

## Erfolg durch Authentizität mit Studio Blom

10.05.2013, 07:55 | Werbung, Consulting, Marktforschung

Pressemitteilung von: *Studio Blom*

---



Das Corporate & Personal Branding vorher & nachher. (c) 2j architecture & Filip Fuxa, Shutterstock

Sensory Branding von Studio Blom – ein nachhaltiger Profilierungsansatz für Corporate & Personal Brands

Ein unverwechselbares Corporate oder Personal Branding zu entwickeln, ist für junge wie bestehende Marken entscheidend.

In jedem Unternehmen und jeder Person schlummern wertvolle Potentiale. Leider kommt dieses Potential nicht immer wirkungsvoll zum Ausdruck, da das Profil der Marke oft zu unscharf und unspezifisch kommuniziert wird. Bei vielen Branding-Strategien werden wertvolle Details dem Zufall überlassen und oft nur über einen Sinn, meist das Sehen, kommuniziert.

Da viele Marken um die gleichen oder ähnliche Kunden werben, reichen geflügelte Worte und herkömmliche Bildwelten nicht mehr aus, um die Wahrnehmung des Kunden zu erreichen und die Marke positiv im Bewusstsein zu verankern. Mit Sensory Branding ist es möglich, die verborgenen Potentiale einer Marke zu konkretisieren und für Kunden sinnlich erfahrbar zu machen. In so einem Fall spricht man auch von der DNA einer Marke. Mit Sensory Branding kann ein klares und unverwechselbares Profil des Unternehmens oder der Person entstehen, das dadurch besticht, das es die DNA der Marke widerspiegelt und authentisch ist.

Ein solches Vorgehen hat unmittelbare Auswirkungen auf den Erfolg. Die Umwelt nimmt diese authentische Ausstrahlung wahr, und man kann die gewünschte Zielgruppe erreichen.

In Echtheit investieren

Warum es sich lohnt, die DNA einer Marke freizulegen, macht Carmen Blom anhand eines Beispiels deutlich.

Orchideen geben Insekten mit falschen Duftstoffen vor ein Fortpflanzungspartner zu sein. Man hat beobachtet, dass Insekten die getäuscht wurden, die Orchidee kein zweites Mal anfliegen und darüber sogar ihre Artgenossen informieren.

Ähnliches gilt auch für die Reaktion von Menschen auf Unternehmen und Marken, besonders im Premiumsegment. Für ein Unternehmen bedeutet dies, dass ein Kunstgriff oder Beliebigkeit hinsichtlich Marke oder Außendarstellung zwar kurzfristig erfolgreich sein können, aber auf Dauer nicht von Erfolg gekrönt sein werden.

Corporate und Personal Brands, die ihre Marken-DNA fehlerhaft oder unvollständig transportieren, verlieren mit der Zeit an Glaubwürdigkeit.

Eine prägnante und unverwechselbare Profilierung erreicht man über ein Branding, das konsequent von innen nach außen gedacht ist. Sensory Branding profiliert Kunden nicht über ein beliebiges „anders sein“ oder „abgrenzen“ von Wettbewerbern sondern durch Authentizität und Glaubwürdigkeit.

„Wenn ich mich nur von anderen abgrenze, betone ich nicht unbedingt meine Stärken, sondern nur das „anders sein“. Sensory Branding schafft Abhilfe, indem es sich auf das konzentriert, was eine Marke und die damit verbundenen Personen unverwechselbar macht – nämlich Vergangenheit, Gegenwart und Zukunft einer Marke sowie die Vision, Motivation und Werte der Entscheider, um daraus eine unverwechselbare Marke zu entwickeln. Auftritte, die so entwickelt werden, sind prägnant, unverwechselbar und wertvoll.“ – so Carmen Blom .

Besonders gut eignet sich Sensory Branding von Studio Blom für qualitativ, hochwertige Angebote wie z. B. Weingüter, Mode, Mobiliar & Interieur, Hotellerie, Wellbeing. Ein ausgesprochen authentisches Branding wird erreicht, wenn sich das Geschäft wie bei Künstlern oder Kunst-Handwerkern eng an die Person anlehnt und es im Prinzip keinen Unterschied gibt zwischen Geschäftsbereich und Persönlichkeit der handelnden Entscheider gibt.

## Portrait

Studio Blom aus Neumarkt/Oberpfalz bietet seit 2003 umfassende Dienstleistungen aus dem Bereich Sensory Branding und Existenzgründerberatung an. Das deutschlandweit ausgerichtete Studio bietet sein Know-How für Unternehmen in den Bereichen Marketingberatung, Sensory Branding, Innengestaltung, Styling & Outfit von Personen an. Ein zusätzliches Spezialgebiet ist die Beratung und Begleitung von Existenzgründern in allen Phasen der Gründung von der Ausarbeitung des Businessplans bis hin zu Unternehmens- und Marketingkonzepten. Schwerpunktmäßig berät Studio Blom Gründer, die aus ihren Talenten ein Business machen wollen.

Die Inhaberin Carmen Blom arbeitete vorher bereits erfolgreich für Unternehmen wie Hugo Boss AG und Strenesse AG in den Bereichen Unternehmens- und Produkt-PR, Medienplanung, Trade Marketing. Hauptkunden von Studio Blom kommen aus den Branchen Fashion, Luxusgüter, Green Luxury, Beauty & Wellness, Genuss, Reise, Interior Design, Schmuck, Automobile und Arts & Crafts. Für Interessierte gibt es seit kurzem unter [www.aesthetic-on.de](http://www.aesthetic-on.de) auch einen Blog von Studio Blom

---

News-ID: 718634 • Views: 153 (Stand: 15.05.2026)

Link zur Pressemitteilung:

<https://www.openpr.de/news/718634/Erfolg-durch-Authentizitaet-mit-Studio-Blom.html>