

## **PRESSE-INFORMATION**

Mainz, den 10. März 2009

Unternehmensphilosophie setzt Maßstäbe

### **BARTENBACH AG revolutioniert mit Kreativer Kooperative die Agenturszene**

Nach 11-jähriger Agenturgeschichte bricht bei BARTENBACH in Mainz ein neues Zeitalter an: Die GWA-Agentur setzt auf ein innovatives Unternehmensmodell, das mit konsequenter integrierter Kommunikation, einer interdisziplinären Aufstellung der Teams und medienübergreifenden Konzepten den neuen Anforderungen der Kommunikationsbranche gerecht wird. BARTENBACH sieht die Trennung der Fachbereiche Online und Offline als unzeitgemäß an und führt mit der Kreativen Kooperative alle Units zu einer integrierten und flexiblen Einheit zusammen.

Das Modell wird begleitet von einem kompletten Relaunch der Unternehmenskultur, der die Mitarbeiter und Kunden fit für die Zukunft macht.

Damit nimmt das mittelständische Unternehmen eine Vorreiterposition in der Agenturszene ein. Der Kreativ-Dienstleister verzeichnet bereits erste erfolgreiche Geschäftsabschlüsse aufgrund des neuen Modells.

#### **Schlüsselwort: Integrierte Kommunikation**


Ein Umsatzrekord von plus 30 Prozent im Jahr 2008 bietet den entsprechenden Rückenwind, um die Kreative Kooperative mit mutigen Schritten zum Leben zu erwecken. „Die Kreative Kooperative ist unsere Antwort auf die unüberschaubare Dichte an Informationen, die uns täglich



überflutet“, erläutert Tobias Bartenbach, Chief Executive Officer der BARTENBACH AG. „Wir wollen gezielt kommunizieren, denn unsere Informationen sollen die Rezipienten am gewünschten Ort und in der gewünschten Form erreichen. Damit beginnen wir bereits bei der Organisation unserer Teams“. BARTENBACH stellt hierfür die bisherigen internen Strukturen auf den Kopf: Abteilungen sitzen nicht mehr hermetisch getrennt. Stattdessen werden die Teams je nach Anforderung und Projekt zusammengeführt. Kurze Wege und ein kontinuierlicher Austausch ermöglichen ein Maximum an Effizienz: Ein Art Director und ein Conceptual Designer teilen sich künftig projektbezogen, z. B. mit einem Web-Developer und einem Text Editor, das Büro. Für den Kunden gibt es einen zentralen Ansprechpartner, der die Informationen bündelt und kooperativ weiterentwickelt.

### **Was ist die Kreative Kooperative?**

Kreative Kooperative bezeichnet die neue und maßgebende Unternehmensphilosophie, die den Ausgangspunkt für das gesamte Leistungsspektrum der kreativen Wertschöpfungskette darstellt. BARTENBACH versteht sich als offenes, flexibles System von Identitäten und Leistungen, das sich optimal den Anforderungen des Kunden anpasst. Crossmediale Konzeption, interdisziplinäre Aufstellung der Teams sowie strategische Markenentwicklung sind der Nährboden für perfekt integrierte Kommunikation. „Im konstruktiven Zusammenspiel von Agentur, Kunden und Dienstleistern definieren wir uns immer wieder neu – je nach Situation und Bedarf“, erläutert Uwe Merz, Chief Creative Officer bei BARTENBACH und Triebfeder der Mission. Die rasante Veränderung des Kommunikationsmarktes mit einer nicht mehr zu erfassenden Anzahl an Medien, Kanälen und Funktionen verlangt eine neue Unternehmenskultur: „Die Kreative Kooperative ist die Antwort auf die Herausforderungen der Zeit und ermöglicht uns, bedürfnisorientiert und effizient auf die Dynamik der Märkte zu reagieren“, so Tobias Bartenbach.



