

25 Jahre Ahlers Heinel Werbeagentur

28.05.2013, 17:26 | Handel, Wirtschaft, Finanzen, Banken & Versicherungen

Pressemitteilung von: *Ahlers Heinel Werbeagentur GmbH*

Gründung einer Werbeagentur

Viele junge Menschen, die eine Ausbildung in Richtung Medien abschließen, träumen davon eine eigene Agentur zu gründen. Auf den ersten Blick hört es sich auch verlockend an sein eigener Chef zu sein, aber mit einer Werbeagentur am Markt zu bestehen wird immer schwieriger. Nicht umsonst hört man von vielen Agenturen, die nach kurzer Zeit wieder im Erdboden versunken sind. Wichtig für eine neue Werbeagentur ist es im Angebot eine spezielle Leistung anzubieten, die es nicht in jeder Agentur gibt. Nur das Einzigartige zieht die Kunden an. Außerdem ist der Start einer Agentur mit harter Arbeit verbunden. Nur mit harter Kundenakquise schaffte es eine Agentur ihren Kundenstamm aufzubauen. Die Gründung einer Werbeagentur ist nicht für Menschen gedacht, die sich schnell verunsichern lassen. Nur, wenn man an sein Konzept glaubt und es seinen Kunden überzeugend verkaufen kann, hat man eine Chance am Markt zu bestehen. Fachwissen und perfekte Technik immer vorausgesetzt.

Familienunternehmen bestehen am Markt

Laut einer Studie des Instituts für Mittelstandsforschung in Bonn wurden im Jahr 2006 bereits 40 Prozent alle Umsätze in Deutschland von Familienunternehmen eingenommen. Jedoch sind Familienunternehmen nicht nur wegen ihrer Leistung so erfolgreich, auch die Werte, die in den Unternehmen herrschen und die Strukturen unterscheiden sich von "nicht-familiären" Unternehmen und heben die Besonderheit von Familienunternehmen hervor. Aber nicht nur diese Unternehmen bestehen am Markt, wie der folgende Bericht zeigt.

Kurze Vorstellung des Unternehmens Ahlers Heinel Werbeagentur GmbH

Im Jahre 1988 gründeten Herr Albert Heinel und Herr Bernd Ahlers die Werbeagentur Ahlers Heinel GmbH in Hannover (<http://www.ahlersheinel.de/>). Ahlers Heinel Werbeagentur Hannover konzipiert crossmediale Medien-Strategien für Marken, Unternehmen und Organisation. Und inszeniert die Marken ihrer Kunden in allen Medien. Online und Offline. Klassisch und in Social Media. Face-to-face und per Direct-Mail. 25 Jahre Erfahrung und absolutes Engagement inklusive: denn nur eine intelligente Auswahl von Medien und Maßnahmen garantiert effiziente Marketing-Erfolge. Im Team der Ahlers Heinel Werbeagentur Hannover arbeiten 20 Experten unterschiedlicher Disziplinen aus den Bereichen Marketing, Werbung und Online-Kommunikation an nationalen und internationalen Kampagnen. Einer der Belege für die Effizienz von Ahlers Heinel: unsere Kundenbeziehungen bestehen - ganz untypisch für die Werbebranche - meist über 10 Jahre, viele dieser Partnerschaften schon über 20 Jahre. AhlersHeinel wird als B2B-Agentur überwiegend von mittelständischen und großen Unternehmen und Organisationen beauftragt. Der Fokus liegt auf erklärungsbedürftigen Produkten und Dienstleistungen aus Industrie, Wissenschaft und Technik. Die meisten der Kunden von Ahlers Heinel Werbeagentur sind in den Bereichen Chemie, Logistik, Dienstleistung und Automotive zuhause.

Interview mit Herrn Heinel und Herrn Stahlhut

WuP: Ihre Agentur ist jetzt 25 Jahre alt. Wie hat sich Ihre Agentur entwickelt in den 25 Jahren? Wie haben Sie angefangen und wo stehen Sie heute?

Heinel: Wir haben logischerweise klein angefangen - aber von Anfang an als Full-Service Agentur. Herr Ahlers und ich sind beide Grafik-Designer. Wir hatten damals das Glück, dass wir von Anfang an mit Computern arbeiten konnten - mit Apple. Wir hatten dadurch deutliche Vorteile am Markt, weil es damals ganz neu war. Wir konnten relativ schnell damit umgehen und haben jede Art von Druckvorlagen und Layouts etc. auf dem Computer erstellt. In Norddeutschland waren wir eines der ersten Unternehmen, das komplett digital arbeiten und produzieren konnte. Das war der Anfang und hat sich über die letzten 25 Jahre entwickelt. Seit Mitte der 90er Jahre sind wir ein Team von immer 15 bis 18 Menschen. Der Vorteil war und ist, dass wir mit flachen Hierarchieebenen arbeiten konnten, ohne zu komplizierte Wege gehen zu

müssen.

