

Spektakulär unspektakulär.

13.02.2015, 18:26 | Werbung, Consulting, Marktforschung

Pressemitteilung von: *ec:ko communications GmbH*

Presseagentur: *Bergmeier Public Relations (PR)*



Stephan Koschig - Inhaber und Geschäftsführer [ec:ko] communications

[ec:ko] communications - eine von vielen mittelständischen Werbeagenturen im Rhein Main Gebiet? Ja und nein. Wir stellen vor und sprechen mit Stephan Koschig, Gründer, Inhaber und Geschäftsführer von [ec:ko] communications.

"Herr Koschig, Sie müssen ja eine sehr erfolgreiche kleine Agentur führen...."

STEPHAN KOSCHIG: "Wie kommen Sie darauf? Ach so... Sie meinen wegen des Porsche auf unserem Parkplatz?"

"Ja. Auch noch in schwarz. Die meisten Agenturchefs fahren "nur" schwarze BMWs."

STEPHAN KOSCHIG: "Einen schwarzen BMW hatte ich davor. Soweit zum Klischee. Dieses Auto jetzt ist ein Jugendtraum. Seit ich 18 bin, habe ich bei jedem Preisausschreiben mitgemacht, bei dem es einen "911" zu gewinnen gab. 30 Jahre später, so um die 50, wird es langsam Zeit, Träume zu leben. Wenn's denn geht."

"War denn die Gründung von ec:ko communications vor 13 Jahren ein solcher Traum?"

STEPHAN KOSCHIG: "Ja, durchaus. Endlich etwas weniger Fremdbestimmtheit. Herr über das eigene Betriebsklima, keine Kraft mehr an profilneurotische Kollegen oder in Rankkämpfen verschwenden. Bei uns gibt es nahezu keine

Hierarchien..."

"Heißt das, ein Azubi entscheidet, wo's lang geht?"

STEPHAN KOSCHIG: "Natürlich nicht. Die Entscheidungsebenen sind geregelt. Aber mitreden kann jeder. Und auch Inhaber und Geschäftsführer hören zu."

"Ich wollte Sie nicht unterbrechen..."

STEPHAN KOSCHIG: "...ein wesentlicher Motor für die Agenturgründung war auch der Wunsch nach Authentizität. Ich wollte mir die Freiheit nehmen, auch mal Aufträge ablehnen zu können. Insbesondere die von Unternehmen mit zweifelhaften Produkten, die mit unserer Hilfe möglichst raffiniert ihre Klientel verblenden und "über den Tisch ziehen" wollen. Bei so was hatte ich immer ein blödes Gefühl im Bauch und konnte auch nicht wirklich kreativ und überzeugend sein. Wir wollen an die Dinge glauben, die wir bewerben. Begeisterung für die Sache des Kunden ist die halbe Miete."

"Aber wenn Sie so wählerisch bei Ihren Kunden und Aufträgen sind, bleiben Sie unter Umständen eine kleine, regionale Agentur...."

STEPHAN KOSCHIG: "...klein wollen wir auch bleiben. Das hat auch was mit den familiären Strukturen zu tun. Ein harter Kern von Mitarbeitern ist schon von Anfang an dabei. "hire & fire" wollen wir nicht. Auch nicht Wachstum um jeden Preis. Immer schön den Überblick behalten. Übrigens zeichnet diese langjährige Treue auch unsere Kundenbeziehungen aus. Einige gehen tatsächlich schon seit der Agenturgründung den Weg mit uns. Vertrauen und nahezu blindes Verständnis sind im stressigen Alltag nicht zu unterschätzen...

Aber regional? - nein. Wir arbeiten für Hasbro, BR-Klassik und Sony Music deutschlandweit, für Sony Classical International erstellen wir Konzepte, Produkte, Editionen, die dann weltweit vertrieben werden."

"Das klingt ja wirklich nach einer kleinen Agentur mit großen Kunden. Außer den eben erwähnten konnte ich auf Ihrer Website etwas lesen von Sonderaufträgen für Montblanc, von Braun DeLonghi und von SportScheck..."

STEPHAN KOSCHIG: "SportScheck war einmal. Hier sind wir leider zusammen mit unserer Bezugsperson dort ausgeschieden. Aber es hat Spaß gemacht und wir haben unser erstes "Klang-Logo" für SportScheck entwickelt."