### **Grundlage: die sechs Thesen**

Leitfaden für die neue Unternehmensausrichtung sind die sechs Thesen der Kreativen Kooperative: Kreativität, Kooperation, Innovation, Interaktivität, Effizienz und Kommunikation. Sie definieren das Leistungsportfolio der BARTENBACH AG und sind Orientierungsmaßstab für alle Kreativ-Dienstleistungen.

Ein speziell entwickeltes Phasenmodell im Bereich Projektmanagement integriert die Kreative Kooperative in die alltäglichen Arbeitsabläufe. Ein flexibles System von Projektphasen gliedert jede Kommunikationsmaßnahme in eine transparente Leistungseinheit, die jederzeit einzusehen und nachvollziehbar ist.

### **Die Strategie**

Die Kreative Kooperative legt Wert auf Wettbewerbs- und Zukunftsfähigkeit: So wurde auch das Team um Lene Schütz, Senior Strategic Planner bei BARTENBACH, deutlich erweitert. Mit Communication Planning schafft die Agentur einen neuen Expertenpool, der die Abteilungen Media und Strategie zusammenführt. Kernkompetenz des neu formierten Teams werden zukunftsweisende Markenbildungsprozesse sein: „Das von BARTENBACH entwickelte Brand-Gates-Modell wird die Markenentwicklung und -führung in den kommenden Jahren nachhaltig beeinflussen und im Bereich Kommunikations-Beratung neue Maßstäbe setzen“, so Schütz. „Insbesondere das Lokalisieren von Berührungspunkten – wo und mit welcher Erwartung trifft der Kunde auf das Produkt – wird die Effizienz von Kommunikationslösungen der Zukunft bestimmen.“

### **Neues Gesicht – online und offline**

BARTENBACH lebt die Interaktion – in ihrem internen wie externen Erscheinungsbild. Im Zuge der Kreativen Kooperative vollzog die Mainzer Agentur einen kompletten Relaunch und entwickelte eine zukunftsweisende




Corporate Identity, die voll auf Interaktion setzt: Unter [www.bartenbach.de](http://www.bartenbach.de) wird die innovative Unternehmenskultur auf höchstem technischen Niveau lebendig. Ein eigens von der Agentur entwickelter und direkt in das Webportal integrierter Instant-Messenger ermöglicht eine Kontaktaufnahme zu dem gewünschten Ansprechpartner in Echtzeit. Eine flache Navigations-Hierarchie garantiert Übersichtlichkeit und eine zielführende Informationsaufnahme. Die dynamische Benutzeroberfläche passt sich geschmeidig dem jeweiligen Userverhalten an und lädt zum Erkunden ein. Sogar die Agenturräumlichkeiten zeigen sich in neuem Gewand. Die aktuelle Farb- und Schriftwelt erstreckt sich von Konferenzräumen bis zu den einzelnen Arbeitsplätzen und erweckt die Kreative Kooperative auch optisch zum Leben.

### **BARTENBACH @ Social Media**

Nicht nur das neue Webportal lädt zum Interagieren ein, auch das Social Netlife der Kreativen Kooperative ermöglicht einen direkten Austausch. Ob Twitter oder Facebook, in verschiedenen Social Networks und Webdiensten lebt die BARTENBACH AG ihre Mission und sucht den unmittelbaren Dialog mit Kunden, Kollegen und Freunden. Die Kreative Kooperative ermöglicht so eine zeitgemäße Teilnahme an kommunikativen und kreativen Prozessen – authentisch und auf Augenhöhe.

### **Der BARTENBACH-Navigator**

Ein weiterer Baustein der Kreativen Kooperative ist der BARTENBACH-Navigator: Er ist Grundlage für die individuelle und persönliche Karriereplanung der Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter. In kontinuierlichen Zielvereinbarungsgesprächen passt sich der Aufgabenbereich den jeweiligen Wünschen und Anforderungen an. Auch hier steht die Kooperative im Vordergrund: Das dynamische Zusammenwirken von Arbeitgeber und -nehmer ermöglicht dem Unternehmen eine flexible sowie nachhaltige Ausrichtung und sichert die Zukunftsfähigkeit der BARTENBACH AG.



