



Seit 2000 aktiv mit seinem Unternehmenskonzept »Für Marken im Mittelstand«: Timo Kaapke, Geschäftsführender Gesellschafter der KAAPKE GmbH.

TIMO KAAPKE

Für Marken im Mittelstand

Im Oldenburger Münsterland ist der Mittelstand zuhause. Inhabergeführte Unternehmen gehören hier zu den innovativsten und modernsten Leistungsträgern einer gesamten Region. Entwickelt fast immer aus kleinsten Anfängen, stellen sie heute Produkte und Dienstleistungen – oft weltweit – für den Markt bereit, die ihresgleichen suchen. Und das in einer Welt, in der vieles gleich zu sein scheint und sich allerhöchstens noch im Preis unterschiedlich darstellt.

In einer solchen Zeit wird ein markantes Profil im Markt immer wichtiger. Denn in einer Welt, in der alles globalisiert wird, in der es an echten Innovationen mangelt, geht es immer mehr um Wahrnehmung. Um richtige, wahre Botschaften, ohne die Kommunikation kalt bleibt, weil Eindrücke fehlen, die über den Kopf das Herz befeuern.

Schon im Jahr 2000 habe ich – vor diesem Hintergrund – daraus ein ganzheitliches Unternehmenskonzept entwickelt

und seit dem erfolgreich mit vielen Unternehmen umgesetzt: Maßgeschneiderte Ideen, die den Mittelstand stark machen. Und von Anfang an steht über allem nur ein Satz, der aber einem Grundsatzprogramm gleichzusetzen ist: »Marken im Mittelstand«. Denn der Mittelstand hat ganz besondere, ganz spezifische Bedürfnisse, um seine Waren, seine Produkte, seine Dienstleistungen am Markt zu etablieren und erfolgreich abzusetzen. Und Marken ermöglichen

den Menschen, als Kunden Produkte wahrzunehmen, klar zu erkennen und sich für sie zu entscheiden. Integrierte, ganzheitliche Marken-Kommunikation ist die kraftvolle Antwort auf diese Herausforderung. Und dazu ist ein Kommunikationskonzept notwendig, dass die richtigen Maßnahmen auswählt und passgenau aufeinander abstimmt. Die optimale Kombination, um Kunden in der richtigen Art und zum richtigen Zeitpunkt anzusprechen. Daher war schon am Beginn



Top-moderne Arbeitsbedingungen »Für Marken im Mittelstand«: Das KAAPKE Haus ermöglicht kommunikatives, kreatives Arbeiten auf hohem Niveau.

der Überlegungen klar: Wichtig ist immer, konsequent mit aller Kraft professionell zu handeln. Denn Marken müssen nicht nur entwickelt und positioniert werden, sondern es geht auch darum, eine Marke kontinuierlich zu führen. Dabei ist es weniger wichtig, ob es sich um etwas aus einer »großen« Produktion handelt oder aus der eines mittelständigen Familienbetriebes. Und dabei ist deutlich zum Ausdruck gekommen, wie wichtig die Werte und die Kultur eines Unternehmens sind. Und wie diese wichtigen Komponenten in den Produkten und Firmen erkennbar erlebt werden. Denn Produkte und Unternehmen bilden den unterschiedlichen Ansatz für die Markenentwicklung. Handelt es sich um eine Produkt-Marke, so sind andere, oft viel weniger grundsätzliche Fragen zu bearbeiten als dies bei der Entwicklung einer Unternehmens-Marke unumgänglich wäre.

Für mich geht es dabei nie um Schnickschnack. Nicht deswegen um Marken, weil der Begriff gerade wieder einmal besonders schön im Trend liegt. Das Konzept »Für Marken im Mittelstand« ist eine grundsätzliche und zutiefst unterneh-

merische Entscheidung. Ordentlich und seriös, dabei aber auch gerne designed. »Für Marken im Mittelstand« will nicht etwas schönreden und ausschließlich verkaufen, egal wie. Erfolg haben, präsent sein, sich positionieren und etablieren dagegen, sind die erklärten und zu verwirklichenden Ziele.

