

www.marketing-boerse.de, Juli 2011

Von 7 auf 777: gkk 15 Jahre erfolgreich für seine Kunden

Start 1996 als Call-Center und Dialog-Agentur.

Mit 7 Mitarbeitern - die drei Hauptgesellschafter Gräßler, Kling, Krug eingeschlossen - sowie drei Kunden, startete am 01.07.1996 die "gkk Frankfurt GmbH" als Call-Center und Dialog-Agentur. Zum 15-jährigen Jubiläum 2011 zählen die Frankfurter mit 777 (31.12.2010) Mitarbeitern zu den erfolgreichsten und größten Dialog-Agenturen. An fünf Standorten (Bremen, Hannover, Kronach, Frankfurt und München) werden aktuell 19 Kunden betreut, wie ING-DiBa (seit 1998), BMW (seit 1999), American Express (seit 1999), MINI (seit 2000), Techem, Loewe, etc.

Harald Kling, gkk Geschäftsführer: "Einer unserer starken Pfeiler, und ausschlaggebend für unseren langfristigen Erfolg, ist sicherlich das vom Start weg bis heute unveränderte Management der Agentur. Diese Kontinuität über 15 Jahre ist einmalig in der deutschen Agentur-Landschaft."

gkk ist seit 2007 im Scholz & Friends Verbund und hat 2010 sein Management mit Michael Koch um einen europaweit anerkannten Kreativen erweitert. 2010 erzielte gkk ein Gross Income von 29,6 Millionen Euro.

Das siebenköpfige gkk Management teilt sich die Aufgaben entsprechend den Leistungs-Segmenten, die gkk für seine Kunden bereitstellt.

Robert Gräßler: Kundenberatung, Dialog-Marketing-Know-how, Personal
Harald Kling: Kundenberatung internationale und Network-Projekte, New Media, TestLabor, Consumer-Forschungen
Wolfgang Krug: Finanzen, Network-Koordination
Markus Pöttinger: Kundenberatung Service-Center-Leistungen, CRM-Systeme, Data Analysis, Social Media-Entwicklungen
Thomas Caramel: Kundenberatung IT, Database-Management, Software-Entwicklungen
Roman Kretzer: Kundenberatung Kreation, Strategien offline/online
Michael Koch: Kundenberatung Kreation, Strategien offline/online

Schon bei der Gründung 1996 hatte das Management drei wichtige Ziele der gkk Geschäfts-Philosophie festgeschrieben und diese konsequent bis heute verfolgt: 1.) Beziehungen zwischen Unternehmen und deren Kunden optimal zu verwirklichen und zu pflegen, als Basis für den wirtschaftlichen Erfolg des Kunden und der gkk. 2.) Teamgeist nach innen und außen als Grundlage für professionelles, erfolgreiches Arbeiten. 3.) Das Zusammenspiel von strategischer Kreation und kreativer Strategie: Kreative denken mit, wenn es um strategische Ausarbeitungen geht - Marketing-Strategen begleiten die kreativen Umsetzungen.

Den Erfolg dieser Geschäfts-Philosophie bestätigt eindrucksvoll die kontinuierlich positive geschäftliche Entwicklung, vor allem auch durch langjährige Kunden, von einem Gross Income in 2000 von 11,20 Millionen Euro (und 158 Mitarbeitern) auf 29,6 Millionen Euro in 2010 (und 777 Mitarbeitern).

Mit der Anbindung der gkk im Jahr 2007 an die Scholz & Friends Holding Commarco GmbH gingen die Dialog-Spezialisten aus Frankfurt einen wichtigen Schritt und sicherten sich wichtige Cross-Selling Potentiale und den Zugang zu internationalen Kunden.