Relevanz.** Sie involvieren durch greifbare und glaubhafte Inhalte. Reflektierte und informierte Verbraucher gehen nur dann freiwillig langfristige Beziehungen mit Marken ein, wenn sie für ihr Leben eine erkennbare Relevanz bieten. Grundlage aller Markenarbeit ist daher ein tiefes Verständnis für individuelle und gesellschaftliche Trends, Motivatoren und Barrieren, um diese adressieren zu können.





Das ist Samurai: Meijo [Ehre]



*Ehre nicht als Besitz,  
sondern als Verpflichtung zu begreifen,  
sie stets aufs Neue zu erwerben.*

**Starke Marken erzeugen Faszination.**

Sie überraschen, unterhalten und begeistern uns immer wieder aufs Neue. Nur eine Marke, die es langfristig schafft, faszinierend zu bleiben, wird sich die Anerkennung der Menschen stets neu verdienen können. Kommunikation versteht sich deshalb immer als Bringschuld: Marken laden ihre Verbraucher ein, Teil einer Geschichte zu werden, die sie dann dauerhaft weiter entwickeln und mit Leben füllen.

TRIT

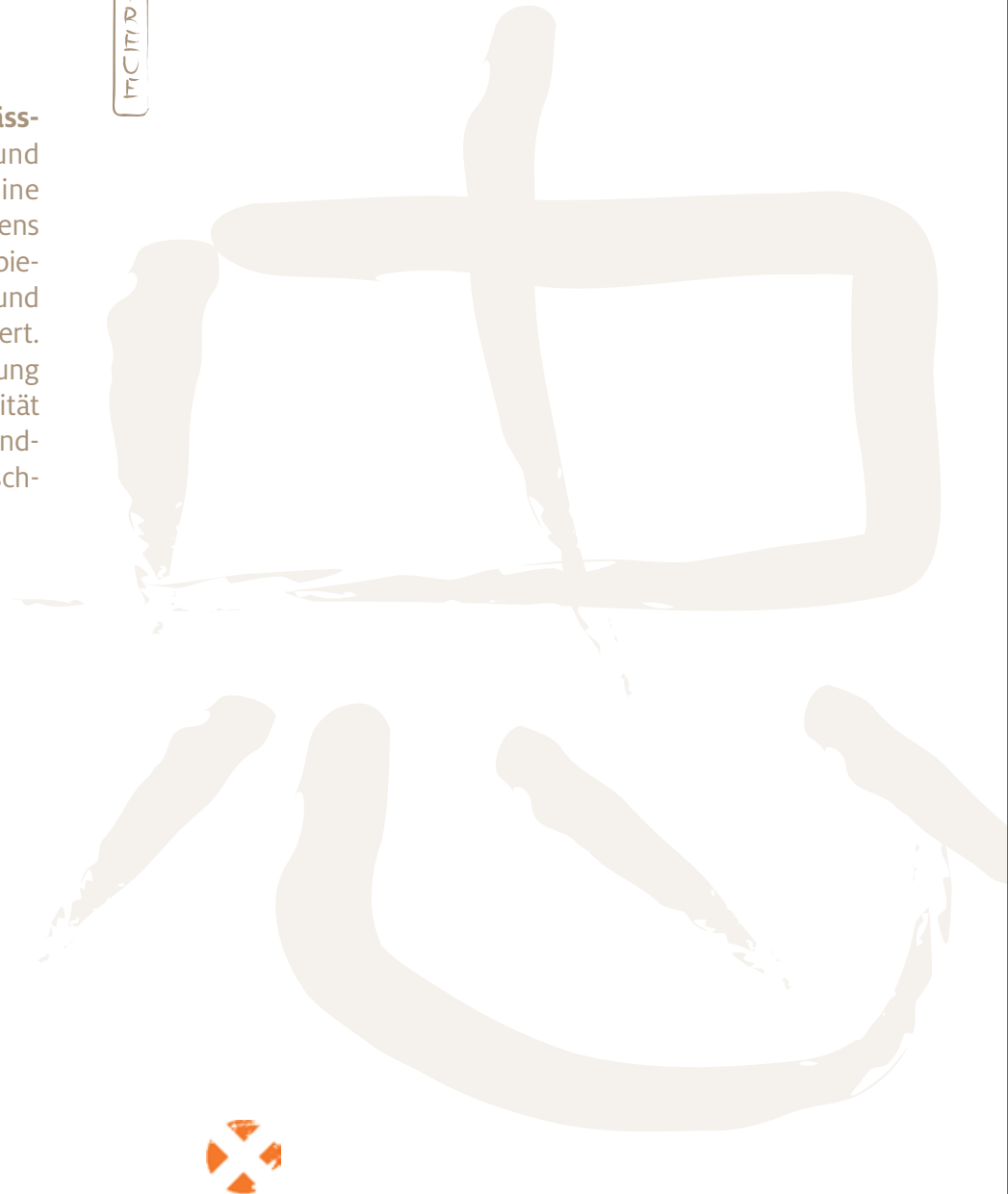


## Das ist Samurai: Chugi [Treue]

*Treue anderen gegenüber zu erweisen, indem man vor allem sich selbst treu bleibt.*

**Starke Marken stehen für Verlässlichkeit.** Sie geben Sicherheit und sind Felsen in der Brandung. Eine Marke muss den Kern ihres Wesens immer im Auge behalten. Nur so bietet sie langfristige Orientierung und wird als Beziehungspartner akzeptiert. Eine klare und glaubwürdige Haltung sowie Kontinuität und Authentizität in den Botschaften sind die Grundvoraussetzungen für stabile Mensch-Marken-Beziehungen.

MCIRY



das-ist-samurai.de



**HEYMANN BRANDT DE GELMINI** Werbeagentur AG · Fuggerstr. 35 · D - 10777 Berlin  
T +49 (0)30 21 48 78 - 0 · F - 99 · samurai@hbdg.de · du-sollst-nicht-langweilen.de