

Kiesewetter
Die Markenagentur.

Die Agentur

Kiesewetter | Die Markenagentur zählt zu den renommiertesten Partnern des Mittelstands in Südbaden und der Region. Die von Dipl.-Ing. Andreas Kiesewetter gegründete Agentur baut Marken auf, schärft und pflegt deren Profil. Gleich ob es dabei um ein Produkt geht, eine Dienstleistung oder eine Arbeitgebermarke.

Der Kunde

Seit fast 40 Jahren entwickelt, konstruiert und fertigt AHP Merkle Hydraulikzylinder. Aus dem kleinen Unternehmen von einst ist heute ein weltweit agierender Mittelständler mit rund 130 Mitarbeitern und Niederlassungen in 15 Ländern geworden. Kiesewetter | Die Markenagentur begleitet die Entwicklung des Familienunternehmens aus Gottenheim im Breisgau bereits seit mehr als einem Jahrzehnt als ein strategischer Partner.

Die Strategie

Strategien wachsen mit den Ansprüchen. Das zeigt sich am Beispiel von AHP Merkle. Als die Zusammenarbeit mit Kiesewetter | Die Markenagentur begann, war Merkle noch auf den deutschsprachigen Markt fokussiert. Heute gibt es allein die AHP-Website in 14 Sprachen. Diese dynamische Entwicklung spiegelt sich auch in der Kommunikation der Marke und der Werte des Unternehmens.

Kontakt

**Kiesewetter |
Die Markenagentur.**
Dreikönigstraße 12
79102 Freiburg
info@agentur-kiesewetter.de
www.agentur-kiesewetter.de
Telefon: 07 61/5 95 79 50
Telefax: 07 61/7 20 32

Von Shenzhen bis Südbaden

Global denken, lokal handeln: Die Partnerschaft von AHP Merkle und Kiesewetter | Die Markenagentur unterstreicht, worauf es im Verständnis von Agentur und Kunden heute ankommen sollte

Der Agentur ist es leichtgefallen, Christen Merkle das Gemeindeblatt auszureden. Als es um das Thema Nachwuchs ging, dachte der Firmenchef von AHP Merkle noch in alten Mustern. Eine Anzeige im Gottenheimer Gemeindeblatt – das ginge doch. Doch ist dieser Weg zeitgemäß, innovativ, effizient? Dreimal nein. „Also haben wir die Strategie für eine Social-Media-Kampagne entwickelt“, sagt Kiesewetter. Jetzt wirbt AHP dort, wo die jungen Leuten sind, der Nachwuchs eben.

Längst ist das Informationszeitalter so weit entwickelt, dass sich eine Anzeige nicht mehr in den schier endlosen Weiten des Internets verlieren muss. Wer den richtigen Partner hat, findet auch einen effizienten Weg. „Wir haben über Facebook eine Kampagne gestartet, bei der rund 2400 Jugendliche im Umkreis von 40 Kilometern zu dem Unternehmen angesprochen werden“, sagt Andrea Wolf, verantwortlich für Beratung und Konzeption. „Schon am ersten Tag kamen mehrere Rückmeldungen.“ Die Werbung wirkt also.

„Den immer größer werdenden Bedarf an Fachkräften begegnen wir durch konsequente Förderung der betrieblichen Ausbildung“, erklärt Christen Merkle. „Um hier geeignete Kandidaten für die Zukunft zu finden, haben wir mit Kiesewetter | Die Markenagentur eine Azubi-Kampagne entwickelt, die künftigen Bewerbern hilft, AHP Merkle als attraktiven Arbeitgeber wahrzunehmen. Hier setzen wir auf gezielte Werbung in sozialen Netzwerken wie Facebook. Eingebettet und verankert ist unsere Azubi-Kampagne in der lang-



Fotos: Kiesewetter, Jigal Fichner (2)

Andrea Wolf, Beratung und Konzeption, und Agentur-Gründer Andreas Kiesewetter betreuen AHP Merkle schon seit langer Zeit



AHP-Chef Christen Merkle schätzt den Wert einer festen Partnerschaft



Qualität, greifbar gemacht:
Das ahp.book ist deutlich mehr
als nur ein Produktkatalog

fristig angelegten AHP Merkle Markenkommunikation.“ Zudem wird es unter anderem einen Tag der offenen Tür, einen Ausbildungstag und verstärkte Präsenz auf der neuen Website geben.

