

„Der Wurm muss dem Fisch schmecken, und nicht dem Angler“

Gruppe M aus Düsseldorf handelt mit Informationen und sorgt dafür, dass Mittelständler, Großkonzerne und Einzelpersonen strategisch planen und medienwirksam präsentiert werden.



Gunter Müller und Jörg Meyer: Worte, Wissen und Ideen - und gute Laune

„Letztlich geht es bei PR und Marketingkommunikation um Beschaffung, Aufbereitung und Distribution von Informationen an die definierten Zielgruppen. Das ist klassisches journalistisches Handwerkzeug und darin liegt unsere Kernkompetenz. So können wir die Wünsche unserer Kunden schneller und effizienter als andere erfüllen. Gleich, ob ein Wissenschaftler sein Institut bekannt machen, ein Konzern internationale Märkte beobachten oder ein Mittelständler durch Pressearbeit neue Kundengruppen erschließen will.“ Mit diesem nüchternen Verständnis ihrer Arbeit vertreten Jörg Meyer und Gunter Müller, Gründer und Geschäftsführer von **Gruppe M GmbH**, ein Konzept, das sich bewusst vom Ansatz klassischer Agenturen unterscheidet.

Kein Wunder, denn beide sind – trotz langjähriger Erfahrungen in Medien, Politik, Agenturgeschäft und Wissenschaft – geprägt von ihren journalistischen Wurzeln. **„Es geht immer um den klassischen Dreischritt: Informationen beschaffen und bewerten, daraus eine Geschichte entwickeln, die die Zielgruppe interessiert und schließlich die Medien auszuwählen, über die man die Zielgruppe erreicht“**, beschreibt Jörg Meyer die Methodik seines Medienunternehmens, das nicht nur bei der Arbeitsweise, sondern auch hinsichtlich der Struktur seit knapp 10 Jahren einen eigenen Weg geht.

Diese besondere Struktur wird durch das Gruppe M-Netzwerk gekennzeichnet: Über die Netzwerkpartner kann das Unternehmen alle benötigten Dienstleister und Experten vermitteln. Das garantiert große Flexibilität, ohne dass Gruppe M aus Gründen der Auslastung Eskimos Kühlschränke verkaufen muss.

Konkret führt das zu einer Vielzahl ganz unterschiedlicher, immer auf Bedarf und Möglichkeiten der Kunden zugeschnittener Leistungen:

- Durch journalistische Recherchen wie durch den Einsatz von „undercover“-Techniken besorgt Gruppe M alle benötigten (strategischen) Informationen über Personen, Wettbewerber und Märkte im In- und Ausland.

- Auch bei der Entwicklung und Produktion von (Fach-)Medien für Kunden und Mitarbeiter garantieren journalistische Techniken Qualität, Schnelligkeit und ein sehr gutes Preis-Leistungs-Verhältnis.

- Durch individuelle Analysen und Beratungen hilft Gruppe M besonders kleinen und mittelständischen Unternehmen, die oft knappen Mittel der Marketingkommunikation aufgabenorientiert einzusetzen und auf „Schnickschnack“ zu verzichten.

- Für die Pressearbeit tauchen die Mitarbeiter in die Unternehmen der Kunden ein, um „Geschichten“ zu identifizieren, die Medien und ihre Leser faszinieren.

- An Bedeutung gewinnt zunehmend die Rolle als Vermittler und Qualitätssicherer von Produkten und Dienstleistungen für die Kommunikation: Gruppe M beschafft Drucker, Programmierer, Filmteams, Versender genauso wie Wissenschaftler, Branchenexperten, Künstler oder Caterer – alles, was das Marketing des Kunden braucht, aber selbst nicht leisten kann oder will.

Besonders der letzte Punkt illustriert das kundenorientierte Dienstleistungsverständnis

von Gruppe M, bei dem ein Kernteam von zehn Kräften aus den Bereichen Journalismus, Medizin, Psychologie, Wirtschaft und Werbung die Kunden betreut: **„Auch wenn wir für ein Projekt vier oder fünf Lieferanten zwischenschalten müssen, der Kunde behält einen kompetenten und über alle Prozessschritte informierten Ansprechpartner, der die Fäden in der Hand hält und auf die Kosten achtet.“** erläutert Gunter Müller. So wird der interne Aufwand des Auftraggebers soweit wie möglich reduziert.

Den Kundenkontakt übernehmen die Geschäftsführer dabei persönlich, und das nicht nur während der Akquisitionsphase. **„Es ist uns wichtig, dass wir den Kunden, seine Prozesse und seine Produkte verstehen“**, betont Jörg Meyer. Denn gerade mittelständische Unternehmen brauchen keine schön verpackten Lösungen von der Stange, sondern praktische Unterstützung, die genau auf die Ziele und die Möglichkeiten der Auftraggeber zugeschnitten ist. **„Dazu gehört, dass wir auch mal sagen: Sparen Sie das Geld lieber, wenn Kunden Ideen umsetzen möchten, die zwar viel versprechend klingen, aber am Markt vorbei gehen“**, sagt Gunter Müller, **„schließlich muss der Wurm dem Fisch schmecken, und nicht dem Angler.“**

G-r-u-p-p-e M

WORTE, WISSEN UND IDEEN

Anschrift: Fichtenstr. 75, 40233 Düsseldorf
 Telefon: 0211 / 770 965 0
 Fax: 0211 / 770 965 15
 e-Mail: kontakt@gruppe-m.de
 Internet: www.gruppe-m.de