### **Der Erfolg**

Nicht nur die Bilanz, sondern auch die Mitarbeiterzahl wächst kontinuierlich: Die BARTENBACH-Gruppe, bestehend aus den Unternehmen BARTENBACH AG und BARTENBACH Marketing Services, ist mit über 100 Mitarbeitern größter Kommunikations-Dienstleister am Standort Mainz. Die Schallmauer der 100 Beschäftigten wurde Ende 2008 durchbrochen – Tendenz weiterhin steigend.

Auch die Fachwelt ist auf die GWA-Agentur aufmerksam geworden: Die Redaktion des renommierten Fachmagazins Werben & Verkaufen (W&V) zählt Tobias Bartenbach aufgrund des innovativen Geschäftsmodells zu den 100 Top-Managern des Jahres 2008 im Bereich Kommunikationswirtschaft (W&A, Nr. 1-2, 8. Januar 2008).

### **Ein Blick in die Zukunft**

Das Jahr 2009 steht bei BARTENBACH ganz im Zeichen der neuen Unternehmenskultur, die nicht nur in Fachkreisen für Aufsehen sorgen wird. „Die Kreative Kooperative ist das Qualitätssiegel der Zukunft. Sie wird die Kommunikationsbranche langfristig in ein neues Licht rücken: Unterschiedliche Medien, Kanäle und Funktionen verschmelzen zu multimedialen Tools – wir haben eine Antwort darauf, die Schule machen wird“, so Tobias Bartenbach.

141 Zeilen à ca. 60 Zeichen (7.899 Zeichen)



Die BARTENBACH AG ist die erste Kreative Kooperative in Deutschland und mit über 100 Mitarbeitern größter Kommunikations-Dienstleister am Standort Mainz. Kernkompetenz der Kreativen Kooperative ist konsequent integrierte Kommunikation, die durch die interdisziplinäre Aufstellung der Teams und medienübergreifende Konzeption entlang der kreativen Leitidee gewährleistet wird.

Die inhabergeführte GWA-Agentur BARTENBACH AG bietet das gesamte Leistungsspektrum der kreativen Wertschöpfungskette inhouse und betreut u. a.: 1. FSV Mainz 05 (Sport), ALMIG Kompressoren (Maschinenbau), ANZAG (Pharma), Bonnfinanz (Finanzdienstleistungen), Buena Vista International (Film), Coface Deutschland (Finanzdienstleistungen), D&B Deutschland (Informationsdienstleistungen), DA Direkt (Versicherungsdienstleistungen), dtms Deutsche Telefon- und Marketing Services (Telefonie), DURAN Group (Laborglas), F. W. Langguth Erben (Weinkellerei), Fiat Group Automobiles (Marke: Alfa Romeo), Frankfurt Performance Management (Finanzdienstleistungen), Groupe SEB (Marken: Lagostina, Tefal, Krups), GWV Fachverlage (Verlagswesen), Iberostar Hotels & Resorts (Touristik), International Building Products (Verbindungstechnik), Neckermann Reisen (Touristik), Novo Nordisk (Pharma), SCHOTT (Spezialglas), Stadtwerke Mainz (Versorgungsunternehmen), Thomas Cook (Touristik), Weber Stephen Deutschland (Grillhersteller), ZDF Enterprises (Film), Zurich Gruppe (Finanzdienstleistungen)

**Pressekontakt**

Johannes Schurz · PR Consultant

BARTENBACH AG · An der Fahrt 8 · 55124 Mainz

Telefon: 0 61 31/910 98-120 · E-Mail: [johannes.schurz@bartenbach.de](mailto:johannes.schurz@bartenbach.de)

Weitere Informationen unter [www.bartenbach.de](http://www.bartenbach.de) in unserem Pressebereich

