

ANNIKA HAUPT  
CHRISTOPH HEGGER

# ÜBER INTELLIGENZ

WIE EIN IT-SPEZIALIST SEIN POTENTIAL FREISETZT



**DART** | BERATENDE DESIGNER

**Ziel vieler KMU-Unternehmen ist es, mit den Großen, den Big Playern zusammenzuarbeiten.**

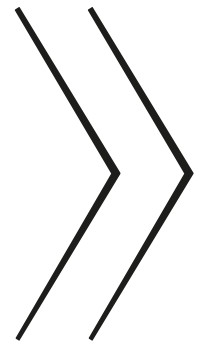
Plusnetworks, dem jungen, agilen IT-Haus aus Berlin, war dies gelungen. Mit der Entwicklung einer Software zur intelligenten Digitalisierung gescannter Dokumente für Lexmark-Geräte stieg man zum strategischen Partner eines der größten Druckerhersteller der Welt auf.

Doch ein großer Konzern wirft auch einen großen Schatten. Was benötigt man, um aus einem solchen kommunikativen Outback herauszutreten? Wie kann ein komplexes Produkt, das vielschichtige Prozesse steuert, einfach und attraktiv kommuniziert werden? Wie lassen sich die eigenen Potentiale realistisch einschätzen und sodann konsequent freisetzen?

In solchen Situationen ist Unterstützung von außen häufig der notwendige Katalysator.

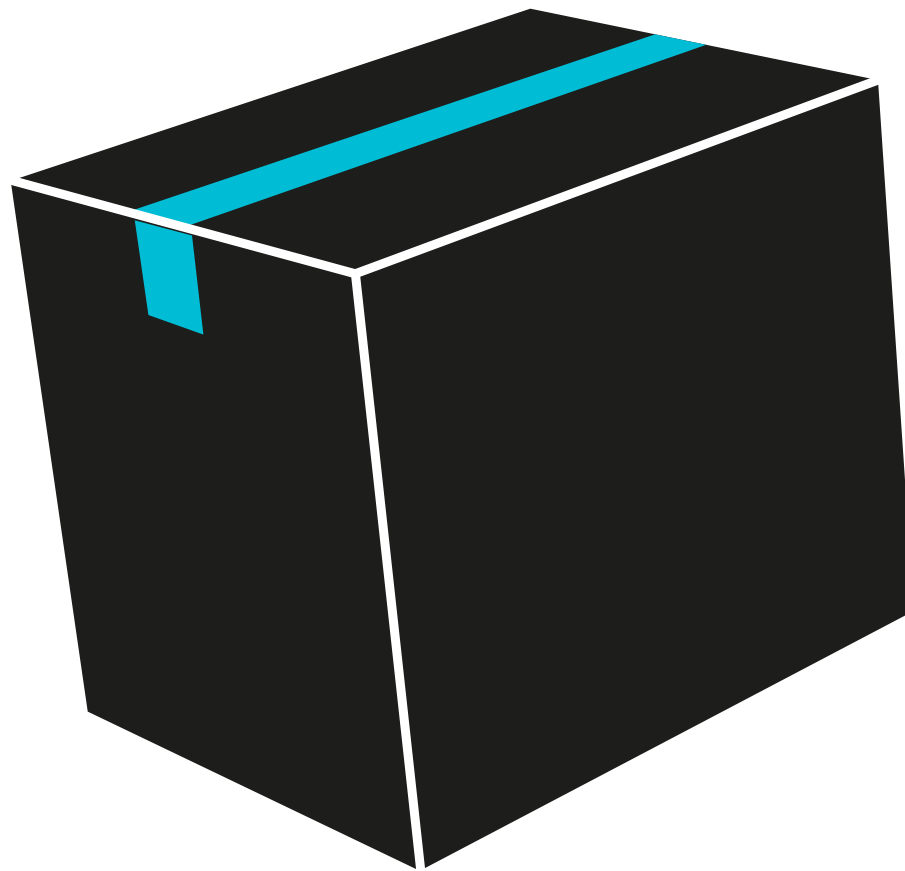
Und man braucht starke Nerven. Denn wenn das neue Gesicht des Unternehmens aus der strategischen Neuausrichtung erwächst, kann es bei seinem Gründer heftige Reaktionen auslösen.

