



Agenturchefin Anita Gilges (S.v.l.) berät mit ihrem Team seit elf Jahren Kunden aus dem Mittelstand in allen Bereichen der Unternehmenskommunikation, sowohl national als auch international in über 20 Ländern.

Ganzheitliche Perspektive für Qualität und Zufriedenheit

Prinzipiell steht die Zufriedenheit des Kunden bei Blue Moon an erster Stelle. Sie wird durch hohe Qualitätsstandards angesteuert und mit systematischem Projektmanagement erreicht. Ein Vorgehen, das eine gleichbleibend hohe Dienstleistungsqualität garantiert. Das gilt gleichermaßen für die Entwicklung von ausführlichen Produkt- oder Imagebroschüren, von Informationsflyern, Kunden- und Mitarbeiterzeitschriften sowie für Newsletter als auch für den Relaunch, der in die Jahre gekommenen Webpräsenz zu erreichen, bieten die Neusser Spezialisten die komplette Klaviatur der professionellen Pressearbeit an sowie Werbekampagnen in

Ideenrakete mit exzellenter Bodenstation

Blue Moon Agentur bietet Fullservice-Kommunikation mit voller Schubkraft

Im Ranking der Agenturen in dieser Ausgabe des NIEDERRHEIN MANAGER platzierte sich auch die Neusser Kommunikationsagentur Blue Moon Communication Consultants GmbH. Darauf ist das Unternehmen sehr stolz und dass nicht allein die Größe Garant für Erfolg ist, das beweisen die Neusser Kommunikationsprofis ihren Kunden jeden Tag aufs Neue. Lesen Sie hier ein ausführliches Porträt der Agentur, die ihr Augenmerk auf den Mittelstand legt und für häufig sehr erklärungsbedürftige Produkte ihrer Kunden als Full-Service-Dienstleister jederzeit die passende kreative Maßnahme parat hat. Dabei verlieren die 15 Mitarbeiter von Geschäftsführerin Anita Gilges nie die nötige Bodenhaftung im Hinblick auf den Erfolg ihrer Auftraggeber.

„Auf dem ‚Blauen Mond‘ sind wir nicht etwa ‚vom anderen Stern‘, sondern verstehen uns als der ständige, verlässliche Begleiter unserer Kunden. Wie der Mond treten wir phasenweise mehr oder weniger in Erscheinung, sind aber immer sofort zur Stelle, wenn es darum geht, dem Kunden einen glänzenden Auftritt zu verschaffen“, erklärt Anita Gilges den klangvollen Firmennamen.

Mission „Faszinierender Mittelstand“

„Wir geben nicht nur Orientierung und Zuverlässigkeit, sondern stehen auch für außergewöhnliche Kreativität. Wir machen mit Herzblut hochwertige Kommunikation für Mittelständler. In kaum einem anderen Sektor wird um so viel Innovationspotenzial so wenig Aufheben gemacht“, stellt die Kommunikationsexpertin nüchtern fest. Ihre Mission: Den Unternehmen und ihren Ideen, endlich die gebührende Aufmerksamkeit zu verschaffen. Damit Marketing und Kommunikation ihre volle Schubkraft erreichen können, müssen alle Kräfte in dieselbe Richtung gelenkt werden. Das Leistungsspektrum deckt einerseits übergeordnete strategische Felder wie Coaching und Consulting sowie Public Relations und Marketing ab. Andererseits geben die Abteilungen Kreation und Digitale Medien der blanken Theorie praktische Gestalt. Als Lead-Agentur koordinieren die Neusser darüber hinaus in 22 Ländern ein funktionstüchtiges Netzwerk lokal ansässiger Agenturen.



Print- und Online-Medien, nicht zu vergessen die Social Media Relations wie Facebook & Co. Dabei betreut die Agentur die Projekte von A-Z und hält ihren Kunden den Rücken frei. Von der Konzeption über die Textentwicklung, das kreative Layout bis hin zur Produktionsüberwachung – alles aus einer Hand professionell und effizient, dafür steht Blue Moon. Weitere Einblicke erhalten Sie unter: www.bluemoon.de.

