



*Was können wir  
aus unserer Vergangenheit  
lernen?*

WOHER

KOMMEN WIR?

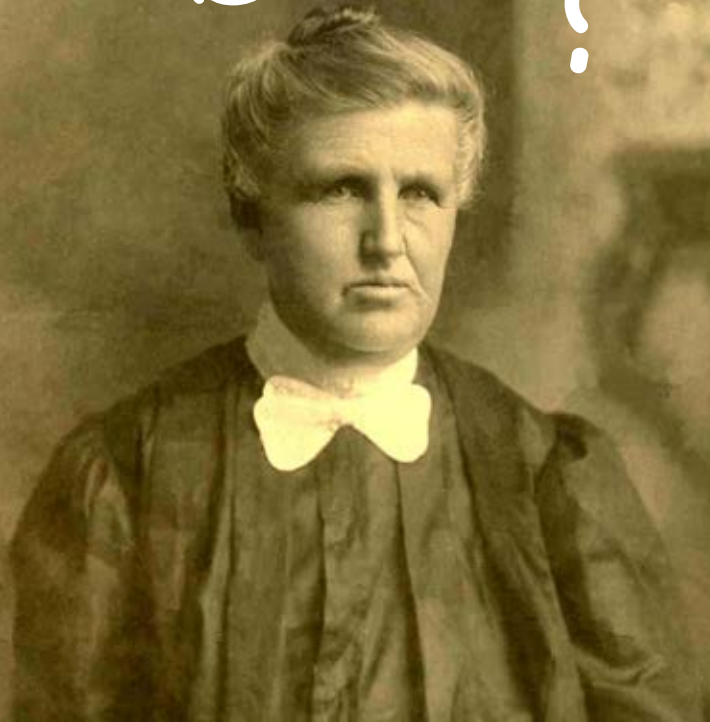
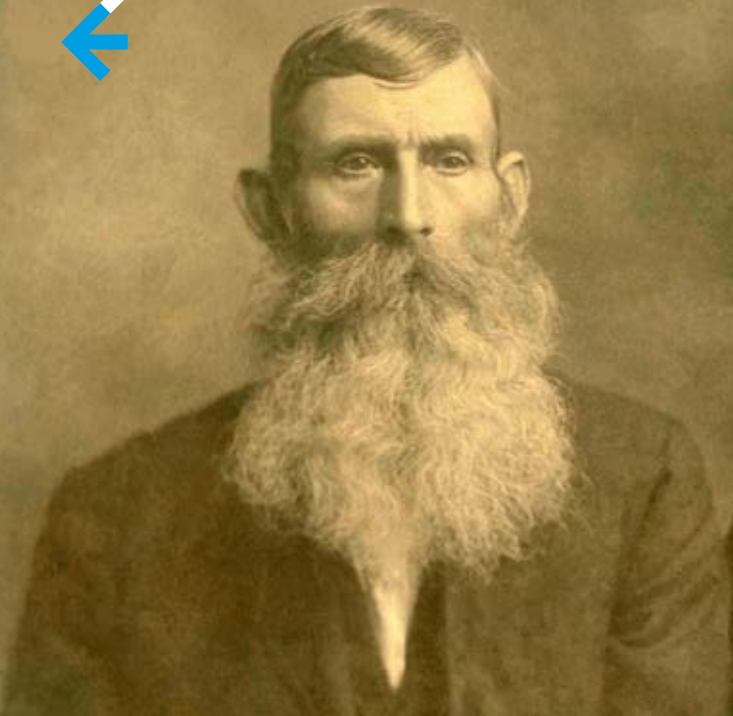


WOHIN

WOHIN WIR?

Was haben uns unsere  
heute noch zu

Gründer  
sagen ?



Sind die alten Methoden

noch zeitgemäß?





Wie lässt sich der Tanker in die Zukunft steuern?

SUSIE

SUSIE



Was machen wir  
eigentlich  
zum Jubiläum?

Wenn Sie  
diese Fragen  
interessant  
finden ...



... dann sollten wir  
uns gelegentlich  
unterhalten:



The logo for ChronoCode is enclosed in a black rectangular border. The word "CHRONOCODE" is written in a bold, sans-serif font. The letters "C", "H", "R", "O", "N", "O", and "D" are black, while the letters "C", "O", and "D" are blue.

