

CURE Intelligence entwickelt den VALUE RADAR in Kooperation mit Nina Rieke und Hans-Christian Schwingen

Köln, 30. März 2022

CURE GmbH
Försterstr. 51
D-50825 Köln

+49 221 421965
contact@gmbh.cure-intelligence.com
www.cure-intelligence.com

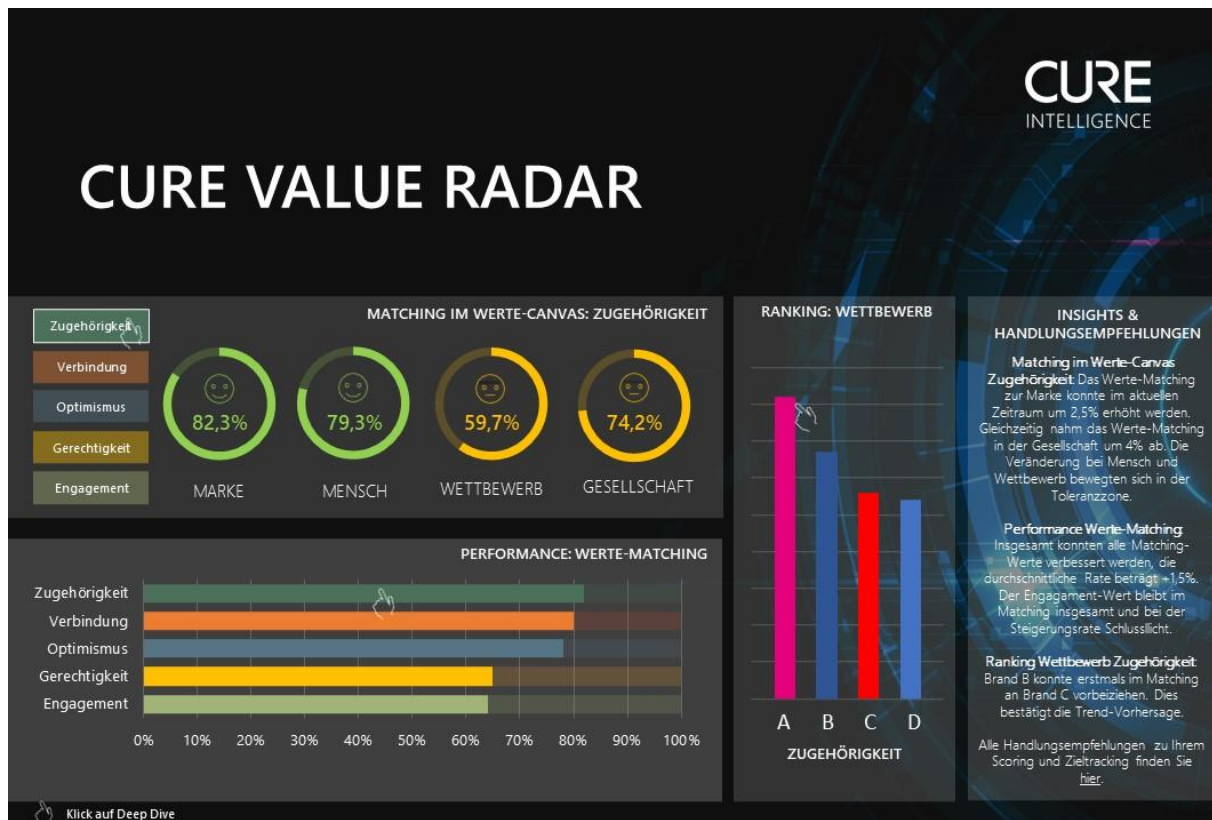
Als langjähriger Experte für Media-, Marketing- und Data Intelligence hat CURE Intelligence mit dem VALUE RADAR ein datenbasiertes Instrument zur Erfolgskontrolle werteorientierter Marken- bzw. Unternehmensführung entwickelt.