KONTAKT

BLUE
MOON

BLUE MOON Communication Consultants GmbH
 Friedrichstraße 8 · D-41460 Neuss
 Telefon: 02131-66156-0 · Telefax: 02131-66156-66
www.bluemoon.de · info@bluemoon.de



Küh statt Kö

Die Agenturlandschaft am Niederrhein ist eine echte Alternative zur Düsseldorfer Szene. Wir stellen die 20 größten Fullservice-Agenturen und deren Köpfe vor.

Wer an den beschaulichen Niederrhein denkt, assoziiert damit nicht unbedingt eine blühende Agenturlandschaft. Sicherlich – und das bestätigt auch unser Ranking – sitzen hier nicht die großen Network-Agenturen wie in der Medienhauptstadt Düsseldorf, aber wenn man genauer hinschaut, zeichnet sich eine durchaus vielfältige Agenturszene ab. „Mit Ausnahme der großen

Player ist die Niederrhein-Szene durchaus ein Spiegelbild der Landeshauptstadt, aber eben in einem etwas kleineren Rahmen. Viele Kleinst- und Kleinunternehmen sitzen hier, unternehmergeführt und mehr oder weniger spezialisiert“, erklärt Frank Vogelsang, Geschäftsführer der Grevenbroicher Werbeagentur VOON und Nummer Sieben in unserem Ranking. Auch die besondere wirtschaftliche

Struktur mit Logistik, Lebensmittelindustrie, Textilwirtschaft, Maschinenbau und Chemie bietet einen guten Nährboden für die kreative Industrie. „Nimmt man, je nach Standort, einen Radius von 100 Kilometern, dann hat man mit der Metropolregion Rhein-Ruhr eine der fünf größten Metropolregionen Europas direkt vor der Haustüre. Und hiermit meine ich nicht die Big Player, sondern die vie- ▶

len kleinen und mittleren, zum Teil hochinnovativen Unternehmen, bei denen man oft noch mit dem Inhaber sprechen kann. Ein Umstand, den wir sehr schätzen“, so Vogel-sang. Bei der einen oder anderen Agentur spielt bei der Standortentscheidung durch-aus auch eine Portion Lokalpatriotismus eine Rolle. Wie etwa bei Heiko Krughöfer, Geschäftsführer der Jüchener Agentur that worx und Nummer 20 in unserem Ranking. „Küh statt Kö“ lautet dort das Motto. Das ist zum ein Augenzwinkern an die Kollegen der Rheinmetropole, aber auch eine Laudatio auf die pragmatische Art der Niederrheiner. „Viele unserer Mitarbeiter kommen aus den nahe gelegenen Großstädten. Haben Sie einmal versucht, einen Düsseldorfer nach Köln zu bekommen? Auf unserem „neutralen“ Boden haben wir das Problem nicht. Und außerdem denken wir, dass Leistung und Qualität standortunabhängig sind“, schildert Heiko Krughöfer. Etwas kritischer sieht das Frank Vogelsang: „Ich glaube, die Standortentscheidung einer Agentur hat selten einen unternehmensstrategischen Aspekt. Wie bei mir eben auch. Eher zufällig gegründet ist die Agentur nach und nach gewachsen.

Die ersten Kunden kamen über persönliche Kontakte aus dieser Region. So entsteht nach und nach ein Netzwerk. Es macht ja keinen Sinn vom Land in die Stadt zu gehen, wenn man da keine Kontakte hat. Allerdings haben Standorte wie Düsseldorf oder Hamburg sicherlich Vorteile bei der Mitarbeiterrekrutierung“.

