



Visualisierung mit KI

Batten Intelligent Rebranding Framework

Rebranding-Prozesse mit Sicherheit erfolgreich gestalten

Oktober 2026

Marken sind ein Versprechen, das Kunden Orientierung gibt

Das Dilemma des Rebrandings

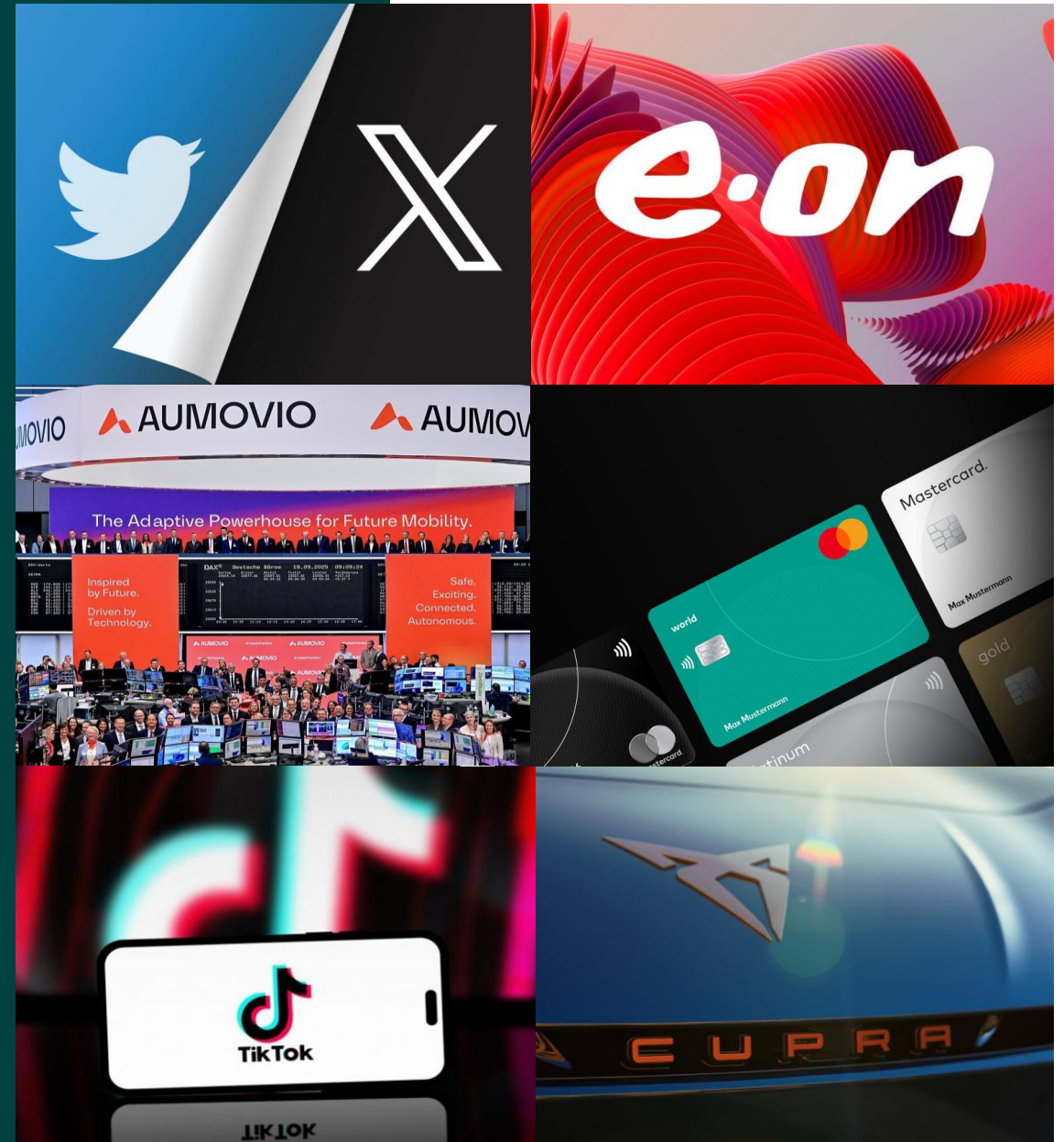
Marken müssen Orientierung geben und über einen langen Zeitraum konsistent geführt werden. Dennoch müssen sie am Puls der Zeit bleiben, um auch in Zukunft relevant zu sein.

