

BU HE ME FE TID

corax



*Geschichten aus
dem Hafenspeicher*

DIE MARKENBAUER

VON DER WESTKÜSTE

*Am Husumer
Binnenhafen
laufen erfolgreiche
Marken vom Stapel*

„Eine Marke kann als die Summe aller Vorstellungen verstanden werden, die ein Markenname oder ein Markenzeichen bei Kunden hervorruft bzw. beim Kunden hervorrufen soll, um die Waren oder Dienstleistungen eines Unternehmens von denjenigen anderer Unternehmen zu unterscheiden.“

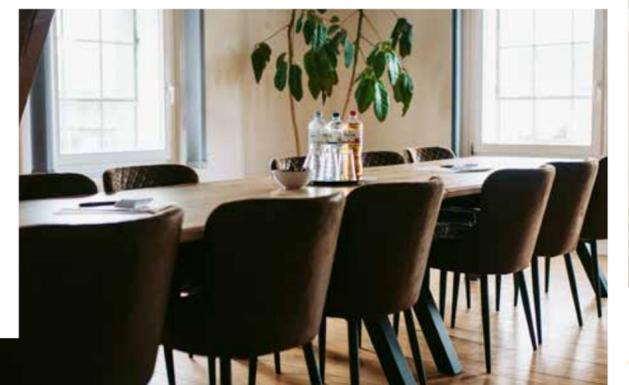
Jeder Unternehmer besitzt eine Marke. Entscheidend ist, ob er das erkennt, wie gut er die Marke pflegt und wie gut er sie für seine geschäftlichen Aktivitäten nutzt. Denn sobald es Konkurrenz gibt, ist eine gute Marke für jedes Unternehmen überlebenswichtig. Sowohl für die Gewinnung von Kunden als auch für die Gewinnung von Mitarbeitern.

Die Marke prägt nicht nur das Unternehmen selbst, sie gibt vor allem Orientierung und Sicherheit. Sie macht einen Großteil des Wertes aus, den man mit einem Produkt oder einer Serviceleistung verbindet. Wenn wir die Wahl haben, entscheiden wir uns in der Regel für eine Marke, mit der wir bestimmte Werte verbinden. Das gilt für Autos, Bekleidung, Versicherungen, Hotels und Discounter gleichermaßen. Denn auch Aldi und Co. sind heute Marken – unabhängig vom dort angebotenen Sortiment. Erfolg-

reiche Unternehmen haben frühzeitig erkannt, wie wichtig das Bild der Marke in den Köpfen der Menschen ist.

Wir von corax unterstützen unsere Kunden im Aufbau und in der Pflege ihrer Marke. Wir entdecken die Werte, die in jeder Marke stecken. Mit einem unverwechselbaren Corporate Design geben wir der Marke ein Gesicht. Wir entwickeln Maßnahmen, mit denen die Marke öffentlich wird: Websites, Anzeigen, Prospekte, Social-Media-Contents, Corporate Publishing u.v.m. Und wir arbeiten zusammen mit unseren Kunden jeden Tag daran, dass ihre Marken aktuell und attraktiv bleiben.

Wir sind die Markenbauer von der Westküste. Wir sind corax.





Zwar liegen rund 7.500 Kilometer zwischen den beiden Städten, aber eine schnelle und direkte Verbindung gibt es trotzdem.

Die Ursache dafür sitzt direkt am Husumer Binnenhafen und heißt corax. Im Auftrag des Bundesministeriums für Ernährung und Landwirtschaft durften wir für unseren Kunden, die Hamburg Messe und Congress GmbH, alle kommunikativen Aktivitäten rund um die deutsche Beteiligung an der EXPO 2019 in Peking gestalten – von der Website bis zum Prospekt.

Vom 29. April bis zum 7. Oktober 2019 präsentierten auf einer Ausstellungsfläche von 500 Hektar rund 100 Nationen und internationale Organisationen ihre Ideen und Projekte für die harmonische Verbindung von Natur und Städtebau. Dass dabei der Deutsche Garten mit knapp 8.000 Besuchern pro Tag zu den beliebtesten Nationenbeteiligungen gehörte, freut uns natürlich sehr.

