

- ▶ Aktives, nachhaltiges Themenmanagement entlang der Markenaussagen und Megatrends
- ▶ Eine Corporate Website, acht Länder-/Regionalwebsites, rund 100 Produkt- und Markenwebsites mit einheitlichem Design, Redaktionsrichtlinien und Corporate Wording
- ▶ konzernweite Highlight-Projekte und Kampagnenbegleitung für die Gesamtkommunikation

## Neukonzeption

Ein neues Konzept für ein integriertes Themenmanagement verknüpft die Markenwerte mit Themen des Konzerns.

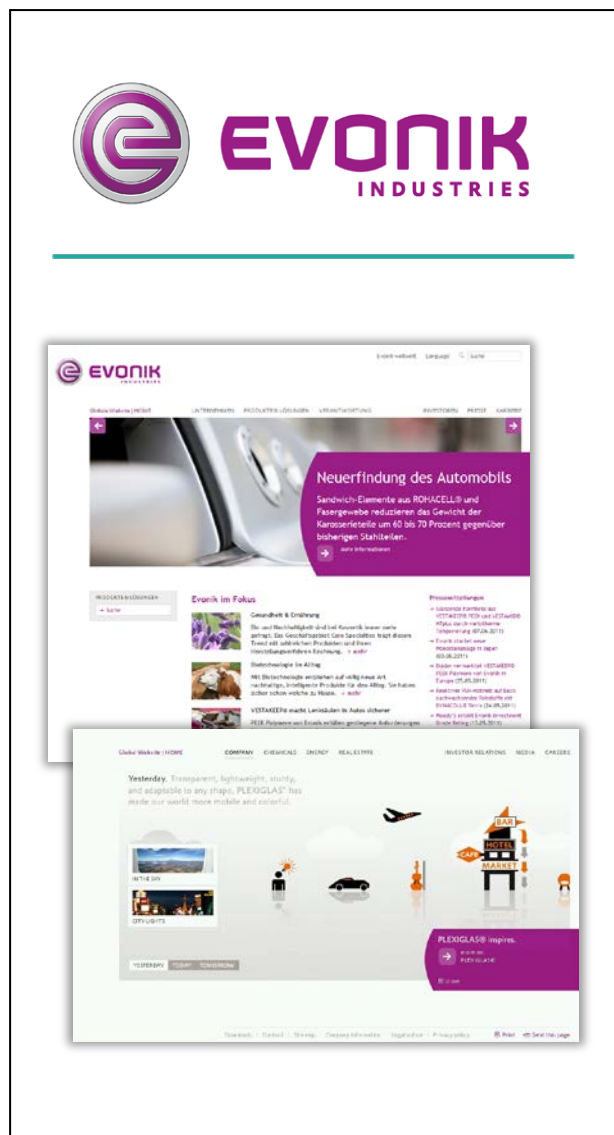
Mit neuen Formaten und Strukturen lassen sich Inhalte prominent spielen und klar verorten, das Konzept verhindert Themenfriedhöfe.

Parallel zum Themenmanagement betreut wbpr\_ Kommunikation die Entwicklung von Leuchtturm-Projekten, zum Beispiel eine interaktive Animation zum 75. Geburtstag von PLEXIGLAS®.

## Website-Architektur

Neben der Corporate Website entstehen Länderwebsites, die von den verschiedensten Kommunikatoren bespielt werden und unterschiedlichste Ziele verfolgen.

Um die einheitliche Qualität und Darstellung der Marke zu sichern, griff wbpr\_ Kommunikation mit mehreren Konzepten und Handbüchern regulativ in den redaktionellen Prozess ein.



## Einheitliche Kommunikation mit Botschaft

Aus einem abstrakten Markenkonstrukt ist eine fassbare, konkrete Markenaussage geworden. Evonik liefert im Internet auf allen Ebenen den Beweis für seine Markenversprechen. Business- und imageorientierte Kommunikation sind integriert. Nach außen spricht der Konzern orchestriert zu den Zielgruppen, nach innen wurde eine Struktur gefunden, die die vielen Kommunikatoren unterstützt und zum Ziel führt.