Wie dem auch sei – der NIEDERRHEIN MANAGER hat sich auf den Weg gemacht und wollte herausfinden, wie sie nun heißen, die größten Agenturen zwischen Kleve und Neuss. Das Resultat spiegelt das Gesagte wider: Zu den Top 20 zählen vorwiegend inhabergeführte Fullservice-Agenturen, häufig Jahrzehnte mit der Region verwurzelt und mit entsprechend langfristigen Kundenbeziehungen. Auch einige Newcomer sind dabei, die sich vorwiegend den interaktiven Medien verschrieben haben. Und einige Agenturen – wie unsere Spitzenreiter WFP Werbeagentur Felske + Partner und wfp:2 – arbeiten intensiv im Verbund, um sowohl im klassischen als auch im interaktiven Kommunikationsbereich stark zu sein. Aber lesen Sie selbst, wie viel Kreativität sich am Niederrhein tummelt! *Thomas Corrinth | tc@niederrhein-manager.de* ■

Bewertungsgrundlagen und Hintergrundinfos

Ins Ranking aufgenommen wurden nur Fullservice-Agenturen, die ihren Hauptsitz im Einzugsgebiet des NIEDERRHEIN MANAGER haben. **INFO**

Mediaagenturen, reine Internet-Agenturen, Messebauer oder Werbemittelhersteller blieben somit außen vor. Die beiden anderen Kriterien, die wir zugrunde legten, waren der Umsatz aus Honoraren und AE-Provision, das sogenannte „Gross Income“, und die Anzahl sozialversicherungspflichtiger Mitarbeiter. Die Formel, die zum finalen Ranking führte, lautet: Rang nach Gross Income x 0,6 + Rang nach Mitarbeiterzahl x 0,4. Dem Umsatz haben wir eine etwas größere Bedeutung beigemessen. Bei den verwendeten Umsatz- und Mitarbeiterzahlen handelt es sich um die jeweils aktuellsten vorliegenden Daten (Geschäftsjahr 2010), die wir in Eigenrecherche und durch eine Auskunft ermittelt konnten. Wenn wir eine Agentur trotz Erfüllung dieser Kriterien nicht berücksichtigt haben, kann dies unterschiedliche Gründe haben: Entweder war sie bei Creditreform nicht aufgeführt, zu keiner Aussage bereit oder es ließen sich keine Informationen im Internet finden. Trotz intensiver und gewissenhafter Recherche kann für die Richtigkeit und Vollständigkeit der Angaben dementsprechend keine Gewähr übernommen werden.

Position	Geschäftsführung	Unternehmen	Gross Income (Netto-Umsatz) in Tsd.	Mitarbeiter
1	Katinka Felske und Thomas Leuschen (WFP), Tom Rose und Mike Weber (wfp:2)	WFP Felske + Partner und wfp:2 Agenturverbund	5.500	90
2	Thomas Scheffler und Heiko Große-Pustar	art & design Werbeagentur	3.400	26
3	Christine und Kristiane Guth	CGW	3.000	15
4	Dr. med. Matthias Gams und Annette Schrage	Gams & Schrage Healthcare	2.850	15
5	Joachim Schultze	Delta Konzept	1.400	19
6	Lutz Wessel	W.D.S. Communication	2.050	15
7	Frank Vogelsang und Gerhard Nonnenmacher	VOON	1.500	17
8	Alexander Vennekel	Vennekel + Partner	1.700	15
9	Gregor Strathmann und Albert Kirschgens	markt & werbung m & w	1.200	16
10	Marc Hillen	H1 Communication	1.062	18
11	Knut Habicht, Peter Lueg und Rolf Münsks	Cadvertising	1.700	8
12	Anita Gilges	Blue Moon	1.100	15
13	Zeljka Neuss und Sandra Schimmel	Küffmann & Partner	1.150	12
14	Stefan Swertz und Marcus Ackel	Adisfaction	1.100	13
15	Frank Wöbbeking	Mediamixx	800	14
16	Dieter Collinet und Stefan Geißler	Werbeatelier Collinet	800	14
17	Markus Roß	Rosimedia	800	11
18	Michael Duisberg und Klaus Schirpke	Duisberg Teams	800	8
19	Peter Pfänder	p2 Medien (ehemals Idee Werbehaus)	500	7
20	Heiko Krughöfer	that worx	400	7



(v.l.): Katinka Felske und Thomas Leuschen (WFP), Tom Rose und Mike Weber (wfp:2).

1 AGENTURVERBUND WFP WERBEAGENTUR FELSKE + PARTNER UND WFP:2

Katinka Felske und Thomas Leuschen (WFP), Tom Rose und Mike Weber (wfp:2) 1975 gegründet, hat sich WFP Werbeagentur Felske + Partner mit 40 Mitarbeitern auf den Bereich verkaufs- bzw. vertriebsorientierte Kommunikation spezialisiert – B to C wie auch B to B. Dies beinhaltet Leistungen wie Verpackungsdesign, Produktabverkaufunterstützung, Dialogmarketing oder Handels- und PoS-Marketing. 2000 gegründet, komplettiert die Schwesteragentur wfp:2 das Leistungsportfolio auch online. Webshops, Unternehmenspräsentationen, Anwendungen für mobile Endgeräte oder Social Media Kampagnen sind Leistungen der wfp:2. In 2010 beschäftigte der Agenturverbund durchschnittlich etwa 90 Mitarbeiter und erzielte einen Honorarumsatz von netto 5,5 Mio. Euro. Konzerne wie Metro, real-, OBI, REWE, Trinkgut, Deutsche Post, KODI oder Tchibo zählen zu den Kunden des Agenturverbunds.

2 ART & DESIGN WERBEAGENTUR

Thomas Scheffler und Heiko Große-Pustar Die Werbeagentur mit Sitz im Technologiepark von Kamp-Lintfort ist seit über 15 Jahren für Handelsunternehmen und Verbundgruppen im gesamten Bundesgebiet aktiv. Auf Basis kreativer Konzepte entwickelt das 26-köpfige Team um Thomas Scheffler und Heiko Große-Pustar Marketingstrategien, originelle Werbekampagnen sowie verkaufsfördernde Aktionen und Events für mittelständische Einzelhandels- und Industrieunternehmen. Charity-Marketing und Kampagnen mit Testimonials aus Film, TV und Profisport gehören zum Spezialgebiet der Agentur.



Thomas Scheffler und Heiko Große-Pustar.



Christina Guth.

Kristiane Guth.

3 CGW

Christina und Kristiane Guth Seit 25 Jahren beweist die inhabergeführte Full-Service Werbeagentur aus Krefeld ihre Kompetenz auf allen relevanten Kommunikationsfeldern - angefangen von der Beratungsleistung über kreative Ideen, komplette Werbemittelproduktionen, umfassende Media-Ausarbeitungen bis hin zu komplexen Werbestrategien. Das 15 Frauen starke Team sieht sich als bodenständige, handwerkliche Kommunikationsagentur – und passt damit gut zu ihren Kunden, die vorwiegend aus dem Mittelstand und dem Verbandsbereich kommen.



Dr. med. Matthias Gams und Annette Schrage.

4 GAMS & SCHRAGE HEALTHCARE

Dr. med. Matthias Gams und Annette Schrage

Die Krefelder Agentur Gams & Schrage Healthcare ist eine spezialisierte Fachagentur für Gesundheitskommunikation. Damit sowohl inhaltliche als auch kreative Kompetenz gewährleistet sind, arbeitet ein 15-köpfiges

Team aus Medizinern, Naturwissenschaftlern und Kommunikationsexperten Hand In Hand. Zum Leistungsspektrum gehören klassische Markenkommunikation wie Markenbildung, Launches oder Anzeigen- und Logo-Entwicklung, Medienprojekte wie Internetkonzepte, PR-Konzepte oder POS-Aktionen und wissenschaftliche Projekte wie die Organisation von Vorträgen oder Schulungen. Gams & Schrage Healthcare kann eine Reihe namhafter Kunden vorweisen, etwa Abbott, Bayer Vital, SC Johnson, Orthomol oder Pfizer.

