

# new business

Das Magazin für Kommunikation und Medien

Nr. 35 • 26.8.19



## "Unsere Expertise ist Experience"

Cedric Ebener und Michael Giese setzen mit CE+Co auf die strategischen Kompetenzfelder Messe und Retail

### HANDEL

Warum deutsche Retail Media-Player auf Kollaboration setzen sollten

### MEDIEN

Wie BBC Global News mit innovativen Formaten seine Reichweite ausbaut



## 14

Die Hamburger Agentur CE+Co wächst mit neuen Kunden im Bereich Messe und Retail. Wie die Agenturchefs Cedrik Ebener und Michael Giese das Kompetenzfeld strategisch ausbauen wollen.

### Kommunikation – News

---

- 6 DDB ist neue kreative Leadagentur von E.on
- 6 Vodafone holt Antoni in den Agenturpool
- 7 Scholz & Friends sichert sich prestigeträchtigen Auftrag im Kultursektor
- 7 RTL.de geht werblich in die Offensive
- 8 Pilot gewinnt Media-Etat der DTM
- 9 Ogilvy Consulting startet auch in Deutschland
- 42 Emeram steigt bei Top 10-Digitalagentur ein
- 43 Omnicom plant Kauf weiterer Digitalagentur

### Kommunikation

---

- 10 Saubere Sache: Im Bereich Abfallwirtschaft wartet Neugeschäft
- 11 Sechs Neugeschäfts-Chancen im Public Marketing
- 12 Aus Wefra Werbeagentur wird Wefra Life
- 14 CE+Co setzt auf Experience Design
- 18 Retail Media: So können deutsche Player den Riesen aus den USA und China Paroli bieten
- 21 Creative Spaces: So arbeitet es sich bei Wynken, Blynken & Nod
- 22 Borussia Dortmund weiß, wie man sich als Marke positioniert

### Medien – News

---

- 24 Burda UK-Titel wandern zu Immediate Media
- 25 'Stern' erweitert Portfolio
- 25 FAZ feiert 70. Geburtstag mit Jubli-Aktionen

### Medien

---

- 26 BBC Global News erreicht neue Nutzer mit innovativen Formaten
- 30 Personalisierte Werbung: Hohe Unzufriedenheit bei Verbrauchern
- 32 Programmatic Advertising: Auf die Datenqualität kommt es an
- 34 Umfrage: User wollen Netflix für Journalismus
- 36 Kinomarkt: Hoffnung nach dem Krisenjahr



Foto: CE+Co



Foto: CE+Co

Nach der Eiskammer in die gemütliche Hütte: CE+Co kreierte die neueste POS-Experience bei Globetrotter

Experience-Agenturen

## CE+Co baut auf Retail und Messe

*Je digitaler das Marketing, desto wichtiger wird es für Marken, auch offline stärker mit ihren Zielgruppen zu interagieren und echte Erlebnisse anzubieten. Räumliches "Experience Design" nennt das Cedric Ebener, Gründer und Creative Director von CE+Co – und verstärkt die Agentur in der Führung sowie in strategischen Kompetenzfeldern, um die neuen Räume zu erschließen.*

Ganz egal ob man wandert, Ski fährt oder zum Mountainbiking in der Natur unterwegs ist: An Hütten kommt man nicht vorbei. Sie sind Start- oder Zielpunkt von Touren, hier trifft man Freunde und Kameraden, bessert die Ausrüstung aus, tankt neue Energie. Hier teilt man Erlebnisse und tauscht Erfahrungen aus, holt sich Tipps und Inspirationen. Die Hütte ist ein Sehnsuchtsort für nahezu alle, die es lieben, draußen zu sein – und damit der perfekte Ausgangspunkt für die Entwicklung eines neuen Kundenmagneten in den Filialen von Globetrotter. Der Hamburger Outdoor-Ausrüster ist bekanntlich ein Pionier in Sachen POS-Experience. Nach Indoor-Kletterwänden und Eiskammern setzt seine neueste Installation jetzt

eher die Mega-Trends Gemeinschaft und Nachhaltigkeit in Szene: In der rustikal gestylten Globetrotter Clubhütte kann man mit einer kühlen Limonade auf der Shopping-Tour Rast machen, aber auch von Experten erfahren, was man bei einer Trekkingtour durch Georgien beachten muss oder in einem Workshop lernen, wie man in der Wildnis einen Unterschlupf baut oder sich mit Landkarte und GPS zurechtfindet.