Die Grundlage hierfür bildet das Leitsystem für werteorientierte Markenführung, das Nina Rieke und Hans-Christian Schwingen, zwei der Top-Expert:innen in puncto Markenstrategie und -führung in Deutschland, in ihrem Buch „Wie Werte Marken stark machen“ erarbeitet haben. CURE Intelligence und die Autoren haben für dieses Projekt eine Kooperation geschlossen.

The graphic features the CURE INTELLIGENCE logo in the top right corner. The main title 'CURE VALUE RADAR' is prominently displayed in white, with the subtitle 'WERTEORIENTIERUNG MESSEN UND STEUERN' below it. A descriptive line reads: 'DIE datenbasierte Erfolgskontrolle zur werteorientierten Markenführung. In Kooperation mit Nina Rieke und Hans-Christian Schwingen.' Below this, there are six vertical panels. The first panel shows the book cover for 'WIE WERTE MARKEN STARK MACHEN' by Nina Rieke and Hans-Christian Schwingen, published by HAUPE. The following five panels each contain a vertical bar chart with five segments, overlaid on various images: a hand holding a red heart, a wind turbine, a hand holding a rainbow heart, a group of people, and a person holding a globe.

CURE Value Radar – Die datenbasierte Erfolgskontrolle zur werteorientierten Markenführung.

Der VALUE RADAR untersucht die kundeneigene und/oder externe Kommunikationsresonanz hinsichtlich der Erfüllung des Anspruchs, „wofür sich eine Marke stark machen will“. Durch eine gezielte Mischung aus manueller und KI-basierter Media Intelligence gelangt das Modell von CURE Intelligence zu fundierten Erkenntnissen auf allen Ebenen des vordefinierten Werte-Canvas. Zudem können sich die Kunden in Echtzeit in zielorientierten und intuitiven Ergebnis- und Steuerungs-Dashboards mit ihrer Peer Group oder aktuellen Werte-Trends der Gesellschaft messen.



CURE Value Radar – Performance Cockpit mit wichtigen KPIs und wertvollen Insights

So hilft der VALUE RADAR Kommunikations-, Strategie- und Marketingverantwortlichen ein zu entwickelndes oder bereits entwickeltes Mission-Statement datenbasiert zu kontrollieren – und das kontinuierlich.

„Wir freuen uns sehr, unsere Kunden mit dem VALUE RADAR bei einem Thema unterstützen zu können, das sich aus unserer Sicht zu einem Megathema der kommenden Jahre entwickeln wird. Eine klare, werteorientierte Unternehmenslenkung wird immer wichtiger, um Zielgruppen nicht nur zu erreichen, sondern auch zu überzeugen. Der VALUE RADAR kann hierbei jedem Unternehmen als begleitendes Messinstrument bedeutende, datenbasierte Dienste in Sachen Werte-Steuerung und -Strategie leisten. Es ist CURE zudem eine große Freude, dass wir Nina Rieke und Hans-Christian Schwingen von unserem Konzept überzeugen konnten und bedanken uns für das Vertrauen und die sehr angenehme Kooperation,“ kommentiert Roberto Minasso, Managing Director der CURE Intelligence GmbH.

„Als Menschen, als Unternehmen/Marken, als Gesellschaft müssen wir uns immer wieder selbstkritisch die Frage stellen, wofür wir uns im Leben stark machen wollen. Mit dem Leitsystem für werteorientierte

Markenführung wollen wir Marken, die einen wahrhaftigen Wertbeitrag leisten können, dabei helfen, die passende Antwort zu finden. Denn wenn Marken verstehen, welche Werte in ihnen stecken, was sie von anderen unterscheidet und welche verbindenden Werte für Menschen und Gesellschaft nutzbar sind, schaffen sie eine nachhaltige Basis für mehr Impact – unternehmerisch, wirtschaftlich und gesellschaftlich. Der VALUE RADAR von CURE Intelligence ist dabei als datenbasiertes Echtzeit-Tool im Rahmen eines Markenmonitorings ein smartes Hilfsmittel in Sachen Erfolgskontrolle,“ erläutern Nina Rieke und Hans-Christian Schwingen.

Über CURE Intelligence

CURE S.A. ist ein im Jahr 2009 gegründetes Unternehmen im Bereich Medienbeobachtung und -analyse, Data Intelligence und Social Media Marketing. CURE Intelligence ist eine Aktiengesellschaft mit Hauptsitz in Grevenmacher, Luxemburg, und einer Tochtergesellschaft in Köln, Deutschland. CURE Intelligence verhilft seinen Kunden durch die wirksame Verbindung von Analytics und Marketing zu smarteren Entscheidungen und besseren internen wie externen Kommunikationsprozessen. CURE Intelligence unterstützt namhafte Kunden u.a. in Deutschland, Luxemburg, Brasilien, Kanada und den USA.

Weitere Informationen finden Sie unter:

www.cure-intelligence.com

Über das Buch „Wie Werte Marken stark machen“

Unternehmen und ihre Marken stehen zunehmend unter Druck, die Frage nach Relevanz und Glaubwürdigkeit in Bezug auf ihre gesellschaftliche Rolle zu beantworten. Das Buch „Wie Werte Marken stark machen“ liefert einen praxisnahen wertorientierten Ansatz, wie Marken gesellschaftlichen Impact erzeugen können. Es geht dabei weniger um den Rahmen, sondern vor allem um die Denkweise dahinter: Hier wird ein flexibles Leitsystem geschaffen, das aufzeigt, wie Marken auf eigene Stärken aufbauen, statt generische, nicht in sich selbst verankerte Versprechen zu machen.

Über die Autoren

Nina Rieke hat in ihrer langjährigen Agentur- und Marketingkarriere für Marken wie die Deutsche Telekom, Deutsche Lufthansa, Siemens, Electrolux, Miele, Unilever, Rotkäppchen-Mumm, eBay und viele weitere gearbeitet. Als Chief Strategy Officer bei DDB Deutschland hat sie zahlreiche Effie-Auszeichnungen für die Agentur gewonnen und zugleich als Vizepräsidentin im Gesamtverband Kommunikationsagenturen (GWA) das Bild der Branche mitgeprägt. Die W&V bezeichnete sie 2019 als „eine der namhaftesten Frauen in der deutschen Werbebranche“. Nina Rieke hat Gesellschafts- und Wirtschaftskommunikation an der Universität der Künste Berlin studiert, ist ausgebildeter systemischer Businesscoach und Transformations-Facilitator sowie Dozentin für Markenstrategie an der Universität Luzern in der Schweiz. Als unabhängige Strategieexpertin begleitet sie mit ihrem Beratungsunternehmen Marken dabei, den nächsten richtigen Schritt zu tun.

Roberto Minasso wird als Managing Director den neuen Standort leiten.

Die Absatzwirtschaft zählt **Hans-Christian Schwingen** „zu einer Reihe von Persönlichkeiten, die aufgrund ihrer gelebten Praxis auf dem Gebiet der Markenstrategie und -führung für die Branche Vorbildcharakter haben“. Seine beruflichen Stationen führten ihn u. a. zur Werbeagentur Springer & Jacoby, zu Audi und zur Deutschen Telekom, wo er als Chief Brand Officer aus einem behäbigen Technologieanbieter eine digitale Erlebnismarke formte. Heute gilt die Telekom als wertvollste Telkomarke in Europa bei einer Versechsfachung des Markenwertes seit dem Jahr 2008. Das Leitsystem für wertorientierte Markenführung ist ein generalistisches Anwendungsverfahren, in dem mehrjährige Praxiserfahrungen für die Revitalisierung und Renovierung von Marken stecken. Schwingen hat Kommunikationswissenschaften und Europäische Betriebswirtschaft studiert. Er wurde in seiner Karriere mit zahlreichen Preisen ausgezeichnet, u. a. als „CMO of the Year“, und in die Hot-Topics-Liste der „100 most influential CMOs of the World“ aufgenommen.

Für Presseanfragen kontaktieren Sie bitte:

Roberto Minasso
Managing Director
T: +49 221 421965
M: contact@gmbh.cure-intelligence.com