Und das Beste: Niemand musste so weit reisen, um sich unsere Arbeit anzuschauen. Denn es genügte ein Blick auf die EXPO-Website:
www.expo2019-germany.com

VON HUSUM NACH PEKING IN 2 SEKUNDEN





WESTWÄRTS AUF ERFOLGSKURS

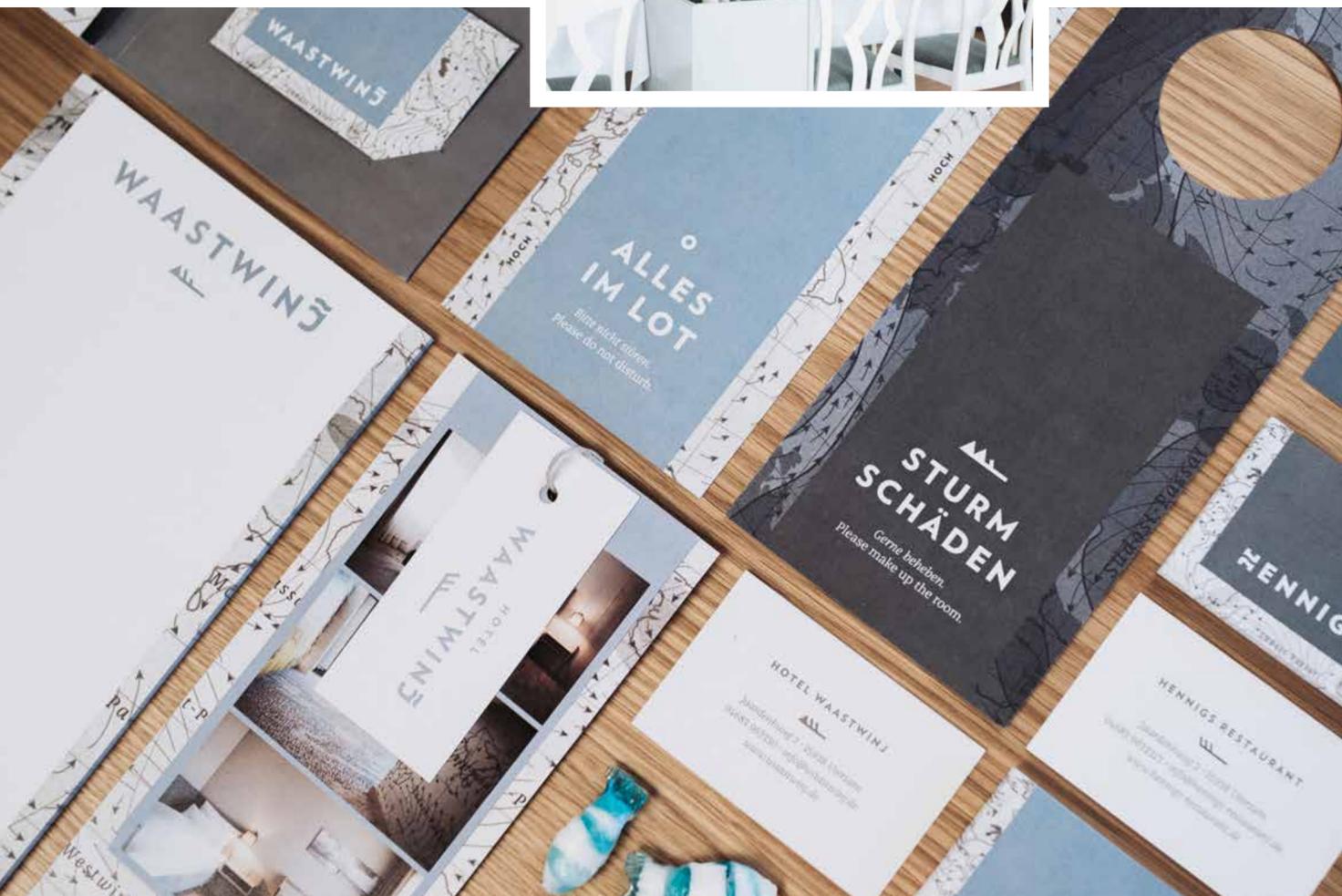
Mit einem außergewöhnlichen Gesamtkonzept ist das Boutique-Hotel Waastwinj schon kurz nach der Eröffnung ein Führer Markenzeichen geworden.

