

CHANGE 2.0

Seit über 20 Jahren sind Christian und Beate Walter mit der agentur walter in der Marketingbranche tätig. Mit ihrem holistischen Konzept „Change 2.0“ setzen sie auf einen Mix aus modernen Kommunikationskonzepten und Maßnahmen zur Unternehmens- und Persönlichkeitsentwicklung, die mittelständische Unternehmen in Zeiten von Globalisierung und Digitalisierung zur Zukunftsfähigkeit verhelfen soll.

Text: Chloé Lau
Fotos: Markus Schnitzler



Wer an Unternehmertum, Selbständigkeit und Gründungsmentalität denkt, hat wohl auch ein eher urbanes Umfeld im Kopf. New York, London oder Berlin gelten als Hochburgen der Innovation, als Zentren des Unternehmertums. Sich im ländlichen Raum selbständig zu machen, ist als Werbeagentur eher ungewöhnlich. Dessen waren sich auch Christian und Beate Walter bewusst, als sie die gemeinsame agentur walter gründeten. Doch die Verbundenheit zur eigenen Heimat, dem bayerischen Gundelfingen, und die hohe Lebensqualität auf dem Land überwog stets den Wunsch in eine Metropole zu ziehen.

„Dank Internet und den heutigen Kommunikationsformen können wir unsere Kunden von überall aus perfekt betreuen“, so Beate Walter (im Bild: 2.v.l.). Beide sind der Auffassung, dass es in einer Marketingagentur nicht mehr nötig ist, dass alle Mitarbeiter physisch und „9-to-5“ zusammenkommen. Das eigene Verständnis eines modernen Marketinghubs ist einer der Gründe, warum die Agentur zunehmend auch auf „neue Dienstleistungen“ setzt. Stark kooperiert wird dabei mit Sebastian Vogg, einem Experten im Bereich Online-Marketing.

Das alles ist umso erstaunlicher, wenn man sich die Geschichte der Agentur ansieht: Nach der Ausbildung zum Typografiker und dem Studium des Mediendesigns gründete Christian Walter (im Bild: 1.v.l.) 1996 das Unternehmen „dtp design walter“ – der Vorgänger der heutigen agentur walter. Damals konzentrierte sich Christian Walter noch hauptsächlich auf Verlagstätigkeiten, etwa Buch- und Magazinproduktionen. Bereits zu Beginn des neuen Jahrtausends erkannte das Unternehmen die immense Bedeutung der digitalen Welt, die auch das eigene Geschäft massiv verändern würde. Beate Walter stärkte die Expertise. Die studierte Diplom-Kauffrau fokussierte sich früh auf das Thema Marketing und war als International Brand Managerin tätig.

2004 folgte die Umfirmierung und die neue strategische Ausrichtung: Der Auftritt erfolgt seither als Full-Service Werbeagentur.

Für die agentur walter bedeutet modernes Marketing jedoch nicht, etablierte Geschäftsfelder zu ignorieren. Deshalb wird das Portfolio in ein Vier-Säulen-Modell gegliedert. Neben strategischer und konzeptioneller Marketingberatung bietet das Unternehmen im Bereich Printmarketing kreative Dienstleistungen wie Industriemarketing, gesamtheitliche Magazinproduktionen oder klassische „Billboard-Werbung“ an.

Doch darüber hinaus offeriert die Agentur dem eigenen Klientel – vorrangig mittelständischen Unternehmen – auch umfassende Lösungen im Content- und Online-Marketing. Dabei ist die Herausforderung, Unternehmen inmitten der Transformation von einer analogen in eine digitale Welt zu führen, zugleich die größte Chance für die Marketingexperten. „Neben dem Online-Marketing mit all seinen Facetten, sehen wir die Zukunft auch in der strategischen und persönlichen Begleitung der Unternehmen hinsichtlich Markenentwicklung, Unternehmensführung und Personal Management“, so Christian Walter.

Das bedingt abseits von klassischen Agenturleistungen auch ein breites Angebot an Coachings und Seminaren. Dazu gehören Fachtrainings im Bereich des Online-Marketing, aber auch Persönlichkeitsseminare, um die eigene Persönlichkeit zu stärken und als Führungskraft zu wachsen.

„Jeder Prozess, auch in einer zunehmend digitalisierten Welt, ist auf das Zusammenspiel der Menschen innerhalb des Unternehmens zurückzuführen. Man muss die Mitarbeiter begeistern und ihnen Entwicklungschancen bieten, um sie zukunftsfähig zu machen“, erklärt Beate Walter. „Die Digitalisierung hat vielen unserer Kunden eine Internationalisierung ermöglicht. Oft wachsen die inneren Strukturen im Unternehmen aber nicht mit dem Markt“, ergänzt Christian Walter.

Ganz zufällig ist dieser moderne Fokus nicht entstanden: Den Geschäftsführern war es ein großes

Anliegen, eine tiefgreifende Strategie zu entwickeln, um das Angebot zusammenzufassen: „Change 2.0“. Mit den Kunden wird dabei auf zwei Ebenen gearbeitet: Einer unternehmerischen und einer, die die Persönlichkeitsentwicklung betrifft. „Die Zielbilder, die hierbei entstehen, legen wir übereinander und leiten daraus eine verbindliche Roadmap ab“, erklärt Christian Walter.

Die agentur walter versucht stets zu erkennen, wann externe Expertise gefragt ist und greift hierfür auf ein gewachsenes Kompetenz-Netzwerk zurück. Ein solcher Experte ist etwa Hans Wörle (im Bild: 2.v.r.): Mit langjähriger Erfahrung im Verlagsgeschäft ausgestattet, kennt Wörle die Herausforderungen mittelständischer Unternehmen aus erster Hand. Aktuell ist der studierte Landwirt als Manager in einem deutschen Fachverlag tätig. „Ich bin ein Verlagsgewächs, habe aber auch reichweitengetriebene online-Portale mit aufgebaut – und vor allem den digitalen Wandel im Verlagsgeschäft hautnah mitgestaltet“, so Wörle. Für die agentur walter arbeitet Wörle als Berater, der anderen dabei helfen soll, den Generationenwandel in Unternehmen erfolgreich zu gestalten und die beteiligten Persönlichkeiten entsprechend zu entwickeln.

Ein Phänomen, welches Wörle immer wieder begegnete, war die große Ambivalenz produzierender Unternehmen: Während sie in ihrem Kerngeschäft brillierten, hinkten sie bei den Anforderungen der digitalen Welt hinterher.

Diese Erfahrung macht auch Sebastian Vogg häufig. Der Online-Marketing-Experte deckt für die agentur walter ein großes Portfolio digitaler Dienstleistungen ab. Mit seinen 23 Jahren ist er genauso alt wie die agentur walter, wie er lachend erzählt.

Dennoch ist er bereits Inhaber seiner eigenen Marketingagentur – ONLINE MARKETING VOGG. Im Gegensatz zu seinem Partner hat Vogg sich – entsprechend seiner Sozialisierung – auf Online-Marketing spezialisiert. Seine Königsdisziplin ist dabei das Performance Advertising, worunter



Zwischen Hans Wörle (links) und Sebastian Vogg (rechts) liegt eine Generation, die Passion für innovative Ansätzen eint sie.

„Oft wachsen die inneren Strukturen im Unternehmen nicht mit dem Markt.“

Christian Walter

zeigt. Die kürzlich durchgeführte Umfrage des Bundesverbands für Informationswirtschaft, Telekommunikation und neue Medien stellte fest, dass 58 % der Geschäftsführenden im deutschen Mittelstand der Meinung sind, in Sachen Digitalisierung ein Nachzügler zu sein. Zudem ergab die Umfrage, dass rund 46 % der Überzeugung sind, auch ohne weitere Maßnahmen im Rahmen der digitalen Transformation in den nächsten drei Jahren den bisherigen Umsatz halten zu können. Neben den richtigen Implementationen, scheitert es also oftmals bereits an der Denkweise der Unternehmen.

Vogg erklärt sich das neben der Generation der Führungskräfte in Deutschland vor allem auch durch die scheinbar nicht vorhandene Notwendigkeit, über solche Themen nachzudenken – „bis zu dem Punkt, an dem die Konkurrenz einen einholt.“ Als die größten Hemmnisse aus Sicht der Geschäftsführung wurden bei einer Studie des Marktforschungsinstituts GfK der Mangel an qualifizierten Mitarbeitern (76 Prozent), fehlende Zeit

(50 Prozent) und fehlende Erfahrung (45 Prozent) genannt.

