

Den Unternehmen ihre Sprache geben

AGENTUR WITT: Schlüsselwörter zum Erfolg

Die Agentur Witt bringt Unternehmen das Sprechen bei. Besser gesagt: das richtige, werbewirksame Sprechen. „Marken und Unternehmen haben meist ein klar definiertes Gesicht, also Gestaltungsvorgaben oder ein sogenanntes Corporate Design“, sagt Rainer Witt, Geschäftsführer der Agentur Witt in der Tullastraße 89.

Doch für die Worte und Sprachstilistik, mit denen Leistungen und Produktvorteile kommuniziert werden, gibt es häufig kein klares Konzept, geschweige denn eine definierte Struktur. Genau hier setzt Witt mit seinen vier Mitarbeitern an. Statt mit austauschbaren Floskeln und Allgemeinplätzen im täglichen Sprachwirrwarr unterzugehen, sollen Firmen durch eigenständige Botschaften auf sich aufmerksam machen. Und zwar solchen, die jeder Mensch versteht.

Das richtige Wort finden

„Die gängige Lehrmeinung“, sagt Witt, „geht dahin, dass Bilder die Botschaft transportieren. Doch das ist nicht mehr zeitgemäß.“ Die Sprache würde viel zu sehr vernachlässigt, und dadurch auch die eine oder andere Chance verschenkt, sich dem Kunden einzuprägen. „Gerade in unserer extrem bildlastigen Kommunikationslandschaft können die richtigen Worte der entscheidende Erfolgsfaktor sein“, sagt Witt.

Das gelinge zum Beispiel besonders gut mit einem Keyword-Konzept, also einem Schlüsselwort, das im Zusammenhang mit einem bestimmten Produkt oder einer bestimmten Marke immer wieder auftaucht. Witt hat ein solches Konzept vor vier Jahren zum Beispiel für Riegeler-Bier entwickelt,

das Schlüsselwort lautet „herzerfrischend“. Dazu gibt es ein neues Produktdesign mit Bügelflaschen und neuen Etiketten, ein neues Logo und vor allem eine neue Produktpositionierung, nämlich als das Bier vom Land.

Der Markenrelaunch ist erfolgreich. „In einem insgesamt rückläufigen Markt wächst Riegeler gegen den Trend“, sagt Witt. Das Konzept Landbier in der Bügelflasche sei eine Erfolgsstory, die dieses Jahr mit dem neuen Produkt Landbier vom Fass auch in der Gastronomie fortgesetzt werde.

Bescheidener Auftritt ist wieder angesagt

Aktuell sei in der Werbung ein Rückgang der Superlative feststellbar, sagt Experte Witt. Vor allem vor dem Hintergrund der Wirtschaftskrise legen die Unternehmen nun wieder verstärkt Wert auf einen bescheideneren und verständlicheren Auftritt. „Für 2009 sind vor allem die Themen Gemeinschaft – symbolisiert durch das Wort wir –, Qualität als Rückbesinnung auf das Wesentliche in Krisenzeiten, Performance und Optimismus im Fokus“, erklärt Witt.

Der Erfolg der Agentur Witt, die sich auf Markenführung und Markensprache spezialisiert hat, erfährt auch in der Branche Anerkennung: Die Arbeiten des Quintetts werden regelmäßig in das renommierte „Jahrbuch der Werbung“ aufgenommen. *cfr*

INFORMATION:

Agentur Witt
Rainer Witt
Tullastraße 89 (Noll Turm)
79108 Freiburg
☎ 0761/5562410
info@agenturwitt.de
www.agenturwitt.de