Das Problem

Beim Rebranding geraten diese beiden Ziele in Konflikt. Alles neu und möglichst modern? Oder nah am Original, um niemanden zu vergraulen? Eine falsche Entscheidung kann das Unternehmen in eine kostspielige Krise stoßen.

Die Lösung

Markenverantwortliche müssen bei einem Rebranding abwägen, welcher Weg zur Zielerreichung der richtige ist. Das Batten Intelligent Rebranding Framework zeigt, wann welcher Rebranding-Ansatz sinnvoll ist und wie er erfolgreich umgesetzt werden kann.



Selbst gewählt oder erzwungen: Zwei Wege, die zum Rebranding führen

	INSIDE-OUT	OUTSIDE-IN
Definition	Folge einer neuen Strategie, einer veränderten Positionierung oder angepasster Geschäftsziele	Folge externer Veränderungen in der Kundengruppe, im Markt oder im allgemeinen Geschäftsumfeld
Gängige Szenarien	• Eintritt in einen neuen Markt • Modernisierung der Marke • Überarbeitung des Portfolios • Stärkung der Markenidentität • Schärfung der Markenposition	• Merger & Acquisitions • Carve-Outs • Geschädigtes Markenimage • Veränderte Kundenbedürfnisse und Erwartungen • Demografischer Wandel innerhalb der Kundengruppe
Merkmale	• Proaktiv auf strategische / unternehmerische Zielsetzung • Geplant als Teil der Markenstrategie • Kontrollierte abgestimmte Umsetzung	• Reaktiv auf externe Veränderungen • Außerplanmäßig durch externe Auslöser • Unmittelbarer Zeit- und Handlungsdruck

Vom Facelift zum Neustart – drei Ausbaustufen des Rebrandings

	Refresh	Evolution	Revolution
Strategie	Inkrementelle Anpassungen im Markenauftreten	Selbstähnliche Weiterentwicklung der bestehenden Marke	Schaffung einer neuen Marke
Merkmale	• Keine Anpassung Markenstrategie • Visuelle Auffrischung • Auffrischung des Auftritts	• Schärfung Markenstrategie • Design- und Tonalitätsanpassung • Weiterentwicklung des Auftritts	• Neuausrichtung Markenstrategie • Neuausrichtung Design • Veränderung des Auftritts
Beispiele			

Ausgewählte Referenzen

Wir begleiten vom Konzept bis zum Börsengang

Marken**EVOLUTION** zur Weiterentwicklung des Markenauftritts



Weiterentwicklung des Markenauftritts nach Logo-Refresh durch neue Bildsprache, Kampagnen und digitale Inszenierung zur Schärfung der Positionierung.

Marken**REVOLUTION** zur Einführung einer neuen Marke



Aufbau und globaler Roll-out einer neuen Marke nach Konzernabspaltung inklusive Positionierung, Naming, Brand Governance und IPO-Begleitung.



