

Titel

LANXESS Imagekampagne

Auftraggeber

LANXESS AG

Marke

LANXESS

Agentur

Ogilvy & Mather

Ausgangssituation

Die Lanxess AG wurde im Juli 2004 mit 50 internationale Produktionsstandorten und Vertretungen gegründet. Sie ging damals aus der Chemie- und Teilen der Polymersparte der Bayer AG hervor. Unter neuer eigenständiger Firmierung sollte der Bereich schnell wieder profitabel gemacht werden, was sich nicht zuletzt im Aktienwert des Unternehmens niederschlagen sollte.

Aufgabe

Die Aufgabe lautete, eine integrierte Kommunikationskampagne zu entwickeln, welche sich auf die Steigerung der Markenbekanntheit und auf die inhaltliche Aufladung der Marke konzentriert (wer ist LANXESS, was macht LANXESS).

Zielgruppe

Mit der Kampagne sollten alle von LANXESS als relevant definierten strategischen Zielgruppen angesprochen werden: Investoren, Analysten, Financial Community, Partner, Verbände, Kunden, Lieferanten.

Strategie

Während andere große Chemieunternehmen wie schwerfällige Riesen am Markt operieren, versteht sich LANXESS als treibende Kraft der Chemie. Dieses Markenversprechen drückt sich im Claim „Energizing Chemistry“ aus. Er wird zur Guideline der Kommunikation. Deshalb steht auch die Leistung des Unternehmens im Fokus und nicht die Produkte, die LANXESS herstellt.