Thorsten Schulze, Projektentwickler in der Immobilienwirtschaft und Investor von Waastwinj, zieht nach einem Jahr eine positive Bilanz: „Alle Partnerschaften, die innerhalb dieses Projektes gebildet wurden, sind aufgegangen. Jeder hat seine Aufgaben perfekt erfüllt, allen voran die Betreiberfamilie Hennig, die das Waastwinj mit dem angeschlossenen Restaurant Hennigs seither professionell und sehr motiviert führt.“

Gerade auf so einer touristisch wettbewerbsintensiven Insel wie Föhr ist ein neues Hotelprojekt kein Selbstläufer. Umso erstaunlicher, dass die Projektverantwortlichen einen ganz eigenen Weg bei der Konzeption des neuen Hotels gegangen sind – weg vom Mainstream und hin zu einer außergewöhnlichen Hotelpersönlichkeit. Beste Voraussetzungen für uns als Agentur, hier ein durchgängiges Branding-Konzept zu entwickeln und umzusetzen.

Der Name „Waastwinj“ wird zum Programm, an ihm richten sich die Philosophie des Hauses, das Corporate Design, das Interieur und die Kommunikation aus. Gemeinsam mit Investor und Betreibern wurde die komplette Markenpersönlichkeit von Hotel und Restaurant aus der Taufe gehoben. Mit vielen Freiheiten von Seiten des Kunden: „Wenn ich mich für einen professionellen Partner wie corax entscheide, dann vertraue ich seiner Fachkompetenz und mische mich nicht ein“, so die klare Haltung von Thorsten Schulze.

Der Erfolg gibt allen Beteiligten recht: Hotel und Restaurant sind bei Einheimischen wie Gästen äußerst beliebt, die Zahlen stimmen und das Bewertungs-Feedback ist sehr gut. Fazit des Investors: „Ich würde es wieder genauso machen.“





JE BESSER DIE TECHNIK, DESTO PLATSCH!

Wahrscheinlich hat jeder von uns schon mal eine gemacht – eine Arschbombe. Entweder, um den Menschen am Beckenrand zu imponieren. Oder einfach, weil zu weiteren artistischen Einlagen Mut und Können fehlten. Hauptsache, es spritzt schön hoch!

Und selbst die gute alte Arschbombe hätte sicherlich nicht damit gerechnet, einmal weltberühmt zu werden. Was mit kleinen und privaten Wettbewerben im Freundeskreis begann, hat sich inzwischen zu einer internationalen und angesagten Szene entwickelt. Dass dabei der Name „Arschbombe“ dem „Splashdiving“ gewichen ist, hat unter anderem mit den Sponsoren dieser Events zu tun, die nur ungerne

ihr Geld in die Begriffe „Bombe“ und „Arsch“ investiert hätten. Und international klingt es englisch auch noch viel besser.

So zeigen alljährlich auf den Weltmeisterschaften junge und junggebliebene Splashdiver ihre artistischen Kunststücke einem begeisterten Publikum. Wie beim klassischen Turmspringen gibt es eine Vielzahl von Figuren, die von einer Jury bewertet werden: Ob klassischer „Anker“, „Open Elvis“, „Brauni“, „Stuhl“, „Potatoe“ oder „Yoga Cannonball“ – jeder Sprung hat seinen Schwierigkeitsgrad... und seine Tücken. Knallrote Oberschenkel und blaue Flecken an allen (wirklich allen...) Körperteilen sind keine Seltenheit und werden sogar ein wenig gefeiert.

Wer jetzt beim Blick aus einem unserer Bürofenster am Husumer Binnenhafen selbst Lust auf eine klassische Arschbombe hat, hier die wichtigsten Tipps, damit es nicht allzu weh tut:

1 – Alles anspannen, vom Zeh bis zur Augenbraue, um den Schmerzfaktor bei der Landung zu minimieren.

2 – Die Beine zum Oberkörper ziehen, um möglichst gerade im Wasser zu landen.

3 – Ein Bein anwinkeln, das andere ausstrecken, um eine schöne und hohe Fontäne zu produzieren.

! – Und besonders wichtig hier bei uns in Husum: bitte das Hochwasser abwarten!

Die Crew von corax wünscht guten Flug!

DIE ROLLENDE GENUSS-MANUFAKTUR

Dass Essen auf Rädern so ganz anders sein kann als sein eher schlechter Ruf, beweist unser Kunde De Kollunder. Als „Rollende Genussmanufaktur“ kommen die umtriebigen Unternehmer aus Nordfriesland mit einem völlig neuen Konzept auf den Markt: frisch, regional, nachhaltig und vor allem jeden Tag lecker. Hier werden traditionelle Rezepte neu und kreativ interpretiert und in jeder Phase appetitlich präsentiert.

Genauso lecker wie die vielen Gerichte auf der regelmäßig wechselnden Menükarte haben wir die neuen Werbemittel für De Kollunder gestaltet. Website und Broschüre überzeugen mit authentischen Bildern und zielgruppengerechter Ansprache. Hier fühlen sich Privatkunden, Firmenkunden und alle, die in Gemeinschaft essen, gleichermaßen wohl. Und gut schmecken tut es obendrein. Was will man mehr?



