

Herr Sieber, welche aktuellen Trends sehen Sie im Bereich der Werbung und des Marketings?

Mit dem technischen Fortschritt haben sich die Rahmenbedingungen der Informa-

tionsaufbereitung geändert. Veränderte Seh- und Wahrnehmungsgewohnheiten der Nutzer fordern schon seit Jahren ein Umdenken, so werden in unserem Büro Kampagnen meist unter Erstberücksichtigung der Onlinemedien entwickelt. Inhalte müssen auf Laptops, Tablets oder Smart-

phones verständlich dargestellt werden. Texte mit Tausenden von Zeichen werden jedoch auf Smartphones nicht gelesen. Aus diesem Grund stehen reduzierte Gestaltung, punktgenaue Argumentation und eine klare Benutzerführung immer im Vordergrund unserer Ausarbeitungen.

veranstaltungen in Papierform weitergegeben, gleichzeitig stehen sie aber auch als Presedownload online zur Verfügung.

Können Sie uns einige aktuelle Beispiele Ihrer Leistungen geben?

Ja gerne, wir erstellen zum Beispiel für einen international agierenden Pulverlackhersteller mit Firmensitz in Bologna aufwendige Kataloge, Plakate, Themenprospekte und vieles mehr in sechs Sprachen. Wir betreuen den Marken-Etat eines schweizer Konzernes für den deutschen Markt, hier gestalten und schalten wir Anzeigen und machen sehr breit angelegte Pressearbeit für die Fach- und Publikumspresse unter starker Einbeziehung der Onlinemedien. Wir arbeiten für Verbände, Industrie und Verlag; betreuen auch sehr viele Kulturprojekte, die meisten davon ehrenamtlich. Dazu haben wir zahlreiche Kunden-Websites online, die wir regelmäßig pflegen und warten.

Und was ist mit den klassischen Medien wie Katalogen, Prospekten etc?

Die wird es natürlich weiterhin geben, aber deren Bedeutung als primäre Kundeninformation schwindet. Wir haben z.B. komplexe Onlineshops entwickelt, die Kataloge zu großen Teilen ersetzen können.

Sie bearbeiten mit Ihrem Büro beide Bereiche?

Selbstverständlich, es gibt Bereiche, da greifen Print- und Onlinemedien ineinander. So können Themenkataloge und -prospekte ein Gesamtportfolio unterstützen, welches online zugänglich ist. Pressemitteilungen werden auf Messeve-



„Planung ist nicht alles, aber ohne Planung ist alles nichts.“ Rudolf Sieber zeigt die Jahresplanung 2015 für einen Kunden, die während unseres Gesprächs in seinem Büro fertiggestellt wurde.