

# VOLLGAS für die PC-Feuerwehr

Die Werbeagentur Laboratorio und der deutschlandweite Franchisegeber finden sich im Business Club Hamburg

Text Günter Kasel Foto Laboratorio

Die Kreativen von Laboratorio haben das Ohr am Puls der Zeit und sie haben den Business Club Hamburg als Plattform für ihr engagiertes und erfolgreiches Networking entdeckt.

## Vom lockeren Business-Talk zum konkreten Auftrag

Die vom Club-Management angebotene Vermittlung nahmen die Neumitglieder Sascha Strauer und Julia Bastian anfangs gerne an. Nach wenigen Clubbesuchen im September 2007 waren die ersten Kontakte geknüpft und die Geschäftsführer von Laboratorio und PC-Feuerwehr hatten sich gefunden. In der offenen Atmosphäre des Business Clubs vertieften sich die Gespräche zusehends und schon bald hielten Sascha Strauer und Julia Bastian eine seitenlange To-do-Liste des deutschlandweit agierenden Franchisegebers für PC-vor-Ort-Services in Händen. Diese sollte innerhalb eines höchst ambitionierten Zeitplans abgearbeitet und umgesetzt werden. Der Name «PC-Feuerwehr» versteht sich eben auch als Programm.

## Geniale Geschäftsideen und kongeniale Werbung

Hinter jeder guten Marke steckt eine gute Idee. So auch bei der PC-Feuerwehr. Bereits als Informatikstudent hatte Michael Kittlitz die Vision, den Servicesumpf im Computer-Bereich einzudämmen. Die anfangs für den Raum Hamburg entwickelte Geschäftsidee eines hochwertigen und jederzeit verfügbaren PC-Services zieht mittler-

weile deutlich größere Kreise. Ein Grund mehr, das umfassende Dienstleistungsangebot der PC-Feuerwehr mit einer professionellen Außendarstellung und nachhaltigem Brand-Building in den Köpfen der Firmenchefs und Privatpersonen zu verankern. Für die neuen Geschäftspartner Laboratorio und PC-Feuerwehr ging es nach der „Warm-up-Phase“ richtig zur Sache. Immerhin sollte die Marke durch einen Relaunch noch erfolgreicher kommuniziert werden. Denn in dem ausgedünnten Markt konnten weitere kompetente Franchisenehmer nur mit starken Botschaften, treffender Tonalität und geeigneten Bildwelten gewonnen werden.

Eine Aufgabenstellung, die Laboratorio durch umfassende Marketing- und Werbeaktivitäten umsetzte. Mit einem definierten Monatsbudget ausgestattet, wurden der Internetauftritt innerhalb von sechs Monaten komplett überarbeitet, ein Promotionkonzept realisiert, neue Anzeigen- und Plakatsujets geschaltet, Flyer und Broschüren erstellt, Geschäftsunterlagen optimiert und Neukundenadressen generiert.



Julia D. Bastian, Sascha Strauer, Manja Wittkowski und Michael Kittlitz

## Kleine, selbstbewusste Agenturen auf dem Vormarsch

Natürlich stellt sich die Frage, weshalb ein renommier-tes Unternehmen den Werbeetat einer vergleichsweise kleinen und jungen Werbeagentur anvertraut. Und dies in der Werbemetropole Hamburg, wo das Who's who der Werbebranche zuhause ist. Dafür gibt es nicht nur für Michael Kittlitz viele und gute Gründe. Zum einen entsteht

das für die Zusammenarbeit unabdingbare Vertrauen in der Regel bei kleineren Agenturen schneller und intensiver. Nicht zuletzt, wenn sich beide Parteien in einer Umgebung, wie sie der Business Club Hamburg bietet, ausgiebig beschnuppern können.

Zum anderen möchten viele Auftraggeber wissen, wer denn nun konkret auf Agenturseite die Arbeit erledigt. In Agenturen, die mit fünf bis fünfzehn Kreativen und einem jederzeit abrufbaren Netzwerk agieren, sind die Inhaber meist noch selbst in die einzelnen Kreativarbeiten involviert. Bei den global operierenden Werbegiganten wird man hingegen schnell zum B-Kunden und in der Folge auch von der B-Mannschaft betreut.