DER STN KINOFILM

Unser Kunde stn nennt sich selbst „Handwerksbetrieb Plus“ – aus gutem Grund. Denn das Team aus Ingenieuren und Fachhandwerkern schafft die perfekte Verbindung von Ökonomie und Ökologie. Mit energieeffizienten Lösungen für Strom und Wärme, mit der idealen Mischung aus Denken und Machen. Und mit jeder Menge Spaß an der Arbeit, was man ganz besonders dem von uns erdachten und mit professioneller Unterstützung durch Vorfilm aus Flensburg produzierten Kinofilm ansieht.

Einen „bewegten Lebensabend“ stellen sich viele sehr romantisch vor. Dass es aber auch anders geht, beweist unsere auf den ersten Blick harmonische und etwas biedere Kleinfamilie, die ihre ganz eigene Vorstellung von Energiesparen demonstriert. Denn hier dürfen sich „die Alten“ im Keller abstrampeln, um „denen da oben“ einen gemütlichen Fernsehabend zu bereiten. Doch zum Glück gibt's ja stn, die dank Solaranlage und Batteriespeicher für eine deutliche Entspannung im Generationenkonflikt sorgen.





WENN DER AZUBI AUS DER REIHE TANZT

Unser Azubi Daniel will bei uns einer der besten Mediengestalter werden. Denn einer der besten B-boys ist er bereits. Noch nie gehört? Dann gibt's hier und jetzt die Aufklärung:

Was die Medien „Breakdance“ nennen, heißt bei den Insidern nur „B-boying“. Entstanden in der Bronx der 70er Jahre als Alternative zum Straßenkampf, hat sich diese Mischung aus Tanz und Akrobatik inzwischen weltweit etabliert. Es gibt regelmäßige „Battles“ auf nationaler und internationaler Ebene, inklusive einer Weltmeisterschaft.

Seit den 80er Jahren hat das B-boying-Fieber auch Deutschland erfasst. Und wird von Tanzschulen wie dem Husumer „Dance & Fun“ ganz offiziell als Kurs angeboten. Wer hier gut ist, der will schnell mehr – so wie Daniel. Mit seiner Gruppe tritt der B-boy seit ein paar Jahren regelmäßig z.B. bei den Husumer Hafentagen auf – und versetzt die Zuschauer mit Top Rocking, Footworks, Freezes und Powermoves ins Staunen.

Viel Bewegung hat Daniel auch in seiner Ausbildung zum Mediengestalter. Hier muss er für Kunden unterschiedlicher Branchen mit Hilfe der neuesten Programme und Techniken Kommunikation konzipieren und visualisieren. Er muss sich mit Typografie auskennen, muss Bilder gestalten und Medienprodukte präsentieren. Er arbeitet schon früh im Team mit Projektplanern, Beratern und Textern. Und er hat ein Ziel vor Augen: Jahrgangsbester zu werden – wie das vor ihm schon drei andere Azubis von corax geschafft haben. Wir sind sicher: Daniel schafft das!



ROTH
Catering & Events

FEIERN UND HEIRATEN.
Mit uns ein Genuss.



FEUER & FLAMME FÜR'S GRILLEN

Flasche? Vegetarisch? Vegan? Alles möglich!



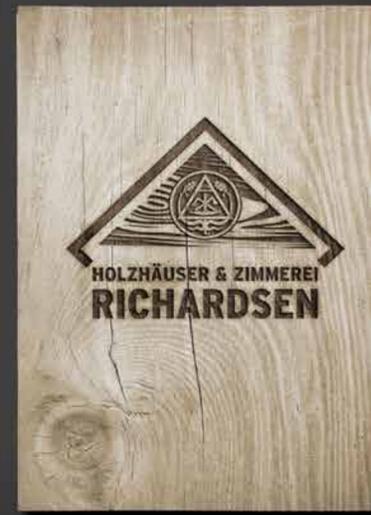
FÜR JEDEN ANLASS DIE RICHTIGE LÖSUNG.

QUALITÄT. LEIDENSCHAFT. IDEENREICHTUM.