Entwickelt und umgesetzt hat das Clubhütten-Konzept **CE+Co**: Die inhabergeführte Hamburger Agentur, die seit 2013 zur **Vok Dams**-Gruppe gehört, hatte den Auftrag des Retailers 2018 gewonnen. CE+Co steht für Corporate Experiences + Content – es sind zugleich die Initialen von Gründer **Cedric Ebener**. Der Kommunikationsfachmann hatte die Agentur 2008 nach seinem Ausstieg als Geschäftsführer der Hamburger Live-Marketing-Agentur Eventlabs gegründet.

Bis vor wenigen Monaten führte Ebener das rund 15-köpfige Team allein, seit Anfang dieses Jahres hat er den Ex-Publicis-Manager **Michael Giese** als kaufmännischen Geschäftsleiter an seiner Seite. Giese hatte in der Netzwerkagentur mehr als zehn Jahre lang als Head of Event & Promotion Kunden wie Sanofi-Aventis, Siemens und die ZF Friedrichshafen AG betreut und sich um das Business Development in diesem Bereich gekümmert.

### CE+CO GMBH

Gründungsjaar: 2008  
 Gesellschafter: Colja M. Dams, Cedric Ebener  
 Geschäftsführer: Cedric Ebener, Christian Obladen (CFO Vok Dams)  
 Standort: Hamburg  
 Kunden (Auswahl): Bosch, Claas, Globetrotter, Volkswagen, Daimler AG, ZDF, Moët Hennessy Deutschland, Gruner + Jahr, Camel Active, Handelskammer Hamburg, Ecco, Dräger



Raus aus der Gesundheitsschuh-Ecke: Für Ecco entwickelte CE+Co ein Pop-up-Konzept, das die Produkte des dänischen Labels zusammen mit skandinavischen Designobjekten inszenierte

### Mit großen Ideen Grenzen überschreiten

Die Entscheidung, die Führung zu verstärken, traf Ebener Ende 2017 zusammen mit **Colja M. Dams**, dem geschäftsführenden Gesellschafter der Vok Dams-Gruppe. "Wir waren damals in einer Phase, in der wir sehr gut zu tun hatten, mir aber klar wurde, dass ich den Laden als alleiniger Geschäftsführer nicht über eine bestimmte Schwelle hinaus entwickeln kann. Denn ich will eine stabile und laufende Agentur haben, aber zugleich auch in jedem Projekt kreativ verantwortlich bleiben", erläutert Ebener. Im ersten Schritt holte er 2018 die Hamburger Beraterin und Ex-Mutabor-CSD Anja Neumann als Interimsmanagerin ins Team. Gemeinsam schraubten sie an der internen Struktur und bauten sie so um, dass Raum für eine zweite Führungsposition entstand, die mit Giese nun besetzt wurde.

Es gibt eine klare Aufteilung: Giese verantwortet den kaufmännisch-organisatorischen Part, Ebener kann sich jetzt voll auf das kreative Produkt konzentrieren. Diese Trennung sei nicht nur unter dem Management-Aspekt sinnvoll, sondern auch neurophysiologisch, erklärt Ebener augenzwinkernd: "Es hat mit den beiden Gehirnhälften zu tun. Kreativ sein bedeutet, Grenzen zu überschreiten, Dinge zu tun, die man noch nie gemacht hat. Wenn das Gehirn gleichzeitig in der anderen Rolle alles immer sofort auf die Machbarkeit hin abchecken muss, kann man keine wirklich großen Ideen entwickeln. So kann man nicht erfolgreich sein."

Manchmal ist ein klassisches Mailing das effektivere Akquisetool: Die '10 Bausteine' standen lange nur als Slideshow auf der Website. Hochwertig auf ein Karten-Set gedruckt, generierten sie schon bei den ersten Aussendungen positive Resonanz, die in mehreren Fällen in konkretes Neugeschäft verwandelt werden konnte. Für Live Experience, Promotion und Messebau gibt es die '10 Bausteine' schon, für das Geschäftsfeld Retail Experience werden sie gerade in Form gebracht

### New Business systematischer angehen

Mit der Doppelspitze sieht er das Unternehmen für die wachsende Komplexität in der Live-Kommunikation gut aufgestellt. Gleichzeitig soll aktuelles Projektgeschäft künftig besser mit der strategischen Weiterentwicklung der Agentur verbunden werden.