5 DELTA KONZEPT

Joachim Schultze Vor 25 Jahren startete Delta Konzept mit der Entwicklung von Werbespielen und interaktiven Informationssystemen, die bei Veranstaltungen eingesetzt wurden. Um anfallende Kontaktdaten und Interessentenanfragen besser erfassen zu können, entwickelte die Agentur dazu passende CRM-Systeme. Heute ist CRM das Steckpferd der Agentur aus Meerbusch – mit vielen weiteren angeschlossenen Dienstleistungen, die im Laufe der Jahre erforderlich wurden. Vor allem für Kunden aus der Autoindustrie, darunter SEAT, bieten die 19 Mitarbeiter ein umfassendes, integriertes Konzept mit Call-Center, Internetbetreuung, IT-Services, Grafikerservice, Lettershop und Beratung.

6 W.D.S. COMMUNICATION

Lutz Wessel B-to-B oder B-to-C, ATL oder BTL, Trade Channel oder Vkl. – die 15 kreativen Köpfe von W.D.S. communication lassen sich nicht gern in die üblichen Agenturschubladen stecken. Sie haben ihre eigene definiert:

Die inhabergeführte Werbeagentur versteht sich selbst als kreativ, bodenständig – und als „Agentur für Technikmarken“.

Sie spielt ihre Kompetenz gerne für erklärungsbedürftige Produkte, anspruchsvolle Zielgruppen und mehrstufige Retail- und Fachhandelsvertriebe aus. Mit mehr als 20 Jahren Erfahrung bietet das Team rund um Inhaber Lutz Wessel klassischen Full-Service aus einer Hand – von Beratung, Konzeption und Kreation über die Druckvorstufe bis hin zu Print- und Online-Produktion. Zu den Kunden zählen Unternehmen wie Toshiba, Samsung, Eaton Electric, Sonepar und Vattenfall, aber auch Mittelständler wie Kludi, Okuma und BMA. Für diese Marken entstehen in der alten Budericher

Zollstation und im Hamburger Büro das ganze Spektrum vernetzter Online- und Offline-Kommunikation – und auch schon mal absatzfördernde Initiativen jenseits üblicher Werbestandards.



Lutz Wessel.

7 VOON

Frank Vogelsang und Gerhard Nonnenmacher



(v.l.): Frank Vogelsang, Gerhard Nonnenmacher.

Werbedisziplinen spielen bei VOON Dialogmarketing, Handel, Online-Kommunikation und Corporate Websites eine besonders große Rolle. Für erfolgreiche kreative Leistungen wurde VOON bereits mehrfach bei wichtigen Werbe-Festivals wie dem Effie ausgezeichnet.

Seit dem 1. Januar heißt die Grevenbroicher Vogelsang Konzeptagentur VOON. Mit dem neuen Namen gibt es auch einige gravierende Änderungen: Frank Vogelsang teilt sich nun die Geschäftsführung mit Gerhard Nonnenmacher, und mit der zusätzlichen Niederlassung in Mannheim sind nun 36 feste Mitarbeiter im Boot. Die VOON Geschäftsphilosophie heißt „Mehr Nachdenken. Mehr Herzklopfen.“ für Kommunikation, die Businessziele erreicht. Und zwar mit Content und Dialog: Den Verbraucher Ernst nehmen anstatt ihn zuzumüllen und relevante Inhalte interessant inszenieren. Neben den klassischen