WuP: Wie sah der damalige Markt für Werbeagenturen in Hannover aus?

Heinel: Der Markt war relativ offen. Wir hatten deutliche Vorteile, da wir günstiger anbieten konnten, weil wir digitale Computertechnik verwendet haben. Wir haben als junge Agentur schnell große Unternehmen als Kunden akquirieren können, das hat uns schnell wachsen lassen und wirtschaftlich erfolgreich gemacht.

WuP: Ist der Aufbau einer Werbeagentur heute schwieriger im Vergleich zu damals?

Heinel: Ich denke, es war vor 20 Jahren wesentlich einfacher. Aus dem Grund, weil Computertechnik noch nicht so weit verbreitet war und man sich relativ schnell das Wissen aneignen konnte, welches man brauchte, um umfassend arbeiten zu können. Viele Dinge gab es damals noch nicht. Da gab es noch keine Digitalkameras, es gab gerade Scanner im Anfangsstadium - die Software war relativ einfach und nicht besonders umfangreich. Wir haben das mit wenigen Mitarbeitern perfekt beherrscht. Heute sieht es anders aus: es ist fast unmöglich, den vollen Umfang der benötigten Programme und Geräte zu beherrschen. Das heißt, was früher einer alleine konnte, dafür braucht man heute drei oder vier, die wirklich schon Spezialisten in bestimmten Bereichen sein müssen. Das Internet zum Beispiel, existierte damals noch gar nicht. Das heißt, Sie brauchen heute Leute für Print, für Web, für Fotografie, Video, 3D-Modeling - jeder Fachbereich ist ungleich komplizierter geworden.

Stahlhut: Das ist auch eine Frage der Prozessoptimierung. Wo wir deutliche Vorteile haben: die Erfahrung aus 25 Jahren und das entsprechende Team, welches sich über die Zeit sehr gut gebildet hat. Man kann zusammen den technologischen Fortschritt besser nachvollziehen, mitgehen, man bleibt Up-to-date und strukturiert seine Prozesse, um genau diese ganzen Änderungen am Markt wirklich mitnehmen und intern auch abbilden zu können, um zu wissen was kommt als nächstes auf einen zu.

WuP: Heute gibt es laut Gelbe Seiten über 100 Werbeagenturen in Hannover. Welche Maßnahmen ergreifen Sie um Ihre Kunden zu halten oder neue Kunden zu gewinnen?

Heinel: Wir steigen tief in die Thematik unserer Kunden ein und darum behalten wir unsere Kunden auch. Das heißt, wenn wir für ein Chemie-Unternehmen arbeiten, dann wissen wir ganz viel über die Produkte, die Vorgänge, über die Marketingstrategie. Wir kennen die Partner zum Teil seit Jahren und haben die Entwicklung verfolgt und können dadurch, was für den Kunden sehr interessant ist, wesentlich schneller und zielgerichteter agieren, weil man uns im Grunde gar keine langen Briefings geben muss. Das spart dem Kunden wiederum Zeit und Mühe und verbessert das Ergebnis auf der anderen Seite und das ist ein starker Punkt für uns. Wir steigen ein, wir versuchen die Sprache des Kunden unserer Kunden zu sprechen und wir eignen uns das Wissen an, welches wir brauchen. Als B2B-Agentur haben wir immer einen Wissensvorsprung gegenüber unseren Marktbegleitern.

Stahlhut: Unsere Kunden bestätigen uns, dass es die Verlässlichkeit ist. AhlersHeinel ist einfach bei jedem Projekt 100prozentig engagiert. Dadurch dass wir uns so auf die Produkte, die Dienstleistung einlassen, auch die Denkweise, die Sprache des Kunden verstehen, können sich die Kunden rundum auf uns verlassen. In vielen Prozessen unterstützen wir unsere Kunden auch organisatorisch, was natürlich wiederum eine Erleichterung für die entsprechende Marketingabteilung ist - sie bekommen von uns ein "Rundum-sorglos-Paket".

WuP: Wie machen Sie es dann Ihren potenziellen Kunden klar, dass diese in Ihre Werbeagentur kommen und nicht zu Ihren Konkurrenten gehen?