## Das Schlüssel-Schloss-Prinzip

Auch Michael Kittlitz setzt für seine komplexe Markenwerbung auf die Vorteile einer inhaberbetreuten Agentur. In der Zusammenarbeit mit Laboratorio stehen für ihn Flexibilität und Schnelligkeit an erster Stelle. „Ohne riesigen Verwaltungsapparat und exaktes Zeitkorsett bleibt mit Laboratorio mehr Zeit, anspruchsvolle Themen und Probleme gemeinsam durchzudenken. Und dies, ohne dass der Kostenzähler ständig läuft“, so der PC-Spezialist. „Die vereinbarten Ziele setzen die Spezialisten von Laboratorio dann in Eigenregie und ohne ständige Rückfragen um, was die in der anfänglichen Beratungsphase investierte Mehrzeit wieder kompensiert“, ergänzt Michael Kittlitz.

Laboratorio und PC-Feuerwehr verstehen sich als Parade-Dienstleister, die den Servicegedanken vollständig verinnerlicht haben. Damit sind sie auch offen für Fragen und Wünsche, die ursprünglich nicht im Vertrag standen, die aber der direkten Lösung dienen. Das große Plus der beiden: Hier wie dort arbeiten die Inhaber ständig mit. Michael Kittlitz steht als „Oberbrandmeister“ seinen Franchisenehmern Tag und Nacht zur Verfügung und bei Laboratorio sind alle fünf Gesellschafter permanent in den Workflow involviert.

## Am Schluss zählen Ergebnisse

Der Erfolg des Geschäftsmodells von Michael Kittlitz misst sich am Zuwachs seiner Franchisenehmer. Und der kann sich nach den Marketing- und Werbemaßnahmen von Laboratorio wahrlich sehen lassen. So konnten für die PC-Feuerwehr von September 2007 bis heute weitere 11 PC-Feuerwehr-Standorte eröffnet werden, womit die PC-Feuerwehr nunmehr mit 38 Franchisepartnern in ganz Deutschland vertreten ist.

Bei so viel Erfolg verfolgen die beiden Unternehmen auch weiterhin hochgesteckte Ziele. Für Deutschland wird die Wachstumsstrategie fortgesetzt und gleichzeitig eine Expansion in europäische Nachbarländer angestrebt. Hierfür soll Laboratorio das Brand-Building der PC-Feuerwehr intern und extern weiter forcieren. „Auf Laboratorio warten in den nächsten Monaten noch eine Menge spannende Marketing- und Werbeaktivitäten“, meint der Geschäftsführer der PC-Feuerwehr, „und alles mit Martinshorn und Blaulicht, versteht sich.“ —

## Die Kooperationspartner

### Über Laboratorio

Laboratorio ist eine Full-Service-Agentur, deren Kernteam aus den fünf Gesellschaftern besteht. Eine pulsierende Mischung aus Erfahrung und preisgekrönter Kreativität. Die im August 2007 gegründete Agentur erweitert das Team bedarfsgerecht um freie Mitarbeiter und greift dabei auf ein engmaschiges Netzwerk an Marketing- und Werbespezialisten zurück. Die Schwerpunkte von Laboratorio liegen in der Kommunikationsstrategie, in der Kreation und Texterstellung sowie in der projektbezogenen Mediaplanung. Laboratorio GbR hat ihren Sitz in Hamburg am Stadtdeich 27 und kann jederzeit persönlich oder unter [www.laboratorio-hh.de](http://www.laboratorio-hh.de) besucht werden.

### Über PC-Feuerwehr

Als 24-Stunden-Notdienst löst die PC-Feuerwehr Computer- und Telekommunikations-Probleme jeglicher Art. Dabei setzt der älteste PC-vor-Ort-Service auf ein bundesweites Netz von bislang 38 Franchisenehmern. Das Unternehmen mit der Systemzentrale in Hamburg, Bramfelder Str. 20-22, verfügt über langjährige Erfahrung rund um PC-Service und Franchising. Die PC-Feuerwehr zählt zahlreiche Markenlabels wie die Alte Leipziger Versicherung, ARAL und die Deutsche Telekom zu ihrem Kundstamm. Mehr zur PC-Feuerwehr erfahren Sie unter [www.pc-feuerwehr.de](http://www.pc-feuerwehr.de) oder in einem persönlichen Gespräch.

## Warum bin ich im Club?

In meinem Leben spielen Design, Ästhetik und Kommunikation eine große Rolle, deshalb schätze ich die gepflegte und offene Atmosphäre im Business Club Hamburg. Das Club-Management stellt auf angenehme und dezente Art wertvolle Verbindungen her.

**Julia Dorothee Bastian,**  
Geschäftsführerin Laboratorio GbR

Der Business Club Hamburg ist für mich Schnittstelle zwischen Beruf und Entspannung. Dabei schätze ich die hochkarätigen Referenten zu Wirtschaftsthemen. Der BCH bietet Unternehmern den optimalen Rahmen für Geschäftskontakte.

**Michael Kittlitz,**  
Geschäftsführer PC-Feuerwehr