CHRONOCODE



INSTITUT FÜR HISTORY MARKETING®

**Wir erzählen Ihre Geschichte(n)!**

ChronoCode bietet Ihnen eine lebendige Aufarbeitung Ihrer Unternehmensgeschichte an, um diese gewinnbringend als kreatives, *öffentlichkeitswirksames Instrument* in den Marketing-Mix einzubinden und für Ihre Unternehmenskommunikation nutzbar zu machen.

Als eine erfolgsversprechende und wirkungsvolle Methode bietet sich das *Storytelling* an – also das Geschichtenerzählen, wie es bereits seit Menschengedenken gehandhabt wird.



*Storytelling!*

Was früher am Lagerfeuer oder Marktplatz ausgetauscht wurde, hat seine Wirkung nie verfehlt – Interesse zu wecken und Emotionen zu erzeugen.

Das hat sich bis heute nicht wesentlich geändert:

Interessant erzählte Geschichten können feste und emotionale Bindungen zwischen Kunden, Mitarbeitern und dem Unternehmen entstehen lassen.

**Die Firmenhistorie ist also eine der wichtigsten Ressourcen zur Formulierung und Verfestigung eines schlüssigen Unternehmens- und Markenbildes.**

Und: Die Geschichte(n) eines Unternehmens und seiner Produkte sind oft das einzig dauerhafte Alleinstellungsmerkmal und bilden damit eine glaubhafte Abgrenzung zu den Wettbewerbern.

## HISTORY CONSULTING

**Vermeiden Sie kostspielige Fehler,  
ziehen Sie die richtigen Schlüsse aus der Vergangenheit!**

Insbesondere im *Change Management*, bei Fusionen und Übernahmen, sowie allgemein in disruptiven Situationen und Zeiten ermöglicht die Auseinandersetzung mit der Firmengeschichte eine seriöse Analyse, die helfen kann, Fehlschlüsse zu vermeiden.

Darüber hinaus kann History Consulting glaubwürdige und emotional verwertbare Erkenntnisse liefern, um beispielsweise Unsicherheiten und Widerstände bei den Mitarbeiterinnen und Mitarbeitern zu überwinden.

Die intensive Rückschau soll natürlich keine überholten Bilder konservieren, sondern kann Ihnen als inhaltliche Klammer bei Umbrüchen und Zäsuren dienen. Sie bietet allgemeine Lerneffekte und richtet den *Blick dabei stets auch nach vorne* – sie kann damit präventiv genutzt werden bzw. die gegebenenfalls notwendige Krisenkommunikation wesentlich unterstützen.



AEG, Grundig, Mannesmann, Philipp Holzmann: Firmen mit klangvollen Namen und von Weltgeltung. Alle haben eins gemeinsam: Sie existieren nicht mehr. Die Fehler, die zum Untergang führten, waren meist hausgemacht. Geschichtsvergessen wurden falsche Entscheidungen getroffen - und diese nicht selten wiederholt von immer wechselnden Geschäftsführern. Wie es besser geht, zeigte beispielsweise IBM, die in einer kritischen Situation ihre Geschichte studierten, die nötigen Schlüsse daraus zogen und so den Turnaround schafften.

# »Reichen die tief und weit, gedeihen die Zweige gut«

Chinesisches Sprichwort

## Stimmen aus der Wirtschaft:

**Uta-Micaela Dürig, Bosch AG:**

„Die Rückbesinnung auf die eigene Geschichte und auch die Gründung von Firmenarchiven werden zunehmend wichtig für den nachhaltigen Erfolg von Unternehmen, weil so originäre Kraftquellen für die Zukunft erschlossen werden. In den USA analysiert der Managementnachwuchs an den Universitäten Unternehmenshistorien, leitet daraus Kriterien für Erfolg und Misserfolg ab und zieht anschließend Lehren daraus.“

**Dr. Joseph Jung, Credit Suisse Group:**

„Wenn man nun PR nicht als beschönigende Kommunikation versteht, sondern als Gesamtheit verschiedenster Maßnahmen und Aspekte, die allesamt das Bild eines Unternehmens vermitteln sollen, so kann die Arbeit eines Historikers durchaus als ein Element des Ganzen verstanden werden - und dies unabhängig davon, ob dieser Historiker ein universitärer Forscher ist oder eben ein vom Unternehmen angestellter Wissenschaftler.“