Stahlhut: Wer sich mit unseren Referenzen beschäftigt hat, weiß, dass wir meist die Richtigen sind. In anderen Fällen überzeugen wir durch unsere Ideen, durch Geschwindigkeit, durch unsere Kreativität. Und wieder ist es oft die Verlässlichkeit. Wir beginnen nach einem kurzen Briefing den Kunden und vor allem seine Kunden zu verstehen und uns so einzuarbeiten, dass wir schon bei den ersten Entwürfen, den ersten Layouts, Konzepten und Ideen, dem Kunden zeigen, dass er in den Ideen wirklich abgebildet wird.

WuP: Welches ist Ihr Geheimrezept für 25 Jahren Bestehen? Viele Werbeagenturen sind nach Ihrer Gründung schnell

wieder vom Markt verschwunden.

Heinel: Nach außen hin gerichtet denke ich: erstmal Kreativität, Ideen, Einsteigen in das Thema, gute Ergebnisse liefern, mit denen der Kunde auch Erfolg hat. Nach innen gerichtet würde ich sagen: menschliches Miteinander, offene Struktur, flache Hierarchien. Also es kann auch sein, dass ein Chef mal nur der Zuarbeiter für einen anderen Kollegen ist, der ein Projekt führt. Es gibt nicht die steile Hierarchie, wie sie vielleicht in anderen Unternehmen existiert und das bindet Mitarbeiter, hier herrscht ein freundschaftlicher Umgang untereinander, eine sehr gute Arbeitsatmosphäre, soweit ich das sagen kann als Geschäftsführer, aber ich glaube die Kollegen würden das bestätigen und das hält natürlich den Mitarbeiter, das bindet Mitarbeiter, fördert auch deren Engagement. Also wir haben Spaß an der Arbeit.

Stahlhut: Es ist auch das Teambuilding - jeder Mitarbeiter ist in unterschiedlichen Projekten unterschiedlich involviert. Was auch einfach bedeutet, dass die Bandbreite der möglichen Aufgaben für jeden Einzelnen relativ groß sein kann. Was bei den meisten Mitarbeitern dazu führt, dass die Motivation sehr hoch ist. Weil ständig neue Dinge kommen, es ist keiner eingebunden und schreibt nur Texte oder macht nur Montagen. Das heißt, man hat ständig die Möglichkeit sich weiterzuentwickeln und in anderen Aufgabenbereichen aufzugehen. Das ist, denke ich, auch nicht Gang und Gebe. Heinel: Passt zu unserem Slogan: Ideen, Begeisterung und Erfolg, weil die Begeisterung nicht nur auf der Seite des Kunden liegt, sondern auch auf Seiten der Mitarbeiter, was dadurch zu dem Erfolg beiträgt.

WuP: Haben Sie während der 25 Jahre mit dem Gedanken gespielt die Agentur aufzugeben und was anderes zu machen?

Heinel: Nein. Ich glaube, da kann ich auch für alle meine Kollegen und Mitarbeiter sprechen, uns macht die Arbeit wirklich Spaß. Sie ist sehr abwechslungsreich, man lernt ständig dazu: Einerseits die Probleme und Aufgabenstellungen des Kunden. Diese müssen durchdrungen und verinnerlicht werden. Das ist oft hochinteressant. Zum anderen haben wir mit neuester Technik zu tun, Webtechnologien, Software, Computer - das ist auch aufregend und immer wieder neu. Die Kombination von beidem, die Macht zu haben das Design herzustellen - das ist einfach eine Sache, die begeistert.

WuP: Welches Projekt ist Ihnen bis heute im Kopf geblieben, welches Ihnen besonders gut gefallen hat oder sehr viel Spaß gemacht hat?

Stahlhut: Das sind viele Projekte. Es gibt z.B. sehr nette Veranstaltungen für größere Kunden, bei denen wir große Events hatten. Das waren z.B. 125 Jahre Solvay, viele Messen, Großveranstaltungen, bei denen man auch einfach weiß, dass genau diese Veranstaltung sehr sehr wichtig für das Geschäft unseres Kunden ist. Bei denen es auch ein fantastisches Feedback gab.

Heinel: Das Schöne an Events ist es, den Erfolg an den Gesichtern der Menschen ablesen zu können. In vielen anderen Fällen erfahren wir erst nach Wochen und Monaten, dass unsere Kampagnen erfolgreich waren.

WuP: Haben Sie im Gegensatz dazu auch schon Projekte gehabt, bei denen "Ihre Haare ergraut sind", weil Ihnen das Projekt nicht gefallen hat oder der Kunde sehr kompliziert und anstrengend war?