JAGUAR CEO STEPS DOWN AFTER **REBRAND FAILURE**



**How Jaguar's rebranding gamble
triggered a 98% collapse in sales.**

JAGUAR

Rebranding an der eigenen Zielgruppe vorbei



Ausgangslage

- Traditionsreiche Luxusmarke mit hohem Markenkapital (British Luxury)
- Alternde Zielgruppe und sinkende Relevanz
- Druck durch sinkende Verkaufszahlen, Elektrifizierung und Modernisierung



Ziel

- Neupositionierung als elektrische „Ultra-Luxusmarke“
- Gewinnung einer jüngeren, wohlhabenden Zielgruppe
- Höhere Marge durch „Ultraluxury“-Positionierung



Problem

- Fatale Fehlinterpretation der Bedürfnisse relevanter Kundengruppen
- Schaffung einer neuen Markenwelt ohne klares Markenversprechen („Copy Nothing“)
- Völliger Verlust von Wiedererkennbarkeit und emotionaler Bindung

Willkommen bei
AUMOVIO
Deutschland.

Das Adaptive Powerhouse
für die Mobilität der Zukunft

 AUMOVIO

Inspired by Future.
Driven by Technology.

AUMOVIO GEWINNT BEIM
BEST BRANDS AWARD

AUTOMATISCH
**BEST
BRANDS
2026**
1. PLATZ

AUMOVIO

Konsequentes Rebranding im Sinne der Kunden



Ausgangslage

- Ausgründung der Automotive-Sparte von Continental erfordert eine neue Marke
- Spannung zwischen historischem Markenerbe und Neuanfang
- Neue Marke muss in weniger als 10 Monaten global eingeführt werden



Ziel

- Entwicklung einer neuen, wettbewerbsfähigen und globalen Marke
- Übersetzung der Unternehmensstrategie in eine konsistente Markenidentität
- Motivierender Startschuss für eine neue Ära – für Mitarbeitende sowie Kunden



Lösung

- Konsequente Ausrichtung der Markenentwicklung an globale Kundenbedürfnisse
- Gemeinsame Markenentwicklung mit Marketing, Kommunikation, Sales und Strategie
- Konsistente interne und externe Aktivierung über alle Markenkontaktpunkte hinweg

Top-5-Erfolgsfaktoren – Ihre Anleitung für ein erfolgreiches Rebranding



1

Eindeutige Zielsetzung

Rebranding braucht ein klares Zielbild: Was wird verändert und wie wird Erfolg gemessen?

2

Konsequenter Kundenfokus

Erfolgreiche Rebrandings basieren auf Kundeninsights: Wahrnehmung, Erwartungen und Akzeptanz.

3

Ganzheitliche Budgetplanung

Rebranding umfasst alle Touchpoints: Design, Systeme und Aktivierung müssen eingeplant werden.

4

Klare Verantwortlichkeiten

Verantwortlichkeiten klar definieren: Strategie, Kultur und Auftritt werden gemeinsam umgesetzt.

