



Köln platzt vor Werbeagenturen

Wenn Sie eine kreative, innovative und professionelle Werbeagentur suchen, ist Wengenroth & Partner in Köln die richtige Anlaufstelle.

Die Aufgaben einer Werbeagentur

Mittlerweile sind die Aufgaben von Werbeagenturen breit gefächert und von Agentur zu Agentur unterschiedlich. Als Dienstleister übernehmen Werbeagenturen für ihre Kunden, die hauptsächlich aus der Unternehmensbranche stammen, die Durchführung von Werbemaßnahmen. Bis zum Ziel ist es ein langer Prozess, der von der Beratung zur Konzeption, Planung und Gestaltung mit der Realisierung der Werbemaßnahme abschließt. Aufgrund der kontinuierlich ansteigenden Bedeutung des Internets haben sich viele Werbeagenturen auf den Bereich des Online-Marketings spezialisiert. Die Auffindbarkeit eines Unternehmens im Internet ist äußerst wichtig, um neue Kunden anzuwerben und die Bekanntheit zu erhöhen. Laut dem Statistikunternehmen Statista hat der E-Commerce im Jahr 2011 allein in Deutschland über 25 Mrd. Euro erwirtschaftet. Grund dafür ist die steigende Nutzung von Online-Angeboten, gleichzeitig nimmt auch die Rolle des Suchmaschinenmarketings zu.

Die Bedeutung des Online-Marketings

Alle Marketingmaßnahmen im Internet fallen unter die Kategorie Online-Marketing. Anders als zu den klassischen Marketingmaßnahmen zielt Online-Marketing darauf ab, den Internet-User anzusprechen. Repräsentative Umfragen ergaben, dass 72 Prozent aller Bürger ab 14 Jahren in Deutschland das Internet nutzen. Dadurch sind die Unternehmen gezwungen, sich dem heutigen Wandel anzupassen und das Internet für die Vermarktung von Produkten und Dienstleistungen zu nutzen.

Vorstellung der Werbeagentur Wengenroth & Partner

Die Unternehmensberatung Wengenroth & Partner ist mit zahlreichen Auszeichnungen und Kooperationen der Spezialist, wenn es um Suchmaschinenoptimierung, Suchmaschinenwerbung und Online-Marketing geht. Primär zählen zu den Kunden kleine und mittelständische Unternehmen aus Deutschland, Österreich und der Schweiz.

Interview mit Winfried Wengenroth

WUP: Wie sind Sie in die Werbebranche eingestiegen?

Herr Wengenroth: Nach der Realschule habe ich eine kaufmännische Ausbildung gemacht. Das hat mir sehr gut gefallen, aber ich habe auch gemerkt, dass in mir mehr Potenzial steckt und wollte das durch ein Studium unterstreichen. Aus diesem Grund habe ich mich für Betriebswirtschaft entschieden, somit kam ich auch tatsächlich in den Genuss von Marketingvorlesungen, was mich total fasziniert und gefesselt hat. Während meines Studiums habe ich zwölf Praktika im Bereich des Marketings gemacht. Nachdem ich zunächst im Vertrieb tätig war, habe ich in Hannover für eine sehr große Online-Marketingagentur gearbeitet. Online-Marketing hat mich von der ersten Sekunde an sehr begeistert. Ich habe aber auch festgestellt, dass Online-Marketing noch sehr viel mehr zu bieten hat und da kam der Gedanke mich selbstständig zu machen. Das war vor fünf Jahren und es war die beste Entscheidung.

WUP: Was reizt Sie besonders am Online-Marketing?

Herr Wengenroth: Online-Marketing reizt mich aufgrund von mehreren Bereichen: Erstens fasziniert mich das digitale Medium sehr. Zweitens ermöglicht durchdachtes Online-Marketing den höchsten Return on Advertisement. Das bedeutet, dass man hier für einen investierten Euro theoretisch die meisten Kunden im Vergleich zu anderen Medienmaßnahmen generieren kann. Als Drittes faszinieren mich einfach die Vielfalt und der Entwicklungsprozess. Online-Marketing entwickelt sich derart schnell weiter, man muss immer auf der Höhe der Zeit bleiben. Das ist sehr spannend und begeistert mich nach wie vor.

WUP: Wie beurteilen Sie die Bedeutung des Online-Marketings?