Man kann es nicht genug betonen: ROTH Catering geht mit Leidenschaft und Leidenschaft für Ihre besonderen Projekte. Wir sind auf der Suche nach den besten Köchen und auf der Suche nach den besten Locations, die wir anbieten und Ihre Vorstellungen, die wir umsetzen können. Wir sind stolz auf unsere Mitarbeiter, die uns mit ihrer Leidenschaft und ihrem Engagement unterstützen. Wir sind stolz auf unsere Kunden, die uns mit ihrer Leidenschaft und ihrem Engagement unterstützen. Wir sind stolz auf unsere Mitarbeiter, die uns mit ihrer Leidenschaft und ihrem Engagement unterstützen.

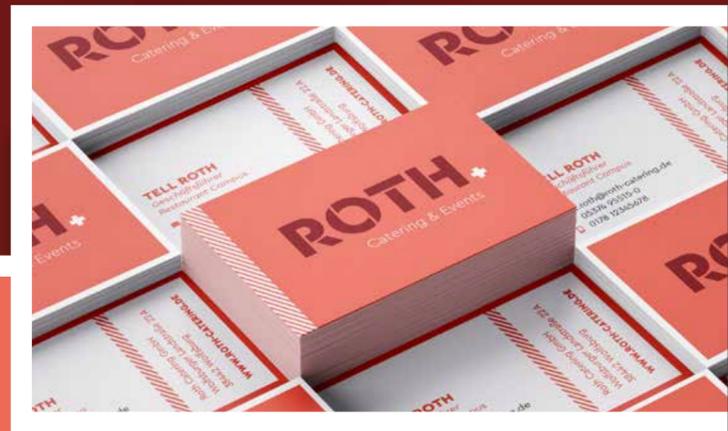


EIN KATALOG WIE EIN HOLZHAUS



Als käme er direkt aus der Zimmerei: Der neue Bauherrenkatalog von Holzhäuser Richardsen macht nicht nur was her, er macht vor allem Freude beim Lesen. Bauherren und die, die es werden wollen, finden auf 128 Seiten alles, was sie über modernes Bauen und Wohnen wissen sollten. Und sie erfahren, was die Häuser von Richardsen so besonders macht: die Liebe zum Baustoff Holz, die fast 40-jährige Handwerkskunst und die absolute Begeisterung für Qualität.

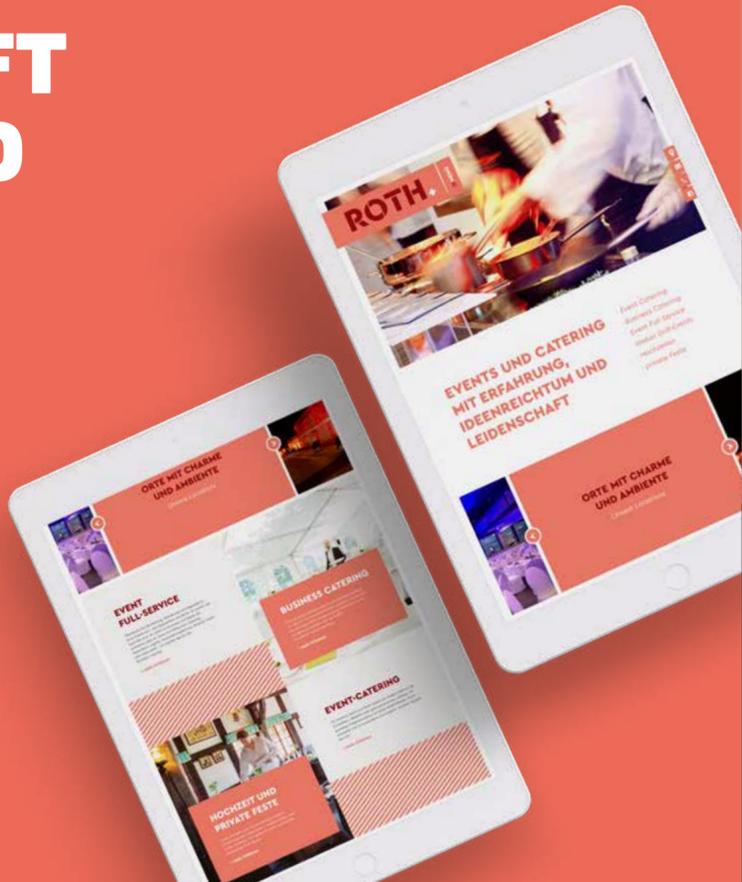
In einem kleinen Ort in Nordfriesland wurden seit 1980 schon mehr als 3.000 Wohngebäude geplant und errichtet. Jedes davon individuell auf die Bedürfnisse und Wünsche der Kunden maßgeschneidert. Der Bauherrenkatalog zeigt eine repräsentative Auswahl dieser Gebäude und beschreibt deren wesentliche Details. Zur besseren Orientierung sind die Gebäude nach Gruppen sortiert, so dass jeder schnell und genau das Beispiel findet, das für ihn und seine spezielle Situation passt. Zwischen den vielen interessanten Fakten verstecken sich auch immer wieder kleine unterhaltsame Geschichten rund um Richardsen.