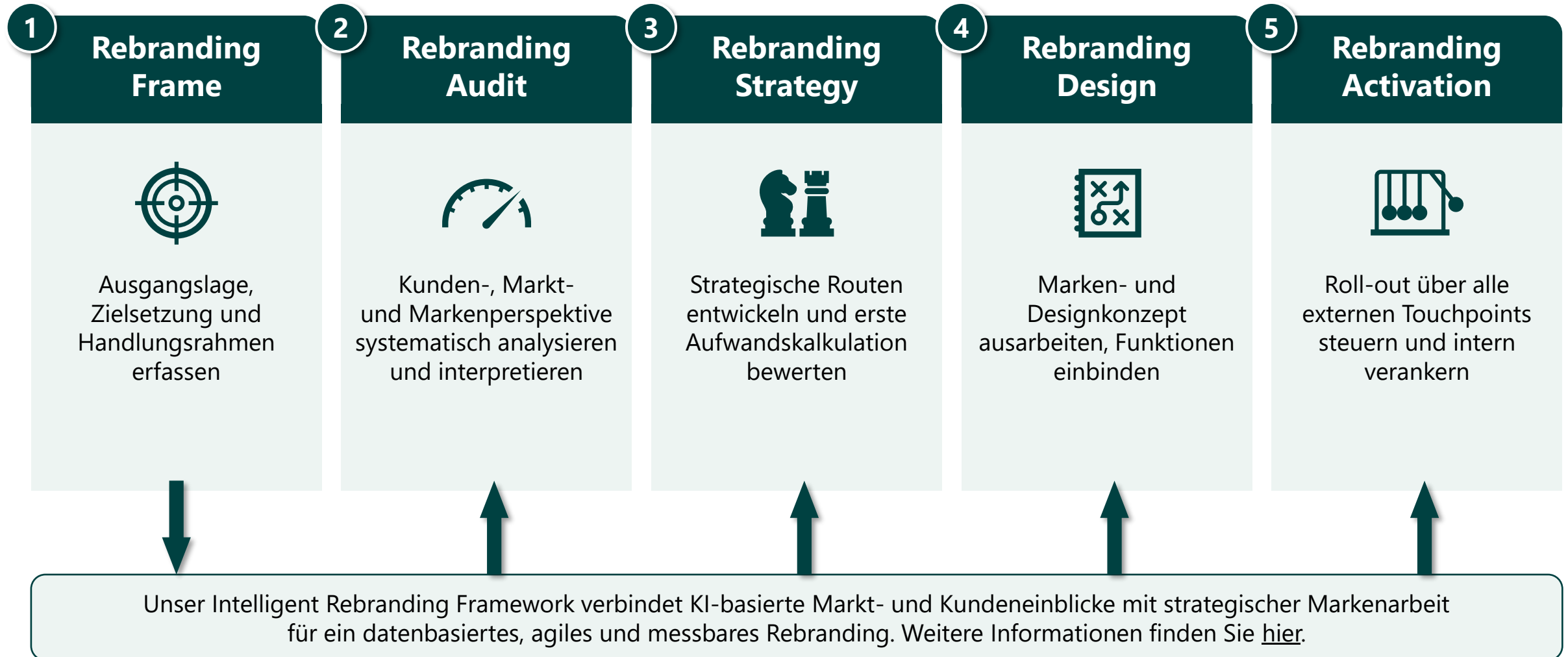
5

Aktivierte Mitarbeitende

Wirkung durch Mitarbeitende entfalten: Marke wird verstanden, mitgetragen und im Alltag sichtbar.

Das Batten Intelligent Rebranding Framework

Von der Ausgangslage bis zum Roll-out in fünf Etappen



Das Omnicom Rebranding-Netzwerk

Ein Ansprechpartner für weltweite Experten in allen Disziplinen

Als Teil der Omnicom profitieren wir von der Agenturnähe und können Ihr Rebranding von Anfang an mitdenken

Mit mehr als 8.000 Spezialisten an neun Standorten in Deutschland bietet die Omnicom innovative Lösungen für alle wichtigen Marketing- und Kommunikationsdisziplinen.

Je nach Aufgabenstellung bündeln wir unsere Stärken und bilden agentur-übergreifende und interdisziplinäre Teams. Gemeinsam mit unseren Kunden entwickeln wir vernetzte Kundenerlebnisse für alle Kontaktpunkte und tragen so nachweislich zum Geschäftserfolg unserer Kunden bei.

Batten & Company
Marketing & Sales Consultants



Campaign & Content

BBDO **TBWA** **Martin.** **////CRAFT** **momentum**

Performance Marketing

Critical Mass. **RAPP** **KINESSO**

Media, Performance & Growth

omd **OMG** Omnicom MediaGroup **HEARTS UNITED.** **phd** **TLGG** AGENCY

Design & Corporate Identity

Sterling **PETER SCHMIDT GROUP** **S+G** **Interbrand**

Analytics, Research & Artificial Intelligence

annalect **omni** **Allon** **TRKKNES**



Ihr Kontakt bei Batten & Company

Matthias Saalfrank

Associate Partner

Batten & Company
Königsallee 92 | 40212 Düsseldorf

+49 (0) 162 1563 411

matthias.saalfrank@omc.com