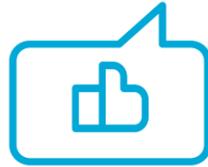




MARKETING NAH AM MENSCHEN



Vanessa Hagenberg studierte Betriebswirtschaftslehre und Unternehmerisches Handeln an der RWU. Jetzt ist sie angekommen, wo sie hinwollte: bei YESSTER, einer Online-Marketingagentur in Aulendorf.

PEOPLE ORIENTED MARKETING

Vanessa Hagenberg studied Business Administration and Entrepreneurship at RWU. Now she's where she always wanted to be: at YESSTER, an online marketing agency in Aulendorf.

TEXT: MICHAEL PFEIFFER



„Das ist das Beste, was mir passieren konnte“, sagt Vanessa Hagenberg. Sie ist angekommen. Am Rande von Aulendorf, bergauf, dann scharf links auf den Hof, durch die Tür, hinein in die Räume von YESSTER, einer jungen Agentur für Onlinemarketing.

Vanessa kommt aus Weingarten, ist dort aufgewachsen und zur Schule gegangen. Für ihren Bachelor in BWL wollte sie aber etwas weiter weg. „Einfach mal rauskommen, was anderes sehen und auf eigenen Beinen stehen.“ Sie schrieb sich an der FH Nürtingen-Geislingen ein und lebte damals in Esslingen, dann in Stuttgart. An die Landeshauptstadt erinnert sie sich gerne. „Ich fand das Groß-

stadtleben toll und möchte die Zeit nicht missen. Aber Heimat ist halt einfach Heimat.“

Von Tag eins mit dabei

Nach ihrem Bachelorabschluss erfuhr sie von einem neuen Masterprogramm an der RWU: Betriebswirtschaftslehre und Unternehmerisches Handeln. Sie bewarb sich und wurde zugelassen. Der Studiengang war genau das Richtige für sie. Schon im Bachelor hatte sie sich besonders für den Bereich des Online-Marketings interessiert, aber: „Ich wollte mich im Studium nicht zu sehr thematisch einengen. Allerdings habe ich nebenher im-

mer im Online-Marketing gearbeitet, bei Hugo Boss, Breuninger und Schwäbisch Media.“ Wie der Weg nach dem Studium weitergehen sollte, das wusste Vanessa also schon. „Und dann kam eine Verkettung glücklicher Zufälle“, erinnert sie sich.

Seit rund 20 Jahren sitzt mit vierdimensional eine erfolgreiche Agentur für Markenkommunikation in Aulendorf. Alexander Savarino, der Geschäftsführer, plante das Thema Social Media und Online-Marketing auszubauen. „Es ist ein riesiger und immer noch wachsender Bereich. Viele Agenturen machen das eher neben ihrem eigentlichen Tagesgeschäft. Vierdimensional suchte aber

Spezialisten, die das auf eigene Beine stellen können.“ Vanessa bewarb sich und wurde angestellt. „Damit war ich von Tag eins an mit dabei und habe den Aufbau der neuen Agentur YESSTER unterstützt.“

Kaltstart mit Verantwortung

„Ich habe nicht gewusst, was da auf mich zu kommt.“ Die Inhalte ihres Studiums haben ihr dabei geholfen, aber auch die Praxis. „Ich bin für das Management, die Kundenbetreuung und das Projektmanagement verantwortlich.“ Vanessa Hagenberg, Head of YESSTER. Aber die Hierarchien sind flach in Aulendorf,

die Atmosphäre von Kreativität geprägt. „Wir verlassen den Schreibtisch auch mal, setzen uns im Sommer auf die Terrasse oder im Winter vor den Kamin“, sagt Vanessa. „Es ist familiär hier, wir haben alle ein freundschaftliches Verhältnis.“

Eine Online-Marketingagentur in Oberschwaben, zwischen Hopfen und Kühen? Das geht, denn der Markt hat sich verändert. „Die eigene Website, aber vor allem Social Media haben an Bedeutung gewonnen, auch für kleinere Unternehmen“, sagt Vanessa. „Das Bewusstsein dafür steigt und viele Unternehmen schätzen die Möglichkeiten, die sich ihnen hier bieten.“ Dazu käme, dass vor allem



jüngere Menschen daran gewöhnt seien, mit den Unternehmen und Marken direkt kommunizieren zu können. „Social Media schafft die Möglichkeit, Menschen in den Arbeitsalltag mitzunehmen, eine Geschichte zu erzählen, sie anzusprechen und Bewusstsein für ein Thema zu schaffen.“

„Es fängt immer damit an, dass wir uns gemeinsam in das Thema des Kunden einarbeiten“, erklärt Vanessa. Und die Themen sind vielfältig. Die Kunden kommen aus allen Bereichen, vom Make-Up-Studio bis zum Telekommunikationsunternehmen. „Einarbeiten, das heißt, wir analysieren, wie die Branche funktioniert, was ist da wichtig, wer ist unsere Zielgruppe und wie tickt sie.“ Besonders die Zielgruppenanalyse bestimmt später dann den Stil der Kampagne oder der Posts. Sorgfalt ist hier wichtig. „Das ist viel Vorarbeit, aber immer spannend. Wir lernen die unterschiedlichsten Branchen kennen“, sagt Vanessa.