**Oder große Gefühle.**



*Ich war erstmal  
geschockt...*

# ALLES STANDARD



## WAS TUN, WENN KAUM JEMAND DAS WAHRE POTENTIAL IHRES UNTERNEHMENS ERKENNT?

### **Erfolg macht zufrieden. Und träge.**

Gerade Unternehmen, die ursprünglich aus einem innovativen Impuls heraus entstanden sind, verlieren häufig ihre Veränderungsbereitschaft, weil man zu lange an bewährten Rezepten festhält.

Umso bemerkenswerter, dass plusnetworks Geschäftsführer Myrko Rudolph sich nach zwölf erfolgreichen Jahren aufmachte, der Entwicklung seines Unternehmens neue Dynamik zu verleihen.

### **Was war geschehen?**

plusnetworks hatte sich einen Namen gemacht als Anbieter von Software-Erweiterungen für Multifunktions-scanner der Marke Lexmark. Einen sehr guten Namen, denn die kleinen Programme unterstützen nicht allein den Scanvorgang selbst, sondern interpretieren die digitalisierten Dokumente und führen deren Inhalte auf intelligente Weise nachfolgenden IT-Prozessen zu, wie beispielsweise Reporting, Accounting oder definierten Kommunikationsschritten.

### **Kompetenz ohne Markt**

Voraussetzung für den Produkterfolg war die intensive Auseinandersetzung mit betriebsinternen Abläufen. Insbesondere bei Banken erwarb sich das Unternehmen so sukzessive Kompetenz und Wertschätzung. Und doch stagnierte die Entwicklung: Die weitgehend standardisierten Erweiterungsmodule der *scan2data* Produktfamilie blieben zwar erfolgreich, das Geschäft mit komplexeren Entwicklungsaufträgen blieb jedoch nachhaltig hinter den Erwartungen zurück.

**Im Bermudadreieck aus starken Produktmarken einerseits, einer schwachen Unternehmensmarke andererseits sowie dem großen Industriepartner ging jede ambitioniertere Botschaft verloren. plusnetworks wurde als starker Lexmark-Partner wahrgenommen. Nicht weniger. Aber auch nicht mehr.**

In dieser Situation traten Rudolph und die Leiterin des Marketings, Doris Juwara, an DART Beratende Designer heran, um neue Impulse zu erhalten.

Große Dinge können klein anfangen.

*plusnetworks wurde fast ausschließlich über standardisierte Software wahrgenommen. Jenseits der – erfolgreichen! – »scan2data« Produktfamilie stagnierte jedoch die Entwicklung.*

# RESET

WER RAUS WILL AUS SEINER SCHUBLADE, MUSS OUT-OF-THE-BOX DENKEN.

**Erfolg entsteht nicht im Alleingang.**

Nicht in geheimnisvollen Kreativlabors der Agenturen. Und nicht in den Überdruckkabinen der Unternehmensführungen. Sondern dazwischen – dort wo sich Argumente, Erfahrungen und Perspektiven begegnen. Deshalb beginnt immer alles mit dem Dialog. Nur so entwickeln Agentur und Auftraggeber ein gemeinsames Verständnis von Defiziten und Entwicklungschancen.

Gelingt dieser Schritt, steigt die Wahrscheinlichkeit radikal, dass die Agentur mit ihrer kreativen Kraft nicht nur begeistern kann, sondern tatsächlich werthaltige Beiträge zur Unternehmensentwicklung leistet. Und dass der Auftraggeber weiß, wo diese zu finden sind.

Mit einer Online-Befragung von plusnetworks Mitarbeitern aus Vertrieb, Entwicklung und Support zu einer breiten Themenpalette starteten wir den Dialog-Prozess. Die Ergebnisse flossen im Anschluss in einen mehr-tägigen Workshop ein. In dessen Verlauf machte das Management DART zunächst intensiv mit Portfolio, Markt und bisherigen Argumentationsmustern vertraut.