8 VENNEKEL + PARTNER

Alexander Vennekel Die Krefelder Agentur mit 15 Mitarbeitern bietet Werbung und Werbetechnik aus einer Hand an. Angeschlossen an die Agentur ist ebenfalls eine Digital-Druckerei für Grossformate, sodass Projekte besonders schnell und günstig abgewickelt werden können. Getreu dem Motto „Geht nicht, gibt's nicht“ entwickelt Vennekel + Partner auch außergewöhnliche Werbetechniken und setzt diese um. In der Dienstleistung inbegriffen sind auch die regelmäßige Reinigung, Reparatur und Einlagerung von Objekten, etwa Werbebannern. Das Leistungsspektrum reicht von Baustellen- und Projektschildern für die Immobilienwirtschaft, Leuchtwerbbeanlagen über Leitsysteme für die Beschilderung von Kliniken, Parkhäusern und dem Radwegenetz NRW bis hin zu Werbetürmen. Zu den Kunden gehören unter Anderem die Skihalle Neuss, Projekt Extraschicht, Air Liquide oder der Königspalast in Krefeld.



Alexander Vennekel.

9 MARKT & WERBUNG M&W

Gregor Strathmann und Albert Kirschgens

Die Full-Service-Agentur im Mönchengladbacher Nordpark gehörte 2009/2010 laut W & V und Horizont zu den Top 55 der inhabergeführten Agenturen. Das 16-köpfige Kreativteam bietet sowohl für den B2B- als auch für B2C-Bereich das komplette Paket an Kommunikationsmaßnahmen: Von der Strategieberatung, CD, Naming und Webkonzeptionen bis hin zu Realisationen in Print, POS, Web, Mess, Film, Funk und Fernsehen. Das Kundenspektrum umfasst regionale wie auch internationale Marken: Shimano, Niederrheinische Versorgung und Verkehr AG, Schwalbe und die Zeitung „Berliner Woche“ etwa.



(v.l.): Mark Zint, Albert Kirschgens und Gregor Strathmann.



Marc Hiller.

10 H1 COMMUNICATION

Marc Hiller Getreu der Idee „Think global – act local“ konzentriert sich h1 communication aus Neuss auf Marktführer der Region Niederrhein – und alle, die es werden wollen. Das 22-köpfige Team berät branchenunabhängig lokal ansässige und meist inhabergeführte Unternehmen und Marken deutschland- und europaweit. h1 communication definiert sich als Multichannel - Kommunikationsagentur, für die es keine konzeptionelle Trennung zwischen Werbung, Online und PR gibt. Dank 360°-Beratungsansatz werden alle relevanten Kommunikationskanäle im Hinblick auf größtmöglichen Nutzen konzipiert und realisiert: Die onlinezentrierte Kundenbetreuung reicht dabei vom ersten Strategie-Workshop über die Konzeption der bestgeeigneten Kombination von Offline- und Online-Kommunikationsmaßnahmen, bis hin zur flankierenden

Öffentlichkeitsarbeit. Die kreativen Lotsen von h1 verstehen sich darüber hinaus auch als regionale Netzwerker und betreiben deshalb proaktiv die Initiative Marke-Niederrhein, die das Profil der Region weiter stärken soll.

11 CADVERTISING

Knut Habicht, Peter Lueg und Rolf Münks Seit 1988 feilt ein 8-köpfiges Team um das Geschäftsführer-Trio Knut Habicht, Peter Lueg und Rolf Münks an kreativen, profitorientierten Lösungen. Das Leistungsspektrum der Full-Service-Agentur aus Meerbusch umfasst Werbung und Verkaufsförderung in Bild, Wort und Ton, on- und offline. Zum Kundenkreis gehören namhafte Unternehmen wie Canon, Vodafone, Ipsen, Abit, BrandLoyalty oder SMC. Für die Produktion eines Mailings im Großformat gewann Cadvertising den vierten Platz beim Innovationspreis der Deutschen Druckindustrie.



(v.l.): Knut Habicht, Peter Lueg und Rolf Münks.



Anita Gilges.

