



Anika Neidhardt
Geschäftsführung
cre art® Die Werbe-
agentur. (GWA)

■ **Unterscheidet sich die Markenstrategie für ein mittelständisches Unternehmen von der für einen Großkonzern?**

! Grundsätzlich nicht. Bei mittelständischen Unternehmen geht es genauso wie bei großen Konzernen um die Zielgruppe. Generell kann man sagen, ein Kreuzer ist schneller als ein Schlachtschiff - soll heißen: Mit einem mittelständischen Unternehmen ist man oft flexibler, ohne jedoch den Markenkurs zu verlassen. Für uns als Agentur sind mittelständische Unternehmen gerade deshalb reizvoll, weil man oft bei Null anfangen kann. Ein gutes Beispiel ist die Markteinführung des Erfrischungsgetränks Bionade, dessen Markenauftritt wir entwickelt haben. Hier waren wir frei, dem unbekanntem Produkt eines regionalen Unternehmens ein unverwechselbares Gesicht zu verleihen. Letztendlich hat sich Bionade als Szenegetränk national etabliert.

■ **Worauf setzt eine erfolgreiche Markenstrategie für ein mittelständisches Unternehmen?**

! Bei der Markenpflege geht es um Wiedererkennbarkeit, Kontinuität und Authentizität. Eine Marke muss durch alle Kanäle gelebt werden. Für uns als inhabergeführte Werbeagentur mit eigener Werbeproduktion ist dies seit 40 Jahren Philosophie. Unsere Kunden schätzen uns als Ansprechpartner für die gesamte Wertschöpfungskette, das heißt Beratung in Konzeption und Design in Kombination mit unseren Kompetenzen in Fotografie, Prepress, Druck und Multimedia.

■ **Gibt es bei mittelständischen Unternehmen wiederkehrende Aspekte, die in der Markenführung zu optimieren wären?**

! Oft mangelt es an der nötigen Sicherheit und Langzeitperspektive. Dieses Defizit kann eine Agentur als langjähriger Partner sehr gut coachen. Ziel ist es, den Markenkurs zu steuern und dabei das Gesamtkonstrukt Marke und nicht bloß den aktuellen Auftrag im Fokus zu haben. Ein aktuelles Beispiel ist der Deutsche Preis für Wirtschaftskommunikation (DPWK). In der Kategorie „Bestes Stadt- und Regionalmarketing“ wurde unsere Kampagne „region fulda“ unter 1.500 Teilnehmern mit dem zweiten Platz ausgezeichnet.

DOMINIK MAASSEN

redaktion.de@mediaplanet.com