

**Brand Trust GmbH**  
Sebastian Schäfer  
Pfannenschmiedsgasse 1  
90402 Nürnberg/Germany

**Postanschrift:**

Canada Life Assurance Europe plc  
Postfach 1763  
63237 Neu-Isenburg

## Danke für 5 Jahre Markenarbeit auf höchstem Niveau!

Lieber Sebastian, liebes BrandTrust Team,

5 Jahre Zusammenarbeit mit BrandTrust, das heißt für uns: 5 Jahre professionelle Weiterentwicklung der Marke Canada Life mit nachhaltigen Mehrwerten!

Hier unser kleines Resümee für Euch:

**Seit unserem Markteintritt im Jahr 2000 wissen wir: Eine klare Markenpositionierung – besonders als Dienstleistungsunternehmen in einem starken Wettbewerbsumfeld – ist entscheidend für den Erfolg.** Ein klares Leitbild hatten wir von Anfang an. Es war fest in der Mannschaft verankert und half uns über viele Jahre sowohl nach innen als auch nach außen die Marke Canada Life auf- und auszubauen.

Aber auch Marken entwickeln sich weiter: **Zum Start der Zusammenarbeit mit BrandTrust im Mai 2018 hatte sich aus dem Start-up eine renommierte Versicherungsgesellschaft im deutschen Markt entwickelt.** Kundenerwartungen und -verhalten hatten sich im Laufe der Zeit verändert und digitale Kanäle an Bedeutung gewonnen. Eine noch stärkere Differenzierung und klare Botschaften waren gefragt. Auslöser für die Entscheidung, die Markenpositionierung zu reflektieren und weiterzuentwickeln.

**Uns war klar, dass wir für diese umfangreiche Aufgabe einen Profi an unserer Seite benötigten.** Jemanden, der nicht nur strategisch denkt, sondern uns auch methodisch souverän durch den Entwicklungsprozess führt. Noch dazu in einem überschaubaren Zeithorizont von maximal 9 Monaten. Um es vorwegzunehmen: Es ist uns inhaltlich und zeitlich sehr gut gelungen!

Der **mehrstufige strategische Prozess** startete mit Tiefen-Interviews bei relevanten internen Stakeholdern und externen Partnern und mit Workshops zum Markenkern und zur Positionierung. Ein durchdachtes Implementierungs-Konzept folgte, das alle Mitarbeitenden im Unternehmen mit zielgerichteten Angeboten berücksichtigte.

Neben der hohen Professionalität war eins entscheidend für den Erfolg: **Die Fähigkeit von Dir und Euch als Team, sich innerhalb kürzester Zeit tief ins Unternehmen einzuarbeiten, Strukturen zu verstehen, Herausforderungen zu erkennen und allen Stakeholdern - vom Executive Management Team bis hin zum Mitarbeiter im operativen Geschäft – auf Augenhöhe zu begegnen.**

Eine große Leistung! Dein Credo „Wir als Canada Life“ in den zahlreichen Vorträgen und Workshops zeugt von der hohen Identifikation mit uns als Kunde. Wir nehmen Dir das zu 100% ab.

Nach dem offiziellen Launch der neuen Markenstrategie Anfang 2019 folgte die „**handwerkliche Arbeit**“ zusammen mit Euch. Das zunächst noch abstrakte Konstrukt der Markenarchitektur wurde schnell in konkrete Anwendungen überführt. **Die Markenkontaktpunktanalyse und Optimierung über alle Touchpoints hinweg ist heute fester Bestandteil unserer Arbeit.** Nicht nur im Marketing, sondern in allen Bereichen mit internen und externen Kunden.

**Logisch war für uns, dass wir 2021 gemeinsam mit Euch abgeleitet von der Corporate Brand unsere Employer Brand-Positionierung entwickelt haben.** Unter der Federführung von HR habt ihr unser Projektteam bei der Entwicklung bis hin zur Implementierung begleitet. Durch die kontinuierliche Zusammenarbeit der letzten Jahre war der Blick von Anfang an dafür geschärft, was Canada Life als Arbeitgeber ausmacht. Gelebte Werte sind auch für die Attraktivität und Glaubwürdigkeit als Arbeitgeber intern wie extern essenziell. Sie geben Orientierung **für die Auswahl der passenden Mitarbeiter und für die Weiterentwicklung der Unternehmenskultur** über alle Ebenen hinweg.

**Unser Fazit der bisherigen Zusammenarbeit: BrandTrust hat echte Mehrwerte für Canada Life entwickelt.**

1. Unsere Markenwerte sind mittlerweile **fester Teil unserer Unternehmensstrategie**, so dass sich strategische Entscheidungen und Handlungen danach ausrichten und bewerten lassen.
2. Die Begeisterung für die Marke Canada Life, die Brand Trust mit uns geteilt hat, war ansteckend. **Jeder einzelne bei Canada Life ist ermutigt, jeden Tag im Sinne der Marke zu handeln** und ein bisschen **besser zu werden**. Damit lösen wir unser Markenversprechen beim Kunden beweisbar ein.
3. **Markenregeln** dienen als **Qualitätscheck für die relevanten Touchpoints**.
4. **Werte und Markenregeln sind wichtige „Werkzeuge“ in der Zusammenarbeit mit Marketing- und Kreativ-Partnern.** Cases aus dem letzten Jahr, die auf der mit Brand Trust entwickelten Markenpositionierung beruhen: Unsere aktualisierte Corporate Language, die Audio-Brand und nicht zuletzt die New-Work-Office-Gestaltung in unserem gerade bezogenen, neuen Niederlassungsbüro in Köln.
5. Die Professionalität der Markenarbeit auf dem deutschen Markt wird **auch innerhalb der Gruppe und in Kanada positiv bewertet und geschätzt**.
6. In der Außenwirkung konnten wir die **Markenattraktivität und -bekanntheit nachweislich erhöhen**, auch wenn Brand awareness nicht das erklärte Ziel der bisherigen Entwicklungsarbeit war.

Die nächsten Themen stehen auch schon vor der Tür: Nachhaltigkeit in der Markenführung und der Ausbau der Expertise als Beweis für unsere Spitzenleistungen. Da zitieren wir gerne Dich, lieber Sebastian: „Markenmanagement ist kein Sprint, sondern ein Marathon“. Wir sind gemeinsam mit Brand Trust gut im Training und freuen uns auf die nächsten Kilometer der Strecke.

Ein großes Dankeschön für die letzten 5 Jahre! Sie waren nicht nur erfolgreich für die Marke Canada Life, sondern haben uns auch sehr viel Spaß gemacht!

Weiter so und kollegiale Grüße nach Nürnberg

Silvia Rick  
Spezialistin Unternehmenskommunikation