„Darauf habe ich hingearbeitet.“

„Beim Marketing geht es um mehr als den Abverkauf“, sagt Vanessa. Derzeit arbeitet YESSTER mit einem Bestattungsunternehmen zusammen. Ein spannendes, aber auch nicht ganz einfaches Thema. „Wir haben viel diskutiert, denn da spielt ja auch Pietät eine Rolle. Über Social Media lassen uns die Menschen nah an sich ran, das bedeutet für uns

auch Verantwortung. Gleichzeitig haben wir viel Gestaltungsraum. Es geht nicht darum, zwei Särge zum Preis von einem anzubieten. Wir wollen Interesse am Thema wecken, entertainen und auch zum Nachdenken anregen. Ziel ist es, kurz gesagt, die Menschen abzuholen.“

Soziale Medien und Internet jeden Tag bis zum Feierabend. „Klar, ich bin auch privat viel auf Social Media unterwegs. Aber anders. Hier in der Agentur konsumieren wir das sehr analytisch, immer mit dem Marketing-Auge. Abends ist es dann einfach Entertainment und der private Kontakt. Noch lässt sich das gut trennen und ich lasse mich auch gerne einfach berieseln.“ Und was anderes als Social Media möchte sie sich zurzeit auch nicht vorstellen. „Darauf habe ich hingearbeitet.“

EN › “This is the best thing that could have happened to me,” says Vanessa Hagenberg. She has arrived. On the outskirts of Aulendorf, uphill, then sharp left into the courtyard, through the door and into the premises of YESSTER, a young agency for online marketing.

Vanessa comes from Weingarten, where she grew up and went to school. For her bachelor’s degree in Business Administration, however, she wanted to venture a little further afield. “I just wanted to get out, see something different and stand on my own two feet.” She registered at the Nürtingen-Geislingen University of Applied Science and lived in Esslingen and Stuttgart at the time. She remembers the state capital fondly. “I found the big-city life great and would not want to miss the time. But home is just home.”

On board from day one

After earning her bachelor’s degree, she learned about a new master’s program at RWU: Business Administration and Entrepreneurship. She applied and was accepted. The degree program was just right for her. She had already been particularly interested in the field of online marketing while pursuing her bachelor’s degree, but: “Subject-wise I didn’t want to limit myself too much in my studies. That being said, I’ve always done online marketing work on the side, at Hugo Boss, Breuninger and Schwäbisch Media.” So Vanessa already knew what she wanted to do after completing her academic program. “And then came a series of happy coincidences,” she recalls.

„Jüngere Menschen sind daran gewöhnt, mit Marken direkt kommunizieren zu können.“

Vierdimensional, an agency for brand communication, has been based in Aulendorf for around 20 years. Alexander Savarino, the managing director, was planning to expand in the area of social media and online marketing. “It’s a huge and still growing sector. Many agencies tend to do it alongside their actual day-to-day business. However, vierdimensional was looking for specialists who could put the field of online marketing on its own feet.” Vanessa applied and was hired. “That meant I was involved from day one and helped to build up the new agency YESSTER.”

Cold start with responsibility

“I didn’t know what I was in for.” The content of her academic program helped, but so did the practical experience. “I’m responsible for management, customer support and project management.” Vanessa Hagenberg is Head of YESSTER, but the hierarchies are flat in Aulendorf, the atmosphere is characterized by creativity. “We also leave our desks from time to time to sit on the terrace in the summer or in front of the fireplace in the winter. It’s genuinely perfect,” says Vanessa.



“There is a family-like atmosphere here, we all have a friendly relationship.”

An online marketing agency in Upper Swabia, surrounded by hops and cows? It’s possible because the market has changed. “The own website and especially social media have become more important, even for smaller companies,” says Vanessa. “Awareness of this is increasing and many companies appreciate the opportunities that are available to them in this area.” In addition, younger people in particular are accustomed to being able to communicate directly with companies and brands, she adds. “Social media makes it possible to bring people into your day-to-day work, to tell a story, to engage with them, and to create awareness about a topic.”

“We always start by working together to familiarize ourselves about the client’s topic,” Vanessa explains. And the topics are varied. Clients come from all sorts of areas: From makeup studios to telecommunications companies. “By familiarizing ourselves, I mean that we analyze how the sector works, what’s important there, who our target group is and what makes them tick.” It’s the target group analysis in particular that then later

determines the style of the campaign or the posts. Diligence is important in this regard. “We have to cover a lot of groundwork, but it’s always exciting. We get to know all kinds of different sectors,” says Vanessa.

“That’s what I’ve been working toward”

“Marketing is about more than sales,” Vanessa says. YESSTER is currently working with a funeral home. It’s a fascinating topic, but not the easiest. “We’ve discussed a lot, because reverence also plays a role here. People let us get close to them via social media, which also means that we have to take responsibility. At the same time, we have a lot of creative freedom. It’s not about offering two coffins for the price of one. We want to arouse interest in the topic, to entertain and also to make people reflect. The goal, in short, is to get people engaged.”

Social media and the Internet every day until closing time. “Sure, I’m also on social media a lot in my private life. But differently. Here at the agency, we consume it very analytically and always with our eyes turned

towards marketing. In the evening, it’s just about entertainment and private contact. It’s still easy to separate the two, and I also simply like to let the content wash over me.” And she doesn’t want to imagine anything other than social media at the moment. “That’s what I’ve been working toward.”

“Marketing is about more than sales.”