WENN AUS LEIDENSCHAFT GENUSS WIRD

Wer hat's erfunden? Natürlich wieder einmal die Schweizer! Denn wenn es um professionelles Catering geht, macht dem Familienunternehmen ROTH, dessen Wurzeln in der Schweiz liegen, keiner was vor. Präzise und zuverlässig wie ein Schweizer Uhrwerk – aber mehrfach so lecker – versorgt Roth die Menschen mit einer Genussvielfalt, die ihresgleichen sucht. Ob Familienfest, Hochzeit oder Firmen-Event – das Team von ROTH Catering kümmert sich um das leibliche Wohl von 50 bis 5.000 Gästen. Und wir haben ROTH ein neues Outfit verpasst – mit vielen geschmackvollen Zutaten und einer großen Prise Kreativität.

Unter dem neuen Slogan „Wenn aus Leidenschaft Genuss wird“ ist das Corporate Design von ROTH nun noch prägnanter – und zieht sich konsequent wie ein „ROTHER“ Faden durch alle kommunikativen Aktivitäten. Wir haben die Website von ROTH neu erfunden und den gesamten Print-Auftritt neu gestaltet. Egal ob Anzeigen, Kataloge oder Flyer – das neue Outfit von ROTH schmeckt allen richtig gut.



5.651
mal den Mount Everest
hochgestiegen*

DER TIMEBOXING- CHAMPION

Bernd Mau ist nicht nur eingefleischter Mopedfahrer und Yamaha-Fan (aktuelle Untersätze: Vmax, XJ 900, XS 650), sondern auch ein Meister im Timeboxing. Nie gehört? Dann sagen euch Sprint Planning, Daily Scrum, Spike Storys oder Backlog Refinement mindestens genauso viel.

In dieser Welt bewegt sich Bernd, der mit Hilfe all dieser Instrumente und Techniken die vielen Projekte unserer Kunden Tag für Tag perfekt plant und organisiert.

Was sich für den Normalsterblichen anhört wie die Bedienungsanleitung für eine Saturn V ist das ganz normale Handwerkszeug eines Projektmanagers wie Bernd. Der hat sich unter anderem zum „Certified Scrum Master“ ausbilden lassen und beherrscht diese ausgefeilte Technik zur Planung und Steuerung von Projekten und Projektteams, die Anfang der 90er Jahre als Software vom US-Amerikaner Jeff Sutherland in Zusammenarbeit mit seinem Landsmann Ken Schwaber ins Leben gerufen wurde.

Der Begriff „Scrum“ kommt ursprünglich vom Rugby und bedeutet „Gedränge“. Genauso, wie sich die Rugby-Spieler vor jedem neuen Spielzug im „Gedränge“ Kopf an Kopf intensiv untereinander abstimmen, steht auch bei Scrum die intensive und zielgerichtete Kommunikation aller Prozessbeteiligten im Fokus.

Inzwischen gehört Scrum zu einer der weltweit bedeutendsten Methoden der Projektorganisation und -steuerung. Und ist nun dank Bernd auch hier bei uns in Husum zuhause. Davon profitieren nicht nur unsere Kunden, sondern auch wir Mitarbeiter. Der Autor dieses Artikels muss aber jetzt leider schließen, denn das nächste Team-Gedränge steht auf dem Plan, und der muss eingehalten werden. Da kennt Bernd kein Pardon!

