



Michael Meier von der Meersburger Agentur Schindler Parent

Familienunternehmen verstehen

Die Agentur **Schindler Parent** hat den Digital-Bereich ausgebaut. Doch Geschäftsführer **Michael Meier** meint damit nicht vornehmlich die Fähigkeit, Apps oder Websites zu gestalten. Ihm geht es um das Können, die Online-Kanäle richtig zu bespielen. Was es bringt? „Jeder nutzt das Internet gleich, egal ob er privat oder beruflich dort unterwegs ist“, so Meier.

Entsprechend hat sich die Agentur von Kategorien wie „B2B“ gelöst. Meier: „Wenn, dann müsste es B2P heißen, mit P für People.“

In diesem Sinne rückt Schindler Parent auch im früheren B2B-Bereich den Menschen und seine Bedürfnissen in den Mittelpunkt, nicht Produkte. Dabei wird analysiert, in welchem Umfeld jemand unterwegs ist, der ein bestimmtes Produkt sucht. „Damit haben wir für einen Papierhersteller in kurzer Zeit 17 Neukunden gewonnen“, so der Geschäftsführer.

Daneben setzen die Überlinger auf eine viel beachtete Studie zu Familienunternehmen, die als Grundlage für Kampagnen dient:

Darin floss ein, laut Meier, komplexer Fragenkatalog ein, den mehr als 2500 Angefragte beantwortet haben. Eine wichtige Erkenntnis der Studie: „Familienunternehmen gelten nicht als besonders innovativ. Wenn sie aber eine Innovation auf den Markt bringen, haben sie einen großen Vertrauensvorschuss“, so Meier. Unter anderem beim Employer Branding setzt die Agentur mit 40 Mitarbeitern und Standorten in Meersburg und Pforzheim die Studie ein. „Mit Erfolg“, so Meier. **wer**