Erstes Ergebnis: Gegenüber der überzeugenden persönlichen Vermittlung fallen die bis dato eingesetzten Marketinginstrumente argumentativ gravierend ab. Nach weiteren leidenschaftlich geführten Diskussionen ist für beide Seiten klar:

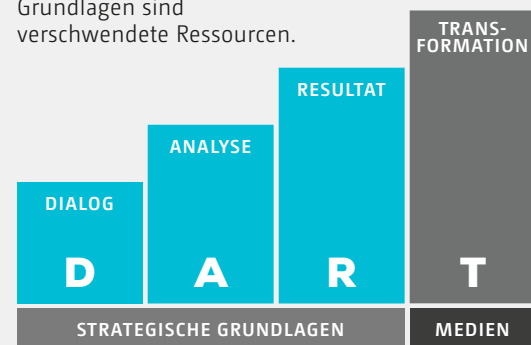
**plusnetworks verkauft sich unter Wert!**

Kompetenz und Marktzugang bieten vielfältige Chancen, das bisherige Geschäftsfeld lukrativ auszuweiten. Die aktuelle Positionierung macht jedoch ein derartiges Vorgehen nahezu unmöglich: plusnetworks wird nur über die dominierende, Lexmark-gebundene Produktfamilie scan2data wahrgenommen, während die übergeordnete Unternehmensmarke durchfällt. So bleibt die unzweifelhaft vorhandene Lösungskompetenz am Ende unglaublich – wenn sie überhaupt erkannt wird.

**Die Lösung liegt folglich in der Umkehrung der Verhältnisse: Es gilt den Fokus auf die Potentiale des Unternehmens als Ganzes zu richten – alle Assets auf Produktebene sind eine Resultante daraus.**

Dazu ist eine neue, aussagekräftige Marke zu formulieren, über die sich das Unternehmen von Lexmark emanzipieren und lohnende neue Geschäftsfelder adressieren kann – als selbstbewusster Premium-Partner für die intelligente Digitalisierung.

**Erfolg statt Medien.**  
Medien ohne strategische Grundlagen sind verschwendete Ressourcen.



Der DART-Prozess führt gezielt zu einem konsistenten Markenauftritt. Der inhaltliche Rahmen wie der kreative Output basieren so über alle Medien hinweg auf einheitlichen strategischen Grundlagen.



**D A R T**  
In intensivem **DIALOG** zwischen DART und plusnetworks werden Ist-Zustand und Perspektiven des Unternehmens erörtert.

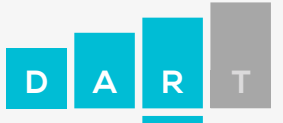
Nach eingehender **ANALYSE** entwickelt DART aus Portfolio und Kompetenzen eine neue strategische Basis der Kommunikation.

**Eine neue Unternehmensmarke wird als zentraler Kompetenzträger etabliert.**  
Die bislang prominente Standardsoftware ist deren integraler Bestandteil.

Capture Brand

scan2data

← KOMPETENZ INDIVIDUELLES PRODUKT
→ EFFIZIENZ STANDARDPRODUKT



Eine übergeordnete  
Marke als neuer Kompetenz-  
träger: Der dritte Schritt  
bringt werthaltige  
**RESULTATE** hervor.

*Außergewöhnlich: die maßgeschneiderten  
Workflowkonzepte und Digitalisierungslösungen  
von plusnetworks*

# exceptional capture

*Scannen, Daten erkennen und  
intelligent an IT-Prozesse übergeben:  
»capture« spiegelt die spezielle  
Kernkompetenz von plusnetworks wider.*

**Symbiose mit Strahlkraft**

Das neue Branding als Wortschöpfung aus intelligenter Capturing-Software und exzeptioneller Beratungskompetenz. Unverwechselbar. Und unabhängig vom einzelnen, vergänglichen Produkt.