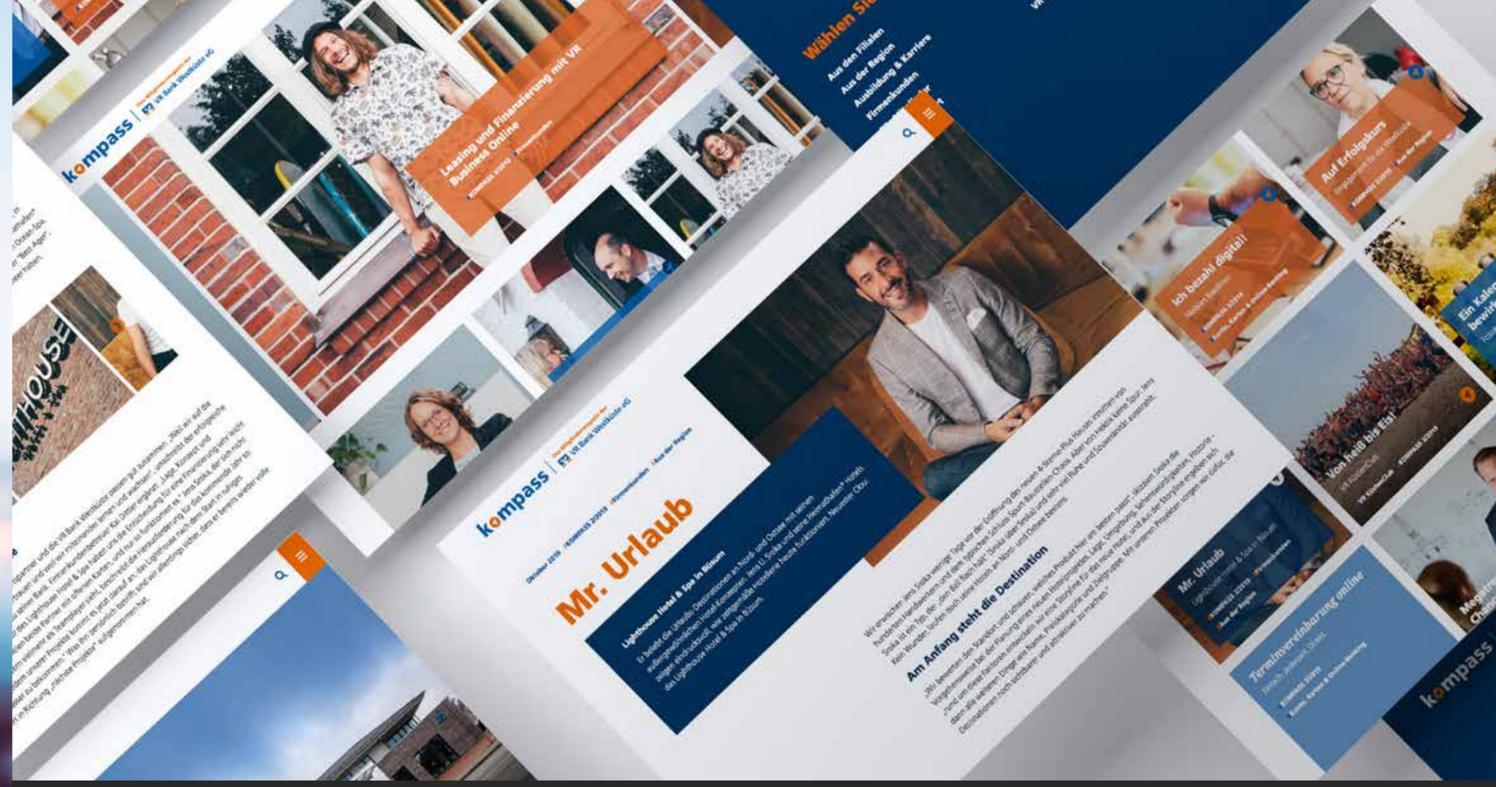
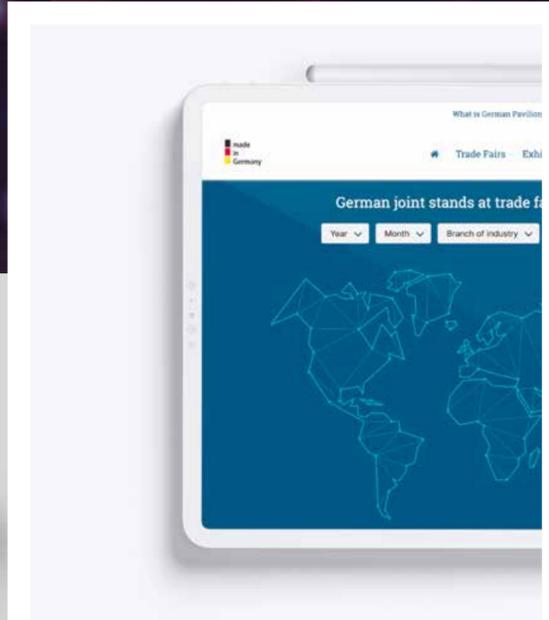
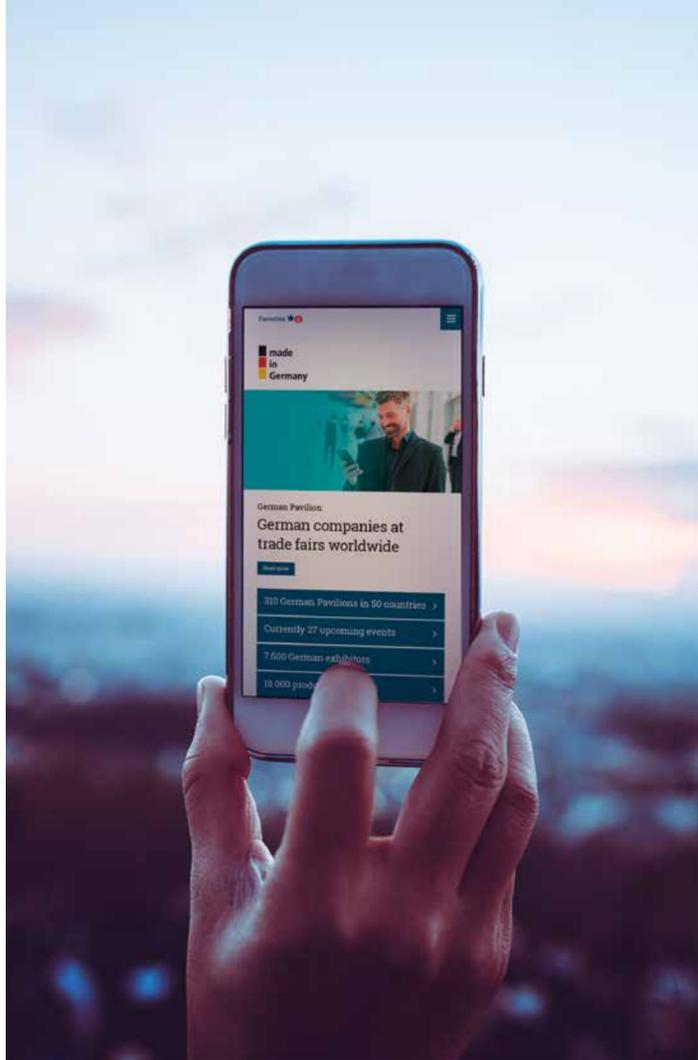