12 BLUE MOON

Anita Gilges Die erst 2000 gegründete Agentur aus Neuss hat vier Kernkompetenzen: Beratung & Konzeption; PR & Marketing, Kreation und Digitale Medien. Geschäftsführerin Anita Gilges und ihre 15 Mitarbeiter haben sich vor allem dem Mittelstand verschrieben. Blue Moon betreut Kunden aus dem Bereich Sanitär/Heizung, Energie, Bau- & Immobilienwirtschaft, Maschinenbau, Versicherungen und Verpackung – und erschließt mit der Akquisition eines japanischen Brillenglasproduzenten seit 2009 auch das Wachstumsfeld Gesundheit. Als Lead-Agentur kooperieren die Neusser mit einem ständig wachsenden Netzwerk von mittlerweile 20 Agenturen weltweit und verhelfen ihren mittelständischen Kunden damit auch zum internationalen Durchbruch.

13 KÜFFMANN & PARTNER

Zeljka Neuss und Sandra Schimmel Ob Großhandel oder Einzelunternehmen, Produzent oder Dienstleister, Maschinenbauer oder Touristiker: Das Branchenspektrum bei Küffmann & Partner ist weit gefasst. Die beiden Geschäftsführerinnen sind der Ansicht, dass sie und ihre 10 Mitarbeiter von dieser Erfahrung profitieren, denn der Blick über den Tellerrand so vieler Branchen sei gewinnbringend und gebe frische Impulse. Bereits seit 21 Jahren sind die Korschebroicher im Kommunikationsgeschäft, mittlerweile aufgestellt in den Bereichen Text & PR, digitales Werben, Grafik & Design sowie Messe & Event.

14 ADISFACTION

Stefan Swertz und Marcus Ackel

Vom beschaulichen Haus Meer in Meerbusch aus bietet adisfaction weltweit Full-Service im Bereich Online-Marketing an. Dieser Ansatz umfasst alle digitalen Kanäle - Web, E-Mail und Mobile - sowie alle Instrumente des Online-Marketings, darunter Online-Media, Social-Media-Marketing und Suchmaschinenmarketing. Das Team aus 13 Mitarbeitern begleitet seine Kunden,

darunter namhafte Unternehmen wie Deutsche Börse AG, HSBC Trinkaus, FTI Travel, Schober und WGZ Bank, vom ersten Beratungsgespräch bis hin zur finalen Auswertung. Ebenfalls im Agenturverbund ist die vollständig konsolidierte Zürcher Dependence.



Markus Ackel.

Stefan Swertz.



15 MEDIAMIXX

Frank Wöbbeking Mediamixx berät seit über 17 Jahren deutsche und niederländische Unternehmen, Verbände und Projekte in Sachen Kommunikation: Die Dienstleistungspalette reicht von der grenzüberschreitenden PR-Beratung über journalistische Redaktionsdienste und Übersetzungen bis hin zur druckfähigen Aufbereitung von Publikationen sowie der Organisation von Veranstaltungen. Die dabei gewonnenen Erfahrungen im deutsch-niederländischen Kontext vermitteln die 14 Mitarbeiter auch im Rahmen von Schulungen. Als Verlag besitzt Mediamixx zudem die Möglichkeit, spannende Projekte selbst umzusetzen.

Frank Wöbbeking.

16 WERBEATELIER COLLINET

Dieter Collinet und Stefan Geißler Bereits über 25 Jahre sind die Mönchengladbacher als Full-Service-Agentur unterwegs – und noch lange nicht angekommen. Neue Herausforderungen haben das Leistungsspektrum der Agentur kontinuierlich wachsen lassen: Das Werbeatelier Collinet greift bei Arbeiten mit Folien und Profibuchstaben auf die interne und meistergeführte Werbetechnik-Abteilung, bzw. Schlosserei zurück. Mit diesem Repertoire begleiten die 14 Mitarbeiter ihre Kunden von der Planung über die Konzeption und Kreation bis hin zur Abwicklung und Produktion. Eine Digitaldruckmaschine erlaubt eine schnelle und ausgefallene Produktion in hoher Qualität für den Aussen- und Innenbereich.