Ganzheitliche Markenkommunikation ist Versprechen und Herausforderung gleichzeitig. Und dieses Konzept braucht viel Raum für Ideen und Innovationen und hat eine neue Dimension der Arbeit zur Folge. Top-moderne Arbeitsbedingungen gehören natürlich dazu. Weil ausschließlich mit den Mitteln einer reinen »Werbeagentur« dieses Konzept nicht zu gestalten ist. Ganz im Gegenteil: die Bereitschaft des Klienten, sich in den Gestaltungsprozess entscheidend einzubringen, ist die logische Konsequenz, die eine erfolgreiche Entwicklung und Umsetzung überhaupt erst möglich macht.

Die Erfolge dieser Arbeit der letzten acht Jahre haben das augenscheinlich sichtbar gemacht und auch die Beispiele, in denen dieser Erfolg bisher nicht erzielt werden konnte, sind beredtes Zeugnis da-



Arbeiten »Für Marken im Mittelstand«: Die Menschen bei KAAPKE sollen sich in ihrem Arbeitsumfeld wohlfühlen. Nur so sind Spitzenleistungen möglich.

für, dass ohne die klare Entscheidung und Umsetzung des Klienten »Marken im Mittelstand« nur teilweise gelingt. Nur eine ganzheitliche Betrachtung gewährleistet, dass wirtschaftlicher Erfolg, Mitarbeiter- und Klienteninteressen stets gleichwertig Berücksichtigung finden. Nur so lassen sich – auf Zukunft betrachtet – die Ergebnisse der Arbeit mittelständischer Unternehmen dauerhaft erfolgreich umsetzen und vermarkten.

Modernstes Know-how, aktuellste Technik und auch die Umsetzung innovativster Entwicklungen in allen Bereichen sind notwendig, wenn die gemeinsam erarbeiteten Ideen und Projekte tatsächlich verwirklicht werden sollen.

Dies gilt immer auch für alle Bereiche des eigenen Unternehmens. Ganz im Besonderen für die personelle Entwicklung zukünftig. Junge Ideen, Menschen die sich einlassen auf etwas Neues, die ihren Idealen folgen und sich begeistern können, für Aufgaben, die ihren Vorstellungen

und Fähigkeiten entsprechen sind das A und O. Und sie zukünftig in ausreichendem Maß zu finden wird eine der besonderen Herausforderungen sein. Aber auch dann gilt hier wie in allen anderen Bereichen: Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter müssen konsequent auf ihre Aufgaben vorbereitet und ständig wirkungsvoll begleitet werden. Betriebliche Ausbildung, überbetriebliche Wissenstransfer und professionelles Coaching sind hierfür unerlässlich. Weil der große Anspruch, Marken-Entwicklung, Marken-Gestaltung und Marken-Führung verlässlich umzusetzen, schlechterdings nicht erfolgreich zu verwirklichen ist, wenn alle diese Markenaspkte nicht ganz konstant in ein aufeinander abgestimmtes Konzept eingefügt werden.

Erfolgreiche Vermarktung dessen, was im Mittelstand produziert und bereitgestellt wird, muss als eine Herausforderung begriffen werden, die alle Anstrengung notwendig macht und lohnt. Und erfolg-



Die Ideenschmiede »Für Marken im Mittelstand«: Das KAAPKE Haus mitten im Oldenburger Münsterland, im ecopark, an der A1.

reich sein bedeutet sich echt zu positionieren, bedeutet eben nicht den unterschiedlichen Interessen anderer willfährig ausgeliefert zu sein. »Marken im Mittelstand« bieten dafür eine hervorragende Grundlage, weil »Marken im Mittelstand« das Ergebnis von zielgerichteten ganzheitlichen Verfahren sind, die zu keinem Zeitpunkt die eigenen Interes-

sen und Notwendigkeiten aus den Augen verlieren. Auf allen Ebenen.

- Autor Timo Kaapke, geboren in Lönningen, Kommunikationswirt, studierte in Köln. Er arbeitete in Top-Agenturen u. a. bei Rempen & Partner und BBDO in Düsseldorf. 2000 gründete er in Cloppenburg KAAPKE, deren geschäftsführender

Gesellschafter er ist. Die KAAPKE GmbH hat seit Frühjahr 2008 ihr neues Domizil im KAAPKE Haus, mitten im Oldenburger Münsterland, im »ecopark« direkt an der Autobahn A1. Die Firma beschäftigt derzeit 19 Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter. KAAPKE bildet in unterschiedlichen Berufen aus und hat vielfältige Auszeichnungen erhalten. ■