Herr Wengenroth: Absolut sensationell. Allein in Deutschland wurden im Jahr 2012 12 Mrd. Euro in Online-Marketing investiert. Diese Summe spiegelt die enorme Bedeutung des Online-Marketings wieder. In dieser Investitionssumme sind natürlich Personalkosten und Sonstiges inbegriffen. Der tatsächliche Werbeetat aller deutschen Unternehmen für Suchmaschinenwerbung oder Online-Marketingmaßnahmen beläuft sich auf 1 Mrd. Euro und das ist eine beachtliche Summe. Der Trend geht noch zur zweistelligen Wachstumssumme. Wir sind noch längst nicht am Ziel angekommen und es wird noch sehr spannend bleiben.

WUP: In Köln gibt es sehr viele Agenturen. Viele von ihnen haben sich noch nicht auf Online-Marketing spezialisiert. Was haben Sie, was die anderen nicht haben?

Herr Wengenroth: Man kann sagen, dass Köln eine Medienhochburg ist. Das liegt natürlich an der Größe der Stadt und an dem attraktiven Standort des Ruhr-Gebiets. Hier haben sich sehr viele Großunternehmen niedergelassen, die natürlich kompetente Dienstleister brauchen. Es gibt noch eine Vielzahl an klassischen Werbeagenturen, es gibt aber auch eine Vielzahl an spezialisierten Medienagenturen, die beispielsweise nur 3D-Filme oder nur Kinowerbung produzieren. Wir haben uns so positioniert, dass wir uns für kleine und mittelständische Unternehmen direkt vor Ort als kompetenten Ansprechpartner sehen wollen, um professionell durchdachtes Online-Marketing für unsere Kunden zu ermöglichen. Wir haben das Ziel, überdurchschnittlich viele Neukunden für unsere Kunden zu realisieren.

WUP: Sollte ein Unternehmen heutzutage nur noch in Online-Marketing investieren?

Herr Wengenroth: Es gibt bestimmte Dinge, die zu einer professionellen und seriösen Unternehmenspräsentation dazugehören. Es reicht nicht aus, einem Kunden eine digitale V-Card zu übergeben. Es muss schon die klassische Visitenkarte sein. Oft bewähren sich die klassischen Werbemittel. Zum Beispiel hatten wir letztes Jahr einen Tag der offenen Tür, wo wir viele Unternehmer im Umkreis von drei Kilometern zu uns eingeladen haben, und auf eine sehr große Resonanz gestoßen ist. Nichtsdestotrotz raten wir Unternehmen immer mit den Zeichen der Zeit zu gehen, sonst geht man in der Zeit. Derzeit liegt die Zeit ganz klar beim Online-Marketing, weil es den Maximalerfolg ermöglichen kann.

WUP: Ist Köln als weitere Niederlassung Ihrer Werbeagenturen optimal?

Herr Wengenroth: Ja. Wir haben in den letzten vier Jahren sehr viele Kölner Kunden gewinnen können. Wir wollen vor Ort als direkter Ansprechpartner bei unseren Kunden sein. Wir haben festgestellt, dass ein persönlicher Ansprechpartner vor Ort für die Kunden sehr wichtig ist. Werbung ist definitiv eine Sache des Vertrauens und unsere Kunden erwarten, dass wir jederzeit erreichbar sind und nicht nur telefonisch, sondern auch für ein vier-Augen

Gespräch verfügbar sind. Für unsere Niederlassung in Köln ist unser Partner Herr Quack der Repräsentant vor Ort.

WUP: Vielen Dank!

Kontakt Wengenroth & Partner
Unternehmensberatung für Marketing
Nibelungenweg 9
50996 Köln

Tel: 0221 - 789 53 54
Mail: info@werbeagenturinkoeln.com
Web: www.werbeagenturinkoeln.com

Pressekontakt

Werbeagentur Wengenroth & Partner

Herr Winfried Wengenroth
Nibelungenweg 9
50996 Köln

werbeagenturinkoeln.com
info@werbeagenturinkoeln.com

Firmenkontakt

Werbeagentur Wengenroth & Partner

Herr Winfried Wengenroth
Nibelungenweg 9
50996 Köln

werbeagenturinkoeln.com
info@werbeagenturinkoeln.com

Die Unternehmensberatung Wengenroth & Partner ist mit zahlreichen Auszeichnungen und Kooperationen der Spezialist, wenn es um Suchmaschinenoptimierung, Suchmaschinenwerbung und Online-Marketing geht. Primär zählen zu den Kunden kleine und mittelständische Unternehmen aus Deutschland, Österreich und der Schweiz.

Anlage: Bild