Bisher hatte sich Neugeschäft viel aus dem persönlichen Netzwerk ergeben. Ebener ist als Präsidiumsmitglied des Art Directors Club in der Branche gut verdrahtet, viele führende Köpfe in der Kommunikations- und Kreativszene kennt er noch aus seiner Studienzeit an der UDK Berlin und der HfK Hamburg. "Das war bei unserem Start 2008 auch total hilfreich", erinnert sich Ebener. "Wir wurden in viele Pitches mitgenommen, sind mit Publicis zu Nestlé gegangen, mit FCB zu Nivea, dadurch hatten wir schon als junge Agentur gleich die Global Player auf der Liste. Gleichzeitig kann man aber im Schlepptau größerer Agenturen den Kunden aus Loyalität gegenüber den Partnern natürlich nicht ausbauen. Wenn man immer nur eine von 18 Disziplinen einer Kampagne ist, kommt man aus dem Projektgeschäft nicht heraus." Er wurde selbst auf dem Markt aktiv, und mit ersten eigenen großen Kun-



Foto: CE+CO

„ Wenn man auf einer Messe Fachleute auf seinen Stand holt, ist es fast schade, wenn man ihnen VR-Brillen aufsetzt, anstatt mit ihnen zu reden.

Cedrik Ebener

den wie dem ZDF, BAT und der CeBit schwamm CE+Co sich frei. Der Einstieg von Vok Dams 2013 gab dann weitere Stabilität für die Entwicklung der Agentur.

### Internationale Netzwerk-Power im Rücken

Die Zusammenarbeit innerhalb der Gruppe funktioniert reibungslos, die Agenturen seien aber auch sehr eigenständig mit unterschiedlichen Kompetenzschwerpunkten positioniert. 2015 beispielsweise habe Vok Dams für VW in China auf den Messen die Pressekonferenz organisiert, das Team von CE+Co eine Messeinstallation – völlig unabhängig voneinander.

Die große Schwesteragentur **Vok Dams Events** stehe für perfekt orchestrierte Großveranstaltungen, sagt Michael Giese, CE+Co eher für die Extraportion Kreativität im Netzwerk. Die Abgrenzung funktioniert offensichtlich, wie die Praxis zeigt: "Wir bearbeiten im Prinzip zwar exakt die gleiche Art von Projekten – Messe, Roadshows, Events etc. – aber in den ganzen fünf Jahren, in denen wir Teil des Netzwerks sind, sind wir genau zweimal in denselben Pitch eingeladen worden."

Auf der anderen Seite profitiert CE+Co von der internationalen Reichweite der Gruppe: "Einem Kunden, der international tätig ist und ein Konzept beispielsweise in China ausrollen will, können wir sagen, Vok Dams hat in Shanghai und Peking Teams, die mit der gleichen Sorgfalt arbeiten, wie wir sie hier kennen – und die zugleich über das gesamte kulturelle Know-how verfügen. Das ist schon ein Punkt, wo Marketing, Kommunikation und Einkauf auf Kundenseite dann sagen: Oh, das ist ja interessant."

Messen und Conventions sind eines der strategischen Wachstumsfelder, die CE+Co für sich definiert hat. Gar kein neues – einer der ersten Kunden in den Anfangsjahren der Agentur war die Deutsche Messe AG in Hannover. Schon 2009 entwickelte CE+Co für die CeBit Konzepte wie den "IT Fitness Campus", der das Coden als vierte Grundkompetenz neben Lesen, Schreiben und Rechnen promote und jüngere Besucher auf die Messe ziehen sollte. Zusammen mit Sascha Lobo kümmerte sich Ebener um den Vertrieb des Campus; er gehörte über mehrere Jahre zu den am schnellsten wachsenden Bereichen der CeBit.

Ein weiteres Konzept von CE+Co war die CeBit Sounds, die Musikindustrie und IT-Branche zusammenbrachte. "In der Halle hat Dieter Gorny auf der Stage mit Vertretern der Gema, dem Vorstand der Bitkom und der Telekom diskutiert, es gab Musik-Acts und einen Backstage-Bereich zum Netzwerken", erzählt Ebener und schmunzelt: "Im Prinzip wie die Online Marketing Rockstars heute. Leider hat die CeBit es versäumt, das auszubauen."

### Design follows experience

Dass CE+Co Messeauftritte zeitgemäß inszenieren kann, zeigte das Team im März auf der CES 2019 in Las Vegas: Bosch präsentierte hier auf einer 800 Quadratmeter großen Fläche seine IoT-Lösungen. Im ganzen CES-Alarm zwischen blinkenden Robotern und VR-Schnickschnack hatte Bosch einen klaren, coolen Auftritt – und wurde im Ranking der besten Stände unter 4.000 Ausstellern auf Platz 6 gewählt.



Foto: CE+Co



Foto: CE+Co

CE+Co ist Spezialist für Creative Spaces: Ebeners Team hat das eigene Studio über den Dächