

PRESSEINFORMATION

Bilanz 2020 von Communication Consultants: Gut navigiert, top platziert

Die Stuttgarter PR- und Content-Agentur ist gut durch das „Corona-Jahr“ 2020 gekommen, bleibt die PR-Agentur Nr. 1 in Baden-Württemberg und gehört bundesweit zu den Top-3-Agenturen für B2B-Kommunikation.

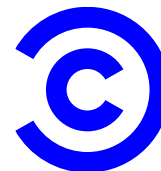
Stuttgart, 25. Mai 2021 – „Kurzarbeit war zum Glück kein Thema, wir hatten eher Mehrarbeit“, sagt Hubert Heinz, Geschäftsführender Gesellschafter von Communication Consultants (CC) mit Blick auf das vergangene Jahr. „Unter Seeleuten würde man wohl sagen, wir haben trotz teilweise schwerer See ganz gut navigiert.“ In Krisenzeiten sind Kommunikatoren in Unternehmen besonders gefordert – und damit auch die Agenturen, die sie beraten und unterstützen. Die Stuttgarter PR- und Content-Agentur für Industrie und Mittelstand ist auf den B2B-Bereich spezialisiert, also Geschäftsbeziehungen zwischen Unternehmen. Ihre Fokus-Branchen wie Bauen, Energie, Technologie und Automatisierung blieben in der Pandemie vergleichsweise stabil. Typisch für CC sind zudem langjährige Kundenbeziehungen. Natürlich gab es auch manch schlechte Nachricht, etwa wenn einzelne Kunden auf Kurzarbeit umstellen und ihre Budgets entsprechend kürzen mussten. Dennoch haben die Stuttgarter Kommunikationsexperten 2020 dank treuer und einer Reihe neuer Kunden einen Umsatz von mehr als 4,4 Millionen Euro erwirtschaftet. Das ist ein kleines Plus von 0,6 Prozent im Vergleich zum Vorjahr.

Weit oben im Ranking

„Angesichts der Pandemie und ihrer Turbulenzen für die globale Wirtschaft sind wir mit diesem Ergebnis sehr zufrieden“, sagt Geschäftsführer und Gründungs-Gesellschafter Markus Engel. Zu langjährigen Kunden wie ATR, Balluff, Bosch, DIN, Metabo, Vivida BKK und WOLFF & MÜLLER sind in den vergangenen Jahren namhafte Unternehmen wie EnBW, LBBW oder Uponor gekommen. Auch im aktuellen Branchenranking des PR-Journals konnte sich die Agentur Top-Plätze sichern: CC bleibt in Baden-Württemberg die Nr. 1 unter den auf PR spezialisierten Agenturen und steht im Spezialranking für Investitionsgüter bundesweit auf Platz 3. Im Gesamtranking der deutschen PR-Agenturen nach Umsatz und Mitarbeiterzahl sind die Stuttgarter auf Platz 37 gelistet.

Intern und digital first

2020 war alles andere als ein normales Jahr. Was und wie kommuniziert wurde, hat sich deutlich verändert. Die Pandemie und ihre Folgen für die Unternehmen waren das vorherrschende Thema. Die Agentur war als Berater und Sparringspartner sehr gefragt: „Unsere Kunden haben ein beeindruckendes



Krisenmanagement aufgebaut. Wir haben sie dabei unterstützt, auch kommunikativ gut durch die Krise zu navigieren, alle Stakeholder schnell und transparent zu informieren und Veranstaltungen zu digitalisieren“, erklärt Heinz. Im ersten Halbjahr der Pandemie lag der Fokus zumeist auf der internen Kommunikation. Es galt, alle Mitarbeiter mitzunehmen, sie über die jeweils geltenden Regeln und Maßnahmen zu unterrichten – oder auch mal auf kreative Art Danke zu sagen. Zugleich gab es einen starken Digitalisierungsschub: Die Unternehmen brauchten Kanäle und Formate, die auch im Homeoffice funktionieren. Für die Agentur bedeutete das eine Verschiebung innerhalb ihrer Leistungsbereiche hin zur internen, Online- und Social-Media-Kommunikation. Auch Videos waren stark gefragt.

Corona-Kommunikation in der Praxis

Ein paar Beispiele: Für den Automatisierungsspezialisten Balluff hat CC in kürzester Zeit eine virtuelle Messe – als Ersatz für die abgesagte Hannover Messe – aufgesetzt. Das Event wurde sowohl auf Social Media als auch mittels Medienarbeit und Online-Anzeigen beworben und weltweit übertragen. Für das Bauunternehmen WOLFF & MÜLLER wurde ein Content-Hub rund um Corona konzipiert, der die Haltung und Aktivitäten des Bauunternehmens mittels Storytelling verdeutlicht. Die ATR SERVICE GmbH, eine der führenden Handelskooperationen im Kfz-Ersatzteilmarkt, lotste ihre Werkstattspartner mit dem Newsletter „Gut informiert“ durch die Krise. Das Bauunternehmen Gustav Epple feierte ein „virtuelles Richtfest“ auf Social Media. Viele Kunden – unter anderem Metabo – bezogen in Lokal- und Fachmedien Stellung zu den Auswirkungen von Corona und erklärten, wie ihr Unternehmen die Krise meistert.

Ein Team auf „Teams“

Natürlich hat auch die Agentur selbst ihre Abläufe pandemiekonform angepasst. Die Zusammenarbeit lief weitgehend über die Plattform Microsoft Teams und digitale Tools. Fast das gesamte, rund 60-köpfige Team war die meiste Zeit des Jahres 2020 im Homeoffice – und ist es auch jetzt, im Mai 2021, noch. Sieben Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter hat die Agentur 2020 neu an Bord geholt, zwei weitere in den ersten Monaten 2021. „Wir haben uns einiges einfallen lassen, um den Neuen den Start zu erleichtern, vom Walk-and-Talk zu zweit draußen bis zur digitalen Kaffeerrunde“, berichtet Engel. Sein Fazit: „Ein gutes Team kann auch unter Corona-Bedingungen zusammenhalten und -wachsen.“

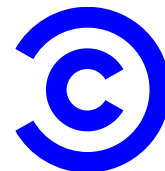


Bild: Ein Team auf „Teams“: Communication Consultants ist gut durch das „Corona-Jahr“ 2020 gekommen. **Quelle: Communication Consultants**

Für Rückfragen:

Hubert Heinz
Communication Consultants
Breitwiesenstraße 17
70565 Stuttgart
+49 711 97893-21
info@cc-stuttgart.de
www.cc-stuttgart.de

Die Meldung finden Sie auch auf:

www.cc-stuttgart.de/presseportal/category/cc

Über Communication Consultants:

Communication Consultants (kurz CC) ist die Stuttgarter Content Factory und als größte PR-Agentur in Baden-Württemberg im B2B-Umfeld für die Schwerpunktbranchen Industrie und Technik, Bauen und Wohnen, Energie und Umwelt sowie Auto und Mobilität tätig. Die CC-Spezialist:innen kennen sich mit technisch komplexen Inhalten aus und setzen sie im Zusammenspiel mit Gestaltung und Technik in wirkungsvolle Konzepte, Kampagnen und Medienprodukte für die interne und externe Kommunikation um. Das inhabergeführte Unternehmen beschäftigt rund 60 Mitarbeiter:innen.