„Viele Mittelständler sind sich unsicher, wie sie Social Media in ihre Kommunikation einbinden sollen“, sagt Kiesewetter. Denn die Frage ist längst nicht mehr ob, sondern wie. In einer globalisierten Welt müssen auch Marken international funktionieren. Auch das ist eine Spezialität der Freiburger Markenagentur. „Als einzige

deutsche Agentur sind wir Mitglied des Transworld Advertising Agency Network“, sagt Kiesewetter. Bei diesem Zusammenschluss inhabergeführter Agenturen tauschen die Firmen sich untereinander zum Wohl der Kunden aus. „Will einer unserer Kunden prüfen, ob seine Marke auch in Washington, Warschau oder Wladiwostok funktioniert, haben wir einen entsprechenden Partner an der Hand“, verspricht Kiesewetter. Global denken, lokal handeln – das funktioniert auch, indem man sich weltweit gut vernetzt.

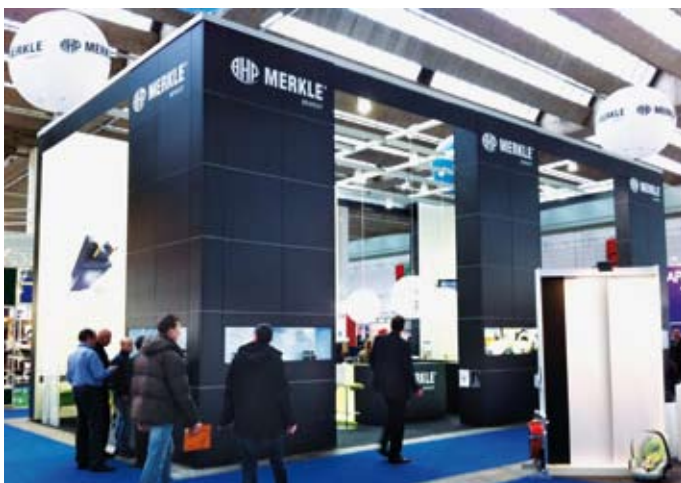
Andreas Kiesewetter weiß: Tiefgreifende Änderungen sind nur da möglich, wo es Vertrauen gibt. Die Agentur hat sich dies bei Merkle verdient. Seit mehr als einem Jahrzehnt begleiten der Agenturchef und Andrea Wolf AHP Merkle. Die jüngsten Veränderungen waren so umfassend wie bahnbrechend. „Es ging uns nicht darum, alles umzukrempeln“, sagt Andrea Wolf. „Es ist wichtig, Bewährtes zu belassen und sinnvoll zu entwickeln.“

Firmenchef Christen Merkle hat erkannt, dass diese Veränderungen notwendig waren. „Wir haben nach einer klaren, einfachen, aber modernen Darstellung der Marke AHP Merkle gesucht“, sagt Merkle. Ein Highlight des neuen Markenauftritts ist das ahp.book. Das hochwertig gebundene Buch ist eigentlich nur ein Produktkatalog, setzt sich in seiner optischen Erscheinung und der haptischen Qualität klar von den Mitbewerbern ab. „Eine solche Entscheidung zu treffen, erfordert viel Mut“, sagt Kiesewetter. „Denn natürlich geht dem ersten Ertrag eine Investition voraus.“ AHP Merkle habe aber verstanden, dass das Buch eben durch seine Einzigartigkeit auch einen Mehrwert bietet. Ein Kompendium dieser Art gab es bisher für diese Fachziel-

gruppe noch nicht. Entsprechend groß war die Nachfrage: Die Erstauflage von 5000 Stück war nach nur drei Monaten vergriffen. „Die Rückmeldungen unserer Kunden waren durchweg positiv“, berichtet Merkle. Und sie haben auch zu einem qualitativen Austausch geführt, der in der zweiten Auflage berücksichtigt wurde. „Die ist nun rund 60 Seiten umfangreicher.“

Das ahp.book wurde auch als chinesische App aufgelegt. Bei der Website musste das Unternehmen sogar noch einen Schritt weitergehen. Gemeinsam mit Kiesewetter wurde sie in 14 verschiedenen Sprachen erstellt. Kiesewetter übernimmt auf Wunsch auch die Pflege der Seite und baut darauf die Pressearbeit auf. „Wir helfen den Kunden dabei, dass auch ihre guten Nachrichten in den relevanten Medien veröffentlicht werden“, sagt Kiesewetter.

Doch auch klassische Vertriebswege werden bedacht – etwa Messen. „Für unsere Kunden ist das heute immer noch unverzichtbar“, sagt Andreas Kiesewetter. Auch für AHP Merkle hat die Freiburger Markenagentur einen neuen, modernen Messeauftritt gestaltet, der selbstverständlich dem Gesamtbild der Marke entspricht.



Der neue Messestand von AHP Merkle nach den Entwürfen von Kiesewetter | Die Markenagentur