exapture

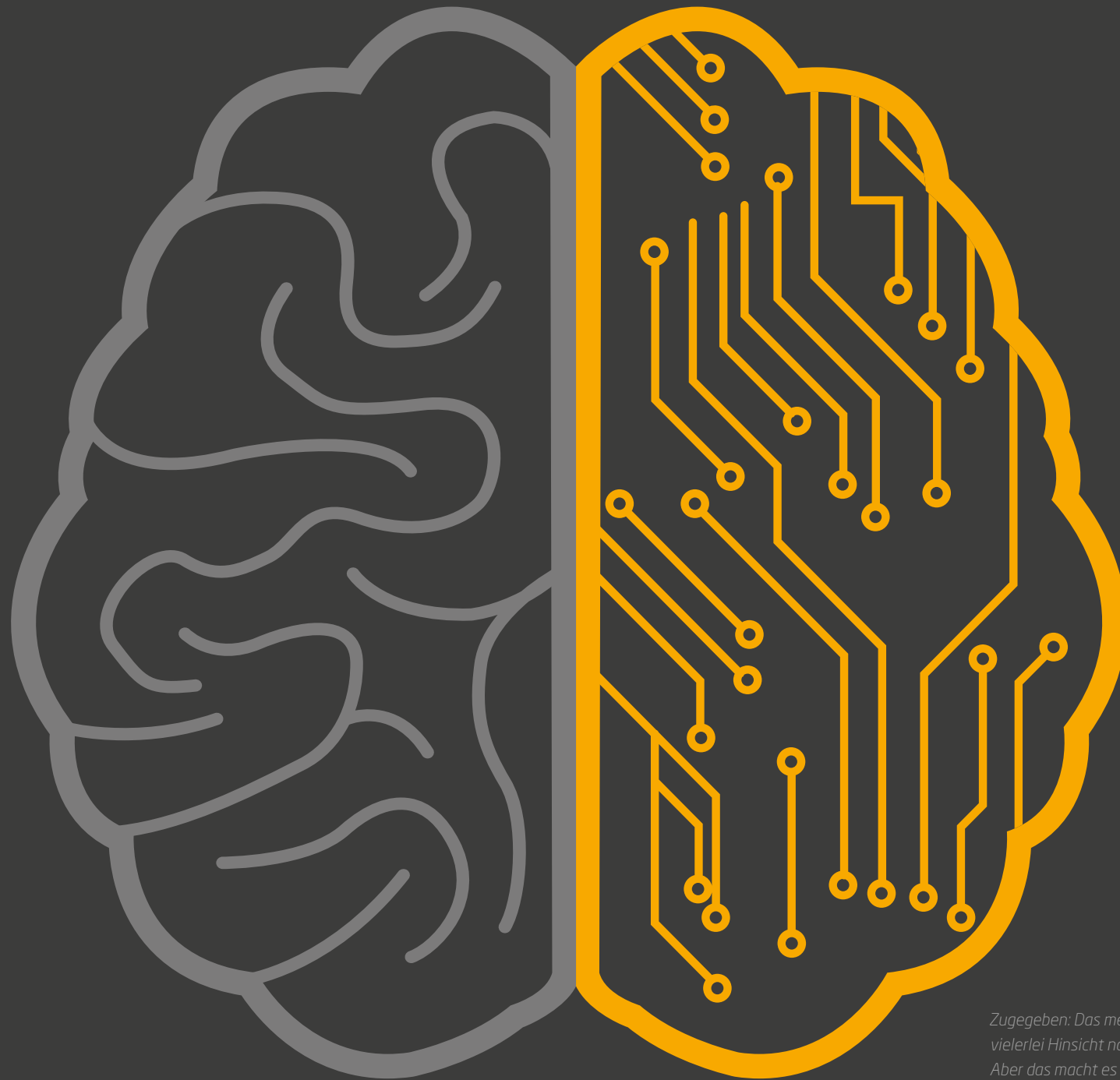
INTELLIGENT DIGITALISIEREN

# fig. 01

## Typografie, die unterschätzte Disziplin.

Wir alle werden tagtäglich von Typografie begleitet – und schenken ihr doch meist wenig Beachtung. Dabei vermittelt uns Schrift auf unterschwellige Art ein komplexes Set an Eigenschaften, die wir auf die enthaltene Botschaft unbewusst übertragen.

Die Schrift Neo Sans signalisiert Klarheit und Modernität. Zugleich ist sie dank ihres Formenreichtums nicht seelenlos – ein essentielles Merkmal für jeden, der die leidenschaftlich handelnden Personen bei exapture kennt.



*Zugegeben: Das menschliche Gehirn ist in vielerlei Hinsicht noch immer nicht zu schlagen. Aber das macht es nur noch ein wenig sinnvoller, dieses Wunderwerk der Evolution von Aufgaben zu entlasten, die sich prozesshaft darstellen und organisieren lassen. Zum Beispiel die Aufgabe, intelligente Daten aus Dokumenten zu extrahieren. Aus der exapture Imagebrochure*

## Wie macht man komplexe Technologie greifbar?

DART entwickelt hierzu ein eigenständiges Set an plakativen Illustrationen. Sie visualisieren auf direkte und zugleich attraktive Art komplexe IT-Prozesse. Schwierige Sachverhalte erscheinen so einfach und leicht nachvollziehbar.

Innovative Technik erscheint plötzlich selbstverständlich und senkt so psychologische Investitionsschwellen.