Heinel: Das würde ich nicht sagen. Es gibt natürlich immer mal Projekte, bei denen man am Anfang denkt: oh Mann, wie sollen wir das jetzt schaffen? Aber spätestens nach 10 Prozent der Arbeitszeit an dem Projekt merkt man, dass man alles in den Griff kriegt, dass es Spaß macht, dass es interessant ist und dass es gute Ergebnisse gibt. Dann sind die ganzen Sorgen sowieso vergessen. Wir haben nach 25 Jahren Erfahrung einfach die Prozesse entwickelt, um wirklich jede Herausforderung zu meistern.

WuP: Haben Sie immer noch Kunden in Ihrem Stamm, die vor 25 Jahren bei Ihnen Kunde waren?

Heinel: Das sind relativ viele. Etwa 20% unseres Umsatzes machen wir mit Unternehmen, die uns schon über 20 Jahre beauftragen. Und über 80% unseres Umsatzes mit Kunden, die uns seit 10 Jahren oder mehr vertrauen. Die internationale Chemiegruppe Solvay zum Beispiel ist Kunde der ersten Stunde. Auch einige Mittelständler halten uns schon so lange die Treue. Das ist untypisch für Werbeagenturen. Zeigt aber vielleicht auch, wie intensiv unserer Zusammenarbeit mit dem Kunden ist. Und dass sich die Zusammenarbeit mit AhlersHeinel einfach rechnet.

WuP: haben Sie zu Ihrem 25-jährigen Bestehen irgendwelche Aktionen für Ihre Kunden vorbereitet?

Heinel: Klar, aber darüber möchten wir zurzeit noch nicht reden. Lassen Sie sich überraschen!

WuP: Gibt es noch irgendwelche Projekte, die Sie gerne mal verwirklichen würden?

Stahlhut: Schwer zu sagen, weil die Projekte, die wir machen als solche schon so vielfältig sind. Das heißt, es gibt immer wieder Projekte, bei denen vorher vielleicht gar nicht daran gedacht wurde, dass auch in eine ganz neue Richtung gegangen werden kann. Es gibt viele Projekte, die entwickeln sich kontinuierlich. Das heißt, sie fangen klein an, aber dann sprießen die Ideen und die Möglichkeiten und auch die Anforderungen seitens des Kunden. Und mit dem Erfolg einer Kampagne wächst manchmal auch der eingesetzte Etat des Kunden. Dementsprechend ist es schwierig zu sagen, es gibt jetzt genau dieses eine Projekt, das wir unbedingt noch mal machen müssen.

WuP: Wenn wir 5 Jahre in die Zukunft blicken, wo sehen Sie sich da stehen?

Heinel: Genau da, wo wir auch heute stehen, in der Spitzengruppe von B2B-Agenturen in Norddeutschland. In 5 Jahren sind wir noch besser aufgestellt, noch schlauer und erfahrener geworden, noch routinierter und noch ideenreicher. Das ist unser Weg. So weiter zu machen wie bisher. Die Richtung stimmt, das Team stimmt. Und die Zahlen sind auch gut.

Stahlhut: Ich bin zumindest sicher, dass wir in 5 Jahren an Projekten und Techniken arbeiten, die wir heute noch gar nicht erahnen. Der Technologiewandel in der Werbung ist enorm. Wir werden unsere Kompetenzen laufend erweitern. Und Spaß dabei haben.

WuP: Vielen Dank für das Gespräch.

Kontakt Ahlers Heinel Werbeagentur GmbH
Herr Albert Heinel
Lortzingstraße 1
30177 Hannover
Deutschland
Tel.: +49 (0) 511 39 93 910
Web: www.ahlersheinel.de
E-Mail: info@ahlersheinel.de

Portrait

Sprechen Sie mit den Experten von AhlersHeinel über Markenbildung und Markenführung, über Brand Building und Brandmanagement. Wir sorgen dafür, dass Ihre Marke die perfekte Balance von Kopf und Bauch hält. Damit Ihre Vorteile, Ihr KnowHow, Ihre Werte mit Emotionen, mit klaren Bildern und Botschaften gesehen werden. Vertrauen Sie auf 25 Jahre Erfahrung in Strategie, Konzeption, Kreation und Realisation. AhlersHeinel schafft und betreut Marken, die sich im nationalen und internationalen Umfeld positiv absetzen.

News-ID: 722696 • Views: 966 (Stand: 05.08.2026)

Link zur Pressemitteilung:

<https://www.openpr.de/news/722696/25-Jahre-Ahlers-Heinel-Werbeagentur.html>