Markus Roß.

17 ROSSIMEDIA

Markus Roß Die 2002 gegründete Rossimedia mit ihrem Namensgeber Markus Roß kann in nur neun Jahren Betriebsgeschichte einen bemerkenswerten Wachstum vorweisen. Nach mehreren Umzügen aufgrund von Mangel an Produktionsflächen ist das heutige 15-köpfige Team nun in Sonsbeck, Geldern und Issum zu Hause. Von hier aus bedient es kleine, mittelständische und große Unternehmen als flexibler Dienstleister im Bereich Digital- und Printmedien. Rossimedias Leistungsspektrum reicht vom Layout von Printobjekten, Schildern und Internetseiten über sämtliche Werbeproduktionen und Druckdienstleistungen bis hin zum Plattendirektdruck, Messe oder Existenzgründerberatung.

19 P2 MEDIEN



Peter Pfänder.

Peter Pfänder Das 7-köpfige Team aus Grevenbroich hat sich voll und ganz der interaktiven Online-Kommunikation seiner Kunden verschrieben. Dazu gehören beispielsweise die Entwicklung und Programmierung von virtuellen Web-Mitarbeitern, die Integration von virtuellen Bewegtbildern in den bestehenden Webauftritt, Suchmaschinenoptimierung oder die Integration in Social Networks. Darüber hinaus stimmt P2 Medien die Kommunikation mit offline-Medien wie Visitenkarte oder Anzeige ab, um einen integrierten Komplettauftritt zu gewährleisten.

Heiko Krughöfer „Kuh statt Kö“ heißt das Motto der Jüchener Agentur – ein Bekenntnis zur bodenständigen Art der Niederrheiner und gleichzeitig ein Augenzwinkern in Richtung der nahe gelegenen Landeshauptstadt und Werbemetropole mit dem Hinweis, dass Leistung und Qualität nicht unbedingt mit etwas mit der Adresse zu tun haben muss. So sieht sich das 11-köpfige Team um Geschäftsführer Heiko Krughöfer einerseits als Ideenlieferant und strategischer Partner in Marketingfragen. Andererseits aber auch als kreativer Dienstleister, der Konzepte und Strategien in Form von Broschüren, Plakaten, Katalogen oder Anzeigen umsetzt. Dabei möchte that worx Werbemaßnahmen entwickeln, die den Kunden ins Auge springen und im Kopf hängen bleiben. Auf strategischer Ebene heißt das Beratung und Konzeption in allen Marketing-Fragen. Auf operativer Ebene bedeutet das Werbung: von der Print-Werbung über Corporate Design-Entwicklung bis hin zum Thema Internet. Im Kundenportfolio tauchen namhafte Marken wie Gazelle, Q-Park und E-Plus/BASE auf.



Michael Duisberg.

18 DUISBERG TEAMS

Michael Duisberg Die Mönchengladbacher haben sich in zwei Märkten aufgestellt: Für regionale Kunden am Niederrhein

arbeiten sie als klassische Werbe- und PR-Agentur im Full-Service. Nationale und internationale Kunden nutzen Duisberg Teams hingegen für hochspezialisierte Beratungsprojekte im strategischen und operativen Marketing. Das 8-köpfige Team um Michael Duisberg, der sich nach Management-Tätigkeiten in einer internationalen Agenturgruppe 1994 selbstständig machte, versammelt hier Expertise in den Branchen Medien, Telekommunikation, Immobilien und Sport. Vom Agentursitz Eickesmühle aus, dem ehemaligen Rheydter Schlachthof, bedient Duisberg Teams derzeit Kunden wie Deutsche Telekom, DFB, DFL, Heinrich Schmidt Gruppe, KBHT, Regiocast, Schlafhorst Businesspark und die Standort Niederrhein GmbH.

20 THAT WORX



Heiko Krughöfer.