

brandUniversity! analysiert die Marke Hans-Bredow-Institut

Bamberg/Hamburg, August / September 2013. Das Hans-Bredow-Institut für Medienforschung an der Universität Hamburg arbeitet mit brandUniversity! im Rahmen einer Markenanalyse zusammen. Diese Analyse hat zum Ziel, die Erfolgsfaktoren der Marke "Hans-Bredow-Institut" zu identifizieren. Darüberhinaus soll ermittelt werden, welche Einflussfaktoren aktuell am stärksten auf die Marke wirken. „Die Spezialisierung von brandUniversity! auf den Hochschulbereich war für uns entscheidend“ begründet Christiane Matzen vom Hans-Bredow-Institut den Projektstart.

„Auch heute erhalten wir noch Post, die an Herrn Hans Bredow adressiert ist,“ berichtet Christiane Matzen. Hans Bredow, der die Struktur des deutschen Rundfunks in der Weimarer Republik und den Nachkriegsjahren maßgeblich mit geprägt hat, ist der Namensgeber des renommierten Hamburger Instituts. Welchen Einfluss der Name Hans Bredow auf das Institut auch heute noch hat, ist nur eine der Fragen, mit der sich die Markenanalyse beschäftigt.

Bereits seit 1950 forscht das Hans-Bredow-Institut zur medienvermittelten öffentlichen Kommunikation und teilt die Forschungsergebnisse über Veranstaltungen und Publikationen mit der Gesellschaft sowie der nationalen und internationalen Wissenschaftsgemeinschaft. Mit der Markenanalyse will sich das Hans-Bredow-Institut eine Grundlage schaffen, auf die die zukünftige Kommunikation aufbauen kann. „Die Analyse ist immer ein erster Schritt, um sich ein Bild von einer Marke zu machen. Dabei gilt es nicht, eine Marke zu bewerten, sondern vielmehr die Faktoren zu identifizieren, die eine Marke ausmachen und erfolgreich werden lassen,“ erklärt Christine Rösch, Inhaberin von brandUniversity!. Die Analyse bildet damit die Grundlage für zukünftige erfolgreiche Markenführung.

Die Markenanalyse ermittelt Selbst- und Fremdbild und bezieht neben der visuellen Markengestalt unter anderem auch Identität, Kommunikation, Umwelt, Image und Mitspieler im Wissenschaftsbereich mit ein. Grundlegend sind hierbei stets die Fragen: Was zählt in die Marke ein? Was macht die Marke besonders? Wie grenzt sie sich ab? Dabei muss man die Besonderheit einer wissenschaftlichen Einrichtung im Gegensatz zu einem Wirtschaftsunternehmen berücksichtigen.

Über brandUniversity!

brandUniversity! wurde als Markenberatung im Dezember 2012 mit Sitz in Bamberg gegründet. Spezialisiert auf strategische Markenführung für Hochschulen, wissenschaftliche Einrichtungen und Bildungsanbieter, umfasst das Portfolio von brandUniversity! Markenstrategie, Kommunikationsstrategie und Designstrategie. Unter dem Motto „Wir machen Marken denkbar.“ setzt brandUniversity! seine Expertise in der Markenführung auch im Rahmen von Wissenschaftsmarketing um.

Über das Hans-Bredow-Institut für Medienforschung

Das Hans-Bredow-Institut, eines der renommiertesten Fachinstitute Deutschlands, blickt auf mehr als 60 Jahre Erfahrung im Bereich der Medienforschung zurück. Zentral im Hamburger Stadtteil Rotherbaum gelegen, arbeiten die gut 20 Wissenschaftler an Fragen der Mediennutzung und Medienwirkung sowie des Medien- und IT-Rechts. Das international vernetzte Team forscht dabei an den Schnittstellen verschiedener Fachrichtungen, vor allem Medien- und Kommunikationswissenschaften sowie Rechtswissenschaften, und nimmt hierbei auch eine international vergleichende Perspektive ein. Die Wissenschaftler sehen ihre Verantwortung darin, sich neuen Fragestellungen nach wissenschaftlichen Kriterien zu nähern, ihre Grundannahmen und Methoden transparent zu machen und ihre unabhängige Position zu wahren. Das Institut pflegt vielfältige Kontakte und sucht den steten Austausch mit den verschiedenen Akteuren. Dazu gehört auch der Transfer von Forschungsergebnissen in die Praxis, Politik und Öffentlichkeit hinein.
www.hans-bredow-institut.de.

Pressekontakt

Christine Rösch
brandUniversity! GbR
Gertraudenstraße 10 Im Innenhof
96050 Bamberg
Telefon: 09 51 - 97 45 84 00
christine.roesch@branduniversity.de
www.branduniversity.de

Keywords

Hans-Bredow-Institut +++ Hochschulmarke +++ Hochschule als Marke +++ Universität Marke +++
Wissenschaftsmarketing +++ Studienmarketing +++ Hochschulmarketing +++ Hochschulkommunikation +++
Wissenschaftskommunikation +++ Markenberatung +++ Markenführung +++ Markenstrategie +++
Kommunikationsstrategie +++ Designstrategie +++ Corporate Design