

„Nur eine klare Botschaft kommt beim Kunden an“

Vom Firmenlogo bis zu Website und Social Media: Gerade kleinere Unternehmen müssen sich überzeugend präsentieren, um potenzielle Kundschaft anzusprechen und für sich einzunehmen. Wie ein perfekter Außenauftritt gelingt, erklärt Markus Schneider, Kreativchef der Berliner Medienagentur Newman Agency.

DER Mittelstand.: Warum ist insbesondere für kleinere Mittelständler neben einem einheitlichen Corporate Design auch ein authentischer digitaler Außenauftritt so wichtig?

Markus Schneider: Der digitale Auftritt bietet die Möglichkeit, den Kunden zu vermitteln, welche Rolle, Funktion und Werte das Unternehmen hat. Umso wichtiger ist es, dass der digitale Auftritt professionell und überzeugend ist. Ein Unternehmen, das nach außen hin einen seriösen und kompetenten Eindruck macht, hat es leichter, sich von der Konkurrenz abzuheben und neue Kunden zu gewinnen. Alle Unternehmen haben eins gemeinsam: Sie wollen eine bestimmte Botschaft vermitteln. Denn nur eine klare Botschaft kommt beim potenziellen Kunden an. Damit die individuelle Botschaft auch visuell passend vermittelt werden kann, gibt es die Corporate Identity – ohne die kann ein perfekter Außenauftritt des Unternehmens nur schwer gelingen.

Wie gehen Sie vor, wenn ein kleineres Unternehmen eine Corporate Identity haben will?

Wir tauchen tief in das Unternehmen ein, bis wir es genau kennen und verstehen. Systematisch überarbeiten wir das in einem Markenworkshop. Dabei sollten möglichst alle Entscheider aus Produktentwicklung, Marketing und Vertrieb teilnehmen, um verschiedene Blickwinkel auf die Marke zu erhalten. Das Ergebnis des Workshops ist sozusagen die DNA des Unternehmens. Sie bildet sowohl für unsere weitere Arbeit als auch für Unternehmerinnen und Unternehmer die Grundlage für alle weiteren Maßnahmen.

Was gehört dazu, ein einheitliches Corporate Design zu schaffen?

Das Corporate Design dient dazu, dem Unternehmen und seinen Produkten ein einheitliches visuelles Erscheinungsbild zu verleihen – vom Firmenlogo über das Grafikdesign für alle Formate bis zur Website und zum Auftritt in sozialen Medien. Es geht darum, einen möglichst hohen Wiedererkennungswert zu schaffen. Die Werte des Unternehmens werden dabei nach außen transportiert, um ein positives Image aufzubauen. Das weckt Vertrauen bei der Zielgruppe und ist ein entscheidender Punkt für die Kundenbindung.

Wie überzeugen Sie die Unternehmensführung von Ihren Plänen und Entwürfen?

Unsere Kunden sind vom ersten Moment an in die Prozesse mit eingebunden. Bereits der Markenworkshop zeigt uns, welche Erwartungen und Ziele an unsere Entwürfe gestellt werden. Dieser intensive Austausch mit dem Kunden ist Grundlage unserer Arbeit, sodass das Ergebnis in der Regel den Erwartungen des Kunden entspricht.



Markus Schneider, Kreativchef der Berliner Agentur Newman Agency. Die Agentur ist Mitglied im BVMW.

Wie hoch sind die Kosten für eine solche Maßnahme, damit sie sich für ein Unternehmen rentiert?

Die Newman Agency ist autorisierte Agentur für das Förderprogramm „go-digital“ vom Bundesministerium für Wirtschaft und Klimaschutz. Dabei können wir für Unternehmen Fördermittel in Höhe von bis zu 11.000 Euro abrufen. Das ermöglicht es uns, auch für kleinere Unternehmen mit einem überschaubaren Budget zu arbeiten.

Das Interview führte die Journalistin Almut Friederike Kaspar.