**Dr. Harry Niemann, Daimler AG:**

„Für Daimler hat Geschichte immer einen hohen Stellenwert gehabt. (...) Geschichte ist immer auch ein Verkaufsargument, ein Beleg für die Wertigkeit eines Produkts. (...) Grundsätzlich sollte man das öffentliche Interesse an Unternehmensgeschichte als eher hoch einschätzen.“

**Wilfried Feldenkirchen, Siemens AG:**

„Für das Technologieunternehmen Siemens (...) ist die knapp 160-jährige Firmengeschichte ein wichtiges Element der Marken- und Kommunikationsstrategie. Die lange und erfolgreiche Tradition (...) des 1847 gegründeten Unternehmens trägt wesentlich dazu bei, dass Kunden auf der ganzen Welt Eigenschaften wie Kontinuität, Zuverlässigkeit, Vertrauens- und Glaubwürdigkeit mit Siemens assoziieren.“

# Unser Netzwerk für Ihren Erfolg:

*Sie haben die Wahl!*

Alle Dienstleistungen rund ums History Marketing aus einer Hand:  
Je nach Auftrag können wir Ihnen ein maßgeschneidertes Service-Paket  
aus den dargestellten Diensten zusammenstellen.

Diese sind frei skalierbar, da wir über ein Netzwerk an Spezialisten  
verfügen, die wir entsprechend Ihren Anforderungen zusammenbringen.



Lektorat

Research

Design / Gestaltung

Filmproduktion

Wissenschaftliche Aufarbeitung

Konzeption / Text

Übersetzungen

IT / Websites

Archivaufbau

Ausstellungsgestaltung

Print-Produktion

**CHRONOCODE**



CHRONOCODE

Case Study

50 Jahre immer besser:

Das Jubiläum der Hanseatic Bank





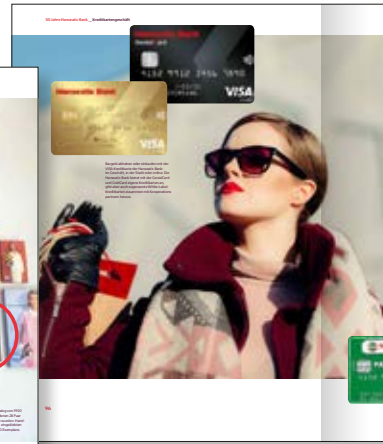
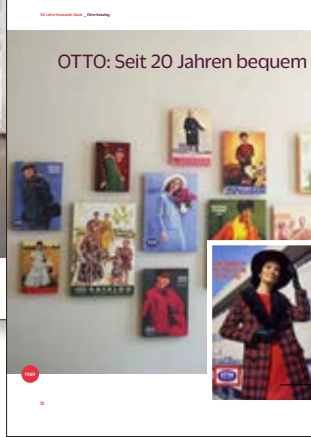
Case Study

50 Jahre immer besser: Hanseatic Bank

CHRONOCODE

# Jubiläumsbuch und -film

Ein hochwertiges Buch mit aufwendig gestalteten Doppelseiten über die Geschichte der Hanseatic Bank, eingebettet in die allgemeine politische sowie gesellschafts- und wirtschaftshistorische Entwicklung.



Zum 50-jährigen Jubiläum der Hanseatic Bank GmbH & Co KG sollte ein repräsentatives Buch und ein Kurzfilm zur bisherigen Firmengeschichte erarbeitet werden. ChronoCode war für das komplette Paket verantwortlich: von der Erstellung des Gesamtkonzepts für Buch und Film, über die Dokumenten-, Bild- und Filmrecherche sowie das Führen von Interviews mit Zeitzeugen, bis hin zum Verfassen der Texte und der Erstellung der Layouts. Das Buch und den Film finden Sie auf der Website der Hanseatic Bank.

Dazu passend wurde zudem ein ausdrucksvoller Film mit musikalischer Untermalung erstellt.





# 215 Jahre Privatbank Hauck & Aufhäuser: Unabhängig, Persönlich, Unternehmerisch Jubiläumsband, Archivaufbau



**Großes Projekt zum 215-jährigen Jubiläum der Hauck & Aufhäuser Privatbankiers AG:** Die bewegte Geschichte des noblen Bankhauses wurde erstmals umfassend und wissenschaftlich aufgearbeitet. Die Tätigkeit umfasste die Dokumenten-, Bild- und externe Archivrecherche, die Konzeption und Erstellung des Prachtbands sowie den Aufbau eines Firmenarchivs. Darüber hinaus wurde ein Kurzfilm mit gesprochenen Text realisiert wie auch eine entsprechende Historien-Site für das Internet.

Die Geschichte ehemals zweier Bankhäuser, die eng mit den Städten Frankfurt a.M. und München verbunden waren. Auch die schwierige Phase unter der nationalsozialistischen Zeit wurde eingehend behandelt (Ausgrenzung und „Arisierung“). Abgerundet wurde das Buch durch einen beschaulichen Blick auf die Familiengeschichte der Frankfurter Privatbankiers Hauck.



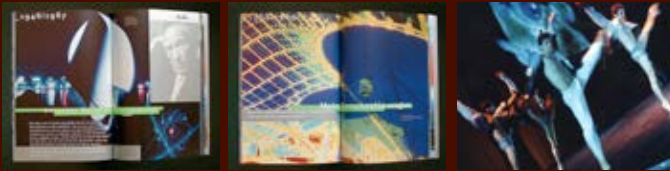


Weitere Referenz-Projekte

### Historisches Storytelling für eine Schweizer Privatklinik.



### Sparda-Bank BW: Jubiläumsbuch und -event, 100 Jahre.



### Gerling, Logwin, Delton, Sparda: Diverse Druckerzeugnisse.



Über weitere Projekte informieren wir Sie gerne auf unserer website: [www.chronocode.de](http://www.chronocode.de)

# CHRONOCODE

## Was wir für Sie tun können:

### Drucksachen

Ob ein Buch, Booklet, Flyer oder eine Broschüre: Wir recherchieren gründlich, erarbeiten das Design und erstellen in enger Abstimmung mit Ihnen das von Ihnen gewünschte Druckmedium. So liegt vom Auftrag bis zum fertigen Produkt alles in einer Hand.

### Storytelling

Die interessantesten Geschichten sind oft die, die das Leben schreibt. Und sie sind in jedem Fall die glaubwürdigsten und ehrlichsten. Wir schreiben die Lebensgeschichte Ihres Unternehmens, mit der Sie gleichermaßen Kunden und Mitarbeiter emotional fesseln.

### Filme

Kurz oder lang, mit Sprecher oder lieber nur mit Musik: Wir erstellen den für Ihr Unternehmen passenden Film. Dabei entwickeln wir das Storyboard und arbeiten bei der Umsetzung mit ausgewiesenen Filmspezialisten zusammen.

### Ausstellungen

Wir rücken Ihre Unternehmensgeschichte ins richtige Licht. Ihre Produkte erhalten damit den Platz, der ihnen gebührt und für jeden Betrachter eine Reise in die eigene Geschichte bilden kann. In Abstimmung mit Ihnen definieren wir die für die Ausstellung passenden Fabrikate und kümmern uns um die Realisierung.

### Events

Wir konzipieren für Sie ebenfalls Ihren Event zum Jubiläum. Das kann traditionell sein, wir gehen aber auch hier gerne neue, experimentelle Wege. Im jeden Fall sorgen wir dafür, dass der Jubiläumstag für Sie und Ihre Gäste lange in positiver Erinnerung bleibt.

### Archiv

Damit das Gedächtnis Ihres Unternehmens auch für die nachfolgenden Generationen erhalten bleibt, errichten wir Ihr eigenes, nach neuesten Maßstäben ausgerichtetes Firmenarchiv. Bei Bedarf greifen wir dazu auch auf ein weitläufiges Netzwerk an Archivaren zurück.

# Rufen

# Sie uns an,

# wir freuen uns auf Ihre Geschichte(n)!



Dr. Marc Balbaschewski, Dipl.-Des. Thomas Nagel

**CHRONOCODE**



Büro Roßdorf

Am Hühnerbusch 11  
64380 Roßdorf  
06154-60 87 29  
MB@chronocode.de

Büro Frankfurt

Hühnerweg 12  
60599 Frankfurt am Main  
069-907 56 224  
TN@chronocode.de



»Das Leben kann nur in der Schau  
nach rückwärts verstanden,  
aber nur in der Schau nach vorwärts  
gelebt werden«

Sören Kierkegaard

**CHRONOCODE**