"...warum kennt man Ihre Agentur dann so relativ wenig? Keine Preise beim ADC, keine Treffer bei W&V, keine "news" in der New Business..."

STEPHAN KOSCHIG: "Zuerst einmal trommeln bzw sprechen wir lieber für Andere als für uns. Dann - wir brauchen nie akquirieren. Wir werden weiterempfohlen. Und das manchmal schon mehr als wir es bei unserer Größe bewältigen können. Und Awards? Preise?

Wenn, dann wäre für mich im Sinne unserer Kunden nur der "Effie" interessant. Aber um ehrlich zu sein, sind wir nicht mal in der GWA (Gesamtverband Werbeagenturen, Anm. der Red.) Wir sind eben keine typische Werbeagentur."

"Dann mal Butter bei die Fische: Was macht Sie untypisch? Und warum werden Sie und Ihre Agentur laufend weiterempfohlen, wenn Sie eigentlich gar keine typische Werbeagentur sind?"

STEPHAN KOSCHIG: (lacht) "Gerade deshalb. Von hippen Kontakten, Kreativen in roten Cowboystiefeln, die sich selber feiern und tiefen Dekolletés statt tiefgründigen Argumenten haben viele Kunden zunehmend die Nase voll. Wir sind ein Dienstleister. Ganz einfach und von mir aus auch ganz langweilig. Unspektakulär. Zuverlässig. Immer ansprechbar. Vor allem: Immer mit der Empathie, mit dem Einfühlungsvermögen dafür, was unsere Kunden und vor allem die Kunden unserer Kunden, die eigentliche Zielgruppe, die Käufer, sehen, hören und bei einem Produkt empfinden wollen."

"...Sie haben, wie man unschwer sieht, wenn man Ihre Agentur mit hunderten von Schallplatten, CDs, DVDs an den Wänden betritt, eindeutig einen Schwerpunkt im Musikbereich...."

STEPHAN KOSCHIG: "...das stimmt. Aber wir wollten nie eine reine Musik- und Entertainment-Spezialagentur sein..."

"...nun, das Musikgeschäft klingt ja nun erst einmal nicht gerade langweilig..."

STEPHAN KOSCHIG: "Auch das stimmt. Es macht Spaß und die Leute sind immer noch - bei aller Professionalität - lockerer als in anderen Branchen..."

"...gibt es denn nicht noch einen Wunschkunden oder eine Wunsch-Branche, für den oder die Sie arbeiten möchten?"

STEPHAN KOSCHIG: (denkt nach) "Hhmmm. Irgendwann möchte ich vielleicht einmal helfen, denen eine Stimme zu geben, die keine Lobby, keine Stimme, vor allen Dingen keine Zuhörer haben. Übersehene Randgruppen unserer Gesellschaft, kranke, alte, vielleicht demente Menschen, verlassene, vernachlässigte... aber auch die von uns immer noch gern übersehenen Problemgruppen der 3. Welt, die dort alles andere als Randgruppen sind, eher die Norm. Ich habe mal in einem afrikanischen Waisenhaus gearbeitet, das war genauso berührend wie erschütternd. Ich bewundere, was Karl Heinz Böhm in einem Alter, in dem andere sich langsam in Spanien oder Florida golfend auf's Sterben vorbereiten, noch alles bewegt hat.

Vielleicht ergibt sich da ja mal was - ich meine, bevor man seine Rentner-Ressourcen an Zeit und Geld in solche Projekte steckt."

"Herr Koschig, ich drücke Ihnen die Daumen und bedanke mich für das Gespräch."

(Das Gespräch führte Dirk Schönfeld)

Portrait

"Kleine Agentur mit großen Kunden": die inhabergeführte Werbeagentur mit Sitz in dem Loft einer ehemaligen Lederfabrik in Offenbach betreut mit nur 9 Mitarbeitern namhafte Kunden aus dem Musikbereich, wie Sony Music, BR-Klassik, das Festival der Nationen, aber auch Hasbro (Spielwaren), Braun DeLonghi (Haushaltsgeräte), Montblanc (Schreibgeräte) und andere.

News-ID: 839297 • Views: 116 (Stand: 02.10.2026)

Link zur Pressemitteilung:

<https://www.openpr.de/news/839297/Spektakulaer-unspektakulaer-.html>