PRODUKTE „MADE IN GERMANY“ AUF MESSEN WELTWEIT ERFOLGREICH VERMARKTEN

Mit dem Auslandsmesseprogramm unterstützt das Bundeswirtschaftsministerium in Zusammenarbeit mit dem Ausstellungs- und Messeausschuss der Deutschen Wirtschaft e.V. (AUMA) deutsche Unternehmen bei der Erschließung von Auslandsmärkten durch die Teilnahme an jährlich rund 300 internationalen Messen.

corax sorgt mit dem Internetportal german-pavilion.com, messe-spezifischen Ausstellerbroschüren und flankierenden Online-Marketing-Maßnahmen dafür, die Präsenz und Bekanntheit der einzelnen Messebeteiligungen zu stärken. Im Mittelpunkt steht dabei das Ziel, den Unternehmen aus Deutschland konkrete Geschäftskontakte in den Zielmarkt zu vermitteln.

Mit großem Erfolg: Pro Jahr verzeichnet das Online-Angebot german-pavilion.com mehr als 30 Mio. Pageviews.



OPTIMAL KOMBINIERT

Eine Bank, die nahezu die Hälfte aller Einwohner in ihrem Geschäftsgebiet zu ihren Kunden zählt, muss einen guten Job machen. Die VR Bank Westküste betreut 60.000 Privat- und Firmenkunden mit einem Kundenwertvolumen von 2,7 Mrd. Euro. Als Bank mit einem guten Gespür für den Markt und das Kundenverhalten hat sie es geschafft, die optimale Kombination aus persönlichem Service und Online-Banking anzubieten.

Wir dürfen die VR Bank Westküste seit vielen Jahren bei vielen spannenden Projekten kommunikativ beraten und begleiten: so auch beim Mitgliedermagazin KOMPASS, das redaktionell und gestalterisch in unseren Händen liegt. Es erscheint zwei Mal jährlich mit einer Auflage von über 30.000 Exemplaren – und seit neuestem ist es auch als Online-Content-Hub jederzeit und von überall aus verfügbar. Der Content-Hub bietet nicht nur jede Menge interessante und spannende Fakten, sondern auch weiterführende Links und den direkten Kontakt mit der VR Bank Westküste.



Wolle mehr wissen?

www.corax.de