## Persönlichkeiten sind unverwechselbar.

Der exapture Marktauftritt ist in jeder Disziplin unverwechselbar – mit einer frischen Leitfarbe, einer modernen und zeitlosen Typografie und einen eigenwilligen, illustrativen Bildsprache.

All diese Elemente dienen dem gemeinsamen Ziel, einen eigenständigen und selbstbewussten Unternehmenscharakter zu formen.

*Randnotiz:  
Das polygone Netz  
im Hintergrund  
reagiert interaktiv auf  
Mausbewegungen.*

**D A R T**

*Proof-of-concept inklusive:  
Im Prozessschritt  
**TRANSFORMATION**  
verwandeln sich Strategien  
in selbstbewusste,  
unverwechselbare Marken.*





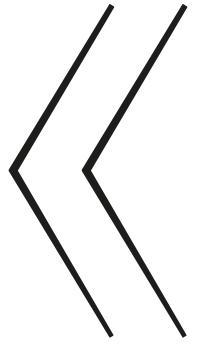
*Bisweilen reicht eine einzige einleuchtende Idee, um Ihrem Unternehmen Wettbewerbsvorteile zu verschaffen. Und doch erfordert die Suche nach der »Erleuchtung« häufig neben Konzentration auch die Fokussierung auf ein spezielles Thema.*

*Wir haben papiergestützte Prozesse analysiert und finden daher auch für Ihr Unternehmen den besten Weg zur effizienten Digitalisierung.*

*Aus der exapture Imagebroschüre*

*...nach einem Jahr  
muss ich sagen:  
Ich bin einfach nur  
noch glücklich!*

*Myrko Rudolph, Geschäftsführer der neuen exapture,  
nach der Umsetzung des Unternehmensauftrittes*



**Herr Rudolph, wie geht es Ihrem Unternehmen exapture nach einem Jahr Repositionierung?**

Es war ein verrücktes Jahr. Es war ein Jahr, in dem zunächst Sie uns verändert haben, ja, verändern mussten. Diese Veränderung erschien uns am Anfang sehr abrupt. Als Sie uns zum ersten Mal vorgestellt haben, was aus unserem Unternehmen werden kann, war ich zunächst geschockt. Aber nach einem Jahr muss ich sagen: Ich bin einfach nur noch glücklich! Uns geht's gut. Wir sind gut positioniert, haben einen guten Start hingelegt und jetzt kommt's darauf an, dieses weiter zu entwickeln.

**Wo liegt für Sie der Mehrwert Ihres neuen Auftrittes?**

In der klaren Positionierung dessen, was wir tun. Wir werden daher als wertvollere Partner wahrgenommen. Das hilft uns enorm, neue Geschäftsfelder etwa in der Beratung zu erschließen. Wir haben schon immer intelligente Digitalisierungslösungen entwickelt und realisiert. Wir haben es seither jedoch nicht nach außen getragen. Heute sagen wir das viel klarer und für Kunden erkennbarer. Wir stellen uns zudem professioneller dar, da hatten wir früher Nachholbedarf.

**Wie haben ihre Kunden auf die Umfirmierung beziehungsweise Ihren Neuauftritt reagiert?**

Zunächst überrascht und verwundert. Aber exapture ist ja mehr als irgendein beliebiger Name. exapture ist eine klare Positionierung! Capture ist ein Thema, mit dem wir uns tagtäglich beschäftigen, und als exzeptionell, also außergewöhnlich, empfinden wir uns als Unternehmen, denn wir entwickeln maßgeschneiderte, außergewöhnliche Lösungen. Wenn man dies Kunden darlegt, verstehen sie, dass die Umfirmierung ein konsequenter Schritt war. Der neue Auftritt wurde daher rasch von Kunden und Partnern akzeptiert und kommt bestens an.

**Im Hinblick auf die Zukunft: Wie fassen Sie Ihr Investment in einem Satz zusammen?**

Sicher: es war anfangs eine anstrengende Geburt. Aber ich genieße es, das, was wir auf die Welt gebracht haben, weiter zu entwickeln und nach außen zu tragen. Jetzt geht's richtig los!

**DART**  
CASE STUDY

EXAPTURE GMBH



**DART**  
Beratende Designer GmbH

Adlerstraße 41  
70199 Stuttgart

Phone +49-711-61 55 98-0  
Fax 61 55 98-55

hello@dartwork.de  
www.dartwork.de