

Liane Siebenhaar gründet die Brand Intelligence Consultancy Forderland.

Und verkürzt die Grundlagenarbeit von drei Wochen auf einen Tag, damit Marken die Zeit für wirksame Strategie zurückbekommen.

Hamburg, 22.09.2026, 8:30

Bis eine Marke belastbar weiß, wo sie steht, vergehen meist Wochen. Entschieden wird vorher, und die Umsetzung bleibt hinter dem zurück, was möglich gewesen wäre. Forderland verkürzt diese Grundlagenarbeit auf einen Tag. Eine eigene Maschine kartiert, wie eine Marke in Sprachmodellen, Social Media und in der Berichterstattung wahrgenommen wird und macht daraus die Absprungpunkte für Positionierung, Kommunikation und Produktentwicklung. Was daraus wird, entscheidet der Mensch: nach einer festen Methodik und mit den besten Köpfen der Branche, allen voran Überground als Partnerin der ersten Stunde.

Die Maschine macht Strategie bezahlbar. Der Mensch macht sie wirksam.

Wie eine Marke in Sprachmodellen, Social Media und in der Berichterstattung tatsächlich vorkommt, welche Themen auf sie zukommen, wo Selbstbild und Fremdbild auseinanderlaufen: Das liefert Forderland mit selbst gebauter Technologie. Was dann beginnt, ist die eigentliche Arbeit. Positionierung, Kampagnenstrategie, Content-Strategie, Innovation.

„Neun Monate Code, Automatisierung und KI-Arbeit haben mich vor allem eines gelehrt: an welchen Stellen die Maschine die höchste Exzellenz liefert und an welchen der Mensch. Das habe ich in ein System übersetzt“, sagt Liane Siebenhaar. „Was gut funktioniert, können bald alle nachbauen. Dann gewinnt nicht mehr die Marke mit dem besten Standard, sondern die, die eine Lücke findet, die noch niemand besetzt hat.“

Das Team entsteht pro Aufgabe.

Die beste Strategie entsteht zwischen den Disziplinen. Deshalb hat Forderland keine Abteilungen, sondern ein Netzwerk: die besten Köpfe aus Marktforschung, Kreation, Produktion und KI-Implementierung. Wer dazukommt, entscheidet die Aufgabe. Zusammengestellt wird für das Geschäftsproblem eines Kunden, nicht für die Auslastung eines Hauses.

Erstes Projekt: „Deutschland, was geht?“ mit Überground.

Forderland ist nicht allein gestartet. Mit Überground, der Hamburger Kreativagentur von Jo Marie Farwick, hat Liane Siebenhaar das Modell von Anfang an gemeinsam gedacht. Wie datenbasierte Intelligence und kreative Strategie zusammenspielen, zeigt die Kampagne „Deutschland, was geht?“ für SPRIND, die Bundesagentur für Sprunginnovationen. Forderland analysierte dafür den Bürokratiefrost in Social Media und Berichterstattung: Welche Themen bewegen Menschen besonders? Wo liegen konkrete Ärgernisse, welche Aussagen treffen einen Nerv? Überground nutzte diese Erkenntnisse für die Kreativstrategie, entwickelte die Ansprache, konzipierte und realisierte die breit gedachte Mitmachkampagne. Sie ruft Menschen dazu auf, ihre Erfahrungen mit Bürokratie einzureichen und damit Ansatzpunkte für konkrete Verbesserungen zu liefern. „Liane und mich verbindet der Anspruch auf Exzellenz. Die beste Analyse muss zur besten Strategie führen, die beste Strategie zur besten Idee. All die neuen Technologien können schneller und effektiver für Exzellenz sorgen. Wenn man dann noch den einen oder anderen langweiligen Prozess weglässt, den keiner braucht, wird daraus echter Mehrwert für jede Marketingabteilung“, sagt Jo Marie Farwick, Gründerin von Überground.

Die Strategin hinter Forderland

Liane Siebenhaar hat 18 Jahre Strategie in Agentur, Plattform und Beratung geführt, zuletzt als Chief Effectiveness Officer bei Scholz & Friends und Chief Strategy Officer bei Accenture Song. Markenstrategie, Social, Performance, Content, Comms Planning und Konzeption, alles auf Leitungsebene für große Marken: eine Bandbreite, die selten in einer Person zusammenkommt. Und wer alle Disziplinen selbst gemacht hat, sieht, wo eine Strategie bricht, bevor sie geschrieben ist. Als Jurypräsidentin des GWA Effie hat sie fünf

Jahre lang beurteilt, was wirkt und was nur gut aussieht. Dieser Maßstab ist Forderland.

Über Forderland

Forderland ist eine Brand Intelligence Consultancy mit Sitz in Hamburg, gegründet 2026. Zwei Dinge sind selbst gebaut: ein Erhebungssystem und die Methodik danach. Das System aus KI-Modellen, automatisierter Recherche und einer wachsenden Wissensbasis kartiert, wo eine Marke in Sprachmodellen, Social Media und in der Berichterstattung vorkommt und wo nicht. Das verkürzt die Vorarbeit. Was daraus wird, entscheidet der Mensch: die besten Köpfe aus Marktforschung, Kreation, Produktion, Media und KI-Implementierung, zusammengeführt in einer eigenen Methodik. Sie führt zu den Hebeln, die Wirkung erzeugen. Gründerin und Geschäftsführerin ist Liane Siebenhaar. forderland.com

Pressekontakt: Forderland GmbH i.G. · Liane Siebenhaar · liane@forderland.com · forderland.com

Bilder: siehe Anhang. Fotocredits: Oliver von Berg