

Einblicke

DAS LUSTPRINZIP

Die Agenturgruppe creativteam communications arbeitet mit viel Esprit und Gefühl nach dem Motto 'Lernen, Verstehen, Umsetzen'

// Die Agenturgruppe creativteam communications, zu der auch die feeling Agentur für Kommunikation gehört, gilt als anerkannter Experte für lösungsorientierte, erfolgreiche BtoB-Kommunikation. Die Kunden wissen die hohe Sachkompetenz, das strategische, kreative und vertriebliche Know-how ebenso zu schätzen wie die Zuverlässigkeit in der Umsetzung. Sie sind das Ergebnis eines Arbeitsprinzips, das auf der Basis von 'Lust und Liebe' für Erfolge sorgt.

Die absolute Kundenorientierung steht im Fokus der Agenturgruppe creativteam communications. Und das zu Recht, denn mit dieser Philosophie steht die Gruppe heute auf Platz 26 im Ranking der unabhängigen inhabergeführten Werbeagenturen in Deutschland. Die Kompetenz der Gruppe hat zu einem gewachsenen Potenzial geführt, das es ermöglicht, die individuellen Anforderungen der Kunden erfolgreich umzusetzen. Ein wesentlicher Erfolgsfaktor ist das große Branchen Know-how, das hinter der Gruppe steckt. In etwa 30 verschiedenen BtoB-Märkten haben die Spezialisten Spielregeln und Möglichkeiten kennengelernt.

Dirk Pantle, Direktor Marketing Europe bei Johnson Control, bestätigt, wie wichtig dies für die Kunden ist. „Unsere Agentur muss unser Geschäft kennen! Das ist eine Voraussetzung für effektives

Arbeiten. Produkte, Leistungen und die Märkte in Deutschland und Europa – im Fahrzeugbatteriegeschäft steckt viel Know-how. Das finden wir auch bei unserer Agentur, die in allen Belangen 365 Tage im Jahr gefragt ist.“ Martin Polster, Geschäftsführer von creativteam communications und der feeling Agentur für Kommunikation GmbH, weiß, worauf es ankommt: „Unsere Einblicke werden mit 'Lust und Liebe' zu Ausblicken, die dem Kunden Entscheidungswege öffnen.“ So fällt es dem Kunden leichter, neue Wege zu gehen, auf denen er immer von einem feststehenden, geeigneten Team begleitet wird.

// Branchen Know-how

Besonderen Wert legt Frank-R. Schmitt, Geschäftsführer von feeling, die seit Ende 2009 zur Agenturgruppe gehört, auf die richtige Einstellung nach dem Motto 'verliebt in die Produkte unserer Kunden'. Denn daraus hat sich eine hohe Sachkompetenz entwickelt. „Nur wenn wir die Wege unserer Kunden verstehen, schaffen wir zielgerichtete und auch umsetzbare Lösungen“, so Frank-R. Schmitt. „Und das mit viel Esprit, ohne dass dabei der Berater quasi die unschuldige Sicht von außen verliert.

Neben dem Branchen Know-how spielt die kreative Kompetenz eine wichtige Rolle, denn BtoB-Kommunikation stellt hier besonders hohe Ansprüche. „Die Herausforderung ist, mit Talent und Wissen die



// IM SINNE EINER INTEGRIERTEN INTERNATIONALEN MARKETINGKAMPAGNE GEHÖRT NEBEN DER KLASSIK AUCH DIE ONLINE-KOMMUNIKATION DAZU. WICHTIG IST EIN OPTISCH UND INHALTLICH KONSISTENTER GESAMTAUFTRITT SOWIE ZIELGRUPPENGERECHTE INHALTE, WIE BEISPIELWEISE IM SERVICEBEREICH FÜR HÄNDLER AUF WWW.SAFA-BATTERIES.COM.

// „DIE DACHKAMPAGNE FÜR UNSERE CONSUMABLES IST EIN GELUNGENES BEISPIEL FÜR DIE KONSEQUENTE UMSETZUNG EINER STARKEN VISUELLEN IDEE.“ JÖRN PELOW, BEREICHSLEITER CORPORATE COMMUNICATIONS BEI DER EPPENDORF AG.

notwendige Vereinfachung zu schaffen“, so Frank-R. Schmitt. Es geht um die Reduktion auf das Einzigartige der Kunden, ihrer oft enorm komplexen Produkte und Systeme. „Diese Faktoren auf eine zentrale Botschaft zu verdichten, ist unsere Aufgabe“, ist Frank-R. Schmitt überzeugt. Feeling legt deshalb

// Kreative Kompetenz

großen Wert auf Phantasie in der Kreation, auch was die neuen Medien betrifft. Mit viel Liebe zum Detail und einem hohen Qualitätsanspruch werden die Projekte bis hin zur Umsetzung realisiert. Auf diesem Weg entsteht gezielt Kreation für Produkte und Marken. Wie gut das funktioniert, bestätigen die Kunden gerne.