Mit der Hilfe von Voggs Team ist auch die agentur walter kräftig gewachsen: Neben Besetzungen in den Bereichen Beratung, Design und Redaktion ergänzt das Online Team die Agentur heute um neun weitere Mitarbeiter, die in einem Freelancer-Verhältnis tätig sind. Ähnlich wie Christian und Beate Walter, lebt Vogg seine Selbständigkeit „remote“ aus – und spannt auch im eigenen Team lieber ein virtuelles Netz, als seinen Mitarbeitern Ortsgebundenheit aufzuerlegen. Insgesamt zählt die agentur walter mittlerweile 20 Mitarbeiter. Viele der Kunden setzen bereits seit über einem Jahrzehnt auf die Zusammenarbeit – dazu zählen international tätige Unternehmen, die quer durch alle Branchen tätig sind.

Das Online-Business fundiert aufzustellen, ist für Beate und Christian Walter auch eine strategische Entscheidung. Denn um als

Marketingagentur interessant zu bleiben, muss man die Trends erkennen, dessen ist sich das Duo bewusst. „Die Zukunft wird in allen Unternehmensprozessen zunehmend datengetrieben sein – Stichwort Data-Mining und künstliche Intelligenz. Die Erstellung exakter Zielgruppenprofile und eine punktgenaue Zielgruppenansprache wird den Unterschied ausmachen“, so Beate Walter.

Vogg hakt ein: „Darum gelingt die Kooperation auch so gut. Der Fokus auf strategische Themen und der Blick in die Zukunft eint uns – obwohl hier letztendlich drei Generationen vereint sind.“

Was für den jungen Gründer künftig wichtig sein wird, sind die Aspekte Kreativität und Strategie: „Ich glaube, viele Berufe im Digital-Marketing, etwa jener des Webdevelopers oder Performance Advertisers, werden ab einem bestimmten Zeitpunkt überflüssig sein.“ Bis es aber soweit ist, wird Vogg im Transfer mit der agentur walter stehen – und vice versa.

Welche Ziele die agentur walter für die Kunden verfolgt, ist klar. Doch was wollen sie selbst noch erreichen? Christian Walter formuliert – ganz kooperativ – Kundenziele und eigene Ziele in einem: „Wir haben es uns zur Aufgabe gemacht, mittelständische Unternehmen bei ihrem Sprung in die digitale Welt mit einem holistischen Marketingkonzept zu begleiten. Indem wir unser Potenzial ausschöpfen, bringen wir auch unsere Kunden in ihr volles Potenzial.“

Christian Walter absolvierte eine Ausbildung zum Typografiker, danach folgte das Studium des Mediendesigns. Im Februar 1996 gründete er „dtp design walter“, Vorläufer der heutigen agentur walter, die er nun zusammen mit seiner Frau Beate Walter leitet. Sebastian Vogg unterstützt die agentur walter im Online Marketing, Hans Wörle in strategischen Projekten.

man die Konzeption und die Optimierung von wirksamer Werbung auf Social Media versteht.

Seit 2018 übernimmt Vogg mit seinem Team Aufträge, die die agentur walter an ihn weitergibt. Der Kontakt entstand über Voggs Bruder Matthias, der für die agentur walter im Bereich der Online-Redaktion tätig ist. Die Partnerschaft ist beidseitig erfolgreich: Vogg selbst konnte sein Werbebudget auf mittlerweile über 25 Millionen € steigern, die agentur walter konnte den strategisch wichtigen Bereich des Online-Marketings im eigenen Unternehmen verankern und in Partnerschaft mit Vogg ausbauen.

Vom Spezialist für Suchmaschinenwerbung, dem Performance Manager bis hin zum Social-Media-Experten und Webdeveloper bietet Sebastian Vogg eine breitgefächerte

Ergänzung zum Profil der agentur walter. Für Vogg selbst ist das Klientel seines Partners Neuland. Er, der sonst mit Unternehmen wie dem Bonner Smoothie-Hersteller True Fruits oder dem Online-Trendshop Westwing arbeitet, trifft durch die Zusammenarbeit vorrangig Unternehmen, die als „Online-Neulinge“ einzustufen sind. Und muss dabei erstmals vor allem grundlegende Dinge beheben.

Vogg: „Oftmals hakt es schon bei so schlichten Dingen wie der mobilen Kompatibilität der Website oder dem Fehlen von Social Media-Accounts. Das sind aber keineswegs Einzelfälle,“ so Vogg.

In Deutschland sind mittelständische Unternehmen im Wettlauf der digitalen Transformation besonders träge, wie der internationale Vergleich