

15.04.2004 - 10:26 Uhr

Management- und IT-Beratung mit neuem Namen: Capgemini - Weltweite Kampagne betont intensive Zusammenarbeit mit Kunden

Paris/Zürich (ots) -

Die Management- und IT-Beratung Cap Gemini Ernst & Young tritt ab dem 15. April 2004 unter dem neuen Namen "Capgemini" auf. Das Unternehmen reagiert damit auf die Ende Mai 2004 auslaufenden Namensrechte an Ernst & Young, die im Zusammenhang mit dem Kauf von Ernst & Young Consulting durch Cap Gemini im Jahr 2000 erworben wurden. Parallel zur Namensänderung startet das Beratungsunternehmen weltweit eine 60 Mio. Euro Markenkampagne. Sie stellt den Ansatz des Collaborative Business Experience (CBE) - eine neue Form der Zusammenarbeit mit den Kunden - in den Mittelpunkt und wird bis Ende des Jahres 2004 laufen. "Collaborative Business Experience trägt der Tatsache Rechnung, dass sich immer mehr Kunden eine verantwortliche Zusammenarbeit mit Beratern wünschen", sagt Antonio Schnieder, CEO Zentral- und Ost-Europa bei Capgemini in Berlin. "Wir glauben, dass dies eine bedeutende Veränderung für die Beratungsbranche und das Verhältnis Kunde - Berater bringen wird. Die Festlegung dieses Collaborative-Ansatzes unserer Arbeit mit dem Kunden differenziert uns vom Rest des Marktes und gibt uns eine unverkennbare und starke Markenidentität."

Kundenumfragen ausschlaggebend für Neupositionierung

Die Ausgangsbasis für die Kampagne bildete eine weltweite Kundenbefragung. Diese zeigt, dass sich die Anforderungen an Berater fundamental ändern: Branchenerfahrung und perfekte Umsetzung sind heute selbstverständliche Voraussetzung. Kunden wünschen sich darüber hinaus Berater, die zuhören, objektive Perspektiven entwickeln, technisches Know-how besitzen und statt Empfehlungen, erzielbare und ausführbare Lösungen bieten können, um am Ende einen messbaren Mehrwert aus der Kooperation mit Beratern zu erfahren.

"Collaborative Business Experience" definiert die Art, wie das Unternehmen mit seinen Kunden und Partnern arbeitet, neu. Es geht um das Know-how und die Erfahrung, von denen Capgemini-Kunden verstärkt profitieren werden. Da eine Vielzahl der Befragten angaben, dass die Zusammenarbeit das Schlüsselkriterium für sie ist, wird der Erfolg in unserer Branche sich künftig daran ausrichten", so Schnieder.

Das kreative Konzept der Markenkampagne

Der kreative Ansatz der Kampagne, die von EURO RSCG Worldwide entwickelt wurde, ist einfach: Hinter jeder Erfolgsgeschichte steckt ein hartes Stück Zusammenarbeit. Capgemini hat sich entschieden, nicht mit Gesichtern von bekannten Persönlichkeiten zu werben, sondern auf die im Hintergrund stehenden Leute zu setzen, die für den Erfolg von Stars mitverantwortlich sind: Darren Cahill, Trainer von Andre Agassi und Tony Visconti, der legendäre Produzent von David Bowie, sind die ersten "Hidden-Champions", die in der Kampagne präsentiert werden. Beide, Darren Cahill und Tony Visconti, illustrieren die Vorteile einer langjährigen Zusammenarbeit und sind heute beide selbst sehr anerkannt.

"Das kreative Konzept gefällt uns sehr gut, da es absolut zur bisherigen Tradition und zu den bisherigen Erfahrungswerten von Capgemini mit seinen Kunden passt", kommentiert CEO Schnieder. "Unser Unternehmen wird sehr oft von Kunden als der Berater mit individuellen, massgeschneiderten Konzepten und intensiver gemeinschaftlicher Umsetzung wahrgenommen." Die Marketingkampagne

konzentriert sich verstärkt auf den US Markt, deckt aber auch Europa - speziell Frankreich, Grossbritannien, die Niederlande und Deutschland - ab, sowie den asiatischen Markt durch pan-regionale Aktivitäten.

Der ersten Phase der Werbeaktivitäten wird ab September eine zweite Phase folgen. Die paneuropäische Marketingkommunikation wird durch Einzelaktivitäten der regionalen und lokalen Niederlassungen ergänzt werden.

Interne Kommunikationsmassnahmen sind wichtiger Bestandteil

Zusätzlich werden interne Kommunikationsmassnahmen und weltweite Trainings an der Capgemini Universität bei Paris in Chantilly/Les Fontaines für die 55'000 Mitarbeiter angeboten. Capgemini nutzt das Intranet einschliesslich einem online News service, regelmässige Telefonkonferenzen, sowie Road-Shows von Führungskräften und viele andere Kommunikationskanäle. "Sie können den Collaborative Business Experience Ansatz niemandem in einem Eintagesseminar lehren. Für uns bedeutet das die DNA des Unternehmens", erklärt CEO Schnieder und weiter, "Investitionen in Trainings für unsere Leute ist ein wesentlicher Bestandteil unserer Unternehmenskultur. Die Mitarbeiter haben begeistert die Einführung von CBE aufgenommen. Und das zeigt, dass ihnen dieser Ansatz nicht fremd oder ungewohnt vorkommt."

Über die Capgemini-Gruppe

Capgemini ist einer der weltweit führenden Dienstleister für Management- und IT-Beratung, Technologie sowie Outsourcing. Das Unternehmen mit europäischem Ursprung berät Kunden bei der Entwicklung und Umsetzung von Wachstumsstrategien sowie dem Einsatz neuer Technologien. Capgemini wendet dabei eine neue Form der Zusammenarbeit an: Collaborative Business Experience. Grundlage ist die Verpflichtung von Dienstleister und Kunde zu gemeinsamem Erfolg und das Erreichen messbaren Mehrwerts auf Basis enger Zusammenarbeit. Capgemini beschäftigt derzeit weltweit rund 55'000 Mitarbeiter und erzielte 2003 einen Umsatz von 5,754 Milliarden Euro. Mehr Informationen zum Unternehmen, den Dienstleistungen und Pressemitteilungen finden Sie unter <http://www.ch.capgemini.com>

Kontakt:

Capgemini
Thomas Becker
World Trade Center
Leutschenbachstrasse 95
8050 Zürich
Tel. +49/30/88703-730
Fax +49/30/88703-739
E-Mail: thomas.becker@capgemini.com

Diese Meldung kann unter <https://www.presseportal.ch/de/pm/100005449/100473800> abgerufen werden.