Jörn Peelow, Bereichsleiter Corporate Communications bei der Eppendorf AG: „Die



Dachkampagne für unsere Consumables ist ein gelungenes Beispiel für die konsequente Umsetzung einer starken visuellen Idee.“ Martin Polster ist sich bewusst, was dahinter stehen muss, um Erfolge zu generieren. „Die hohe Kunst der Markenführung erfordert einerseits verlässliche Verhältnisse. Andererseits sind leidenschaftliche Initiativen und Ideen immer willkommen. Die Belohnung dafür ist meist eine dauerhafte treue Beziehung.“ In

dieses Wertedenken passen auch Vertrauen und Zuverlässigkeit, die in der Agenturgruppe einen hohen Stellenwert haben. Termintreue, eine verbindliche Arbeitsweise und Kostentransparenz sorgen für ein Klima des Vertrauens. Das wissen die Kunden zu schätzen. Frank Dettmer, verantwortlich für das Marketing bei CRH Clay Solutions, bestätigt dies. „Zuverlässigkeit beginnt in der Planungsphase. Ich kenne creativteam communications



KOMMUNIKATION

MARTIN POLSTER // GESCHÄFTSFÜHRER (LI.)
 CREATIVTEAM COMMUNICATIONS GMBH, HANNOVER
 M.POLSTER@CREATIVTEAM.COM // WWW.CREATIVTEAM.COM

FRANK-R.SCHMITT // GESCHÄFTSFÜHRER (RE.)
 FEELING AGENTUR FÜR KOMMUNIKATION GMBH, HAMBURG
 FRANK.SCHMITT@FEELING-COMMUNICATIONS.COM
 WWW.FEELING-COMMUNICATIONS.COM

„Die Herausforderung ist, mit Talent und Wissen die notwendige Vereinfachung zu schaffen. Es geht um die Reduktion auf das Einzigartige der Kunden, ihrer oft enorm komplexen Produkte und Systeme. Diese Faktoren auf eine zentrale Botschaft zu verdichten, ist unsere Aufgabe.“



// MIT LUST UND LIEBE ENTSTEHT ERFOLGREICHE KOMMUNIKATION. DAS ZEIGT AUCH DIESES BEISPIEL ALS TEIL EINES BTOB-KOMMUNIKATIONSKONZEPTS, DAS BIS ZUM VERBRAUCHER REICHT.

als kompetenten Partner mit Ehrlichkeit im Dialog. Die Gründlichkeit beim Erarbeiten der Projekte entlastet mich deutlich.“ Frank-R. Schmitt ist sich darüber im Klaren, dass man so viel Vertrauen nicht geschenkt bekommt, sondern es erarbeiten muss. „Dazu gehört auch eine klärende Aussprache, wenn es nötig ist. Diese muss die Liebe nicht abkühlen, im Gegenteil. Unsere Kundenbeziehungen halten 10, 20 oder sogar 30 Jahre.“ Das ist wahre Liebe!

// UNTEN: ZUVERLÄSSIGKEIT HAT EINEN HOHEN STELLENWERT BEI DER AGENTURGRUPPE. NUR SO KÖNNEN ERGEBNISSE ERFOLGREICH REALISIERT WERDEN. SO WIE BERATUNGSINSTRUMENTE, DIE CLAY SOLUTIONS DEM FACHHANDEL ODER ARCHITEKTEN UND PLANERN AN DIE HAND GIBT.



Wer mit so viel Lust und Liebe arbeitet, darf ganz sicher nicht auf Distanz zum Kunden gehen. Das weiß auch creativteam communications. Natürlich spielen moderne Kommunikationswege, E-Mail und das Web eine große Rolle. Nichts desto trotz können diese nicht den persönlichen Kontakt ersetzen. Martin Polster erklärt dies schlüssig mit dem Arbeitsprinzip der Agenturgruppe. „Liebe bedeutet auch kurze Wege zum Austausch. Dies gilt besonders für Großkunden, denen wir so die interne Kommunikation erheblich erleichtern können.“

// Zuverlässigkeit

Reiner Klein, Abteilungsleiter Marketing, Produkt- und Kundengruppenmanagement VGH Versicherungen stimmt ihm zu. „Kommunikation braucht ganz kurze Wege. Das ist einer der großen Vorteile von creativteam communications: Innerhalb von wenigen Minuten ist der passende Projektmanager der Agentur bei Bedarf zum Dialog bei uns. So lassen sich eilige Projekte mit überschaubarem Briefingaufwand und binnen kürzester Zeit umsetzen.“

Diese Philosophie erklärt die Standorte Hamburg, Hannover, Koblenz, Ludwigsburg/Stuttgart und Wien. Und darüber hinaus auch die aktive Mitgliedschaft in der ComVort Gruppe mit über 170 Agenturen in etwa 100 Ländern. Nur so ist gewährleistet, dass Länder und Menschen in ihrem Denken und Handeln verstanden werden. „Sind wir in der Rolle der Lead Agentur, hören wir zu und fragen nach. Wir schaffen gemeinsame Grundlagen und Empfehlungen. Mit fester Hand steuern wir Projekte und führen Kunden sicher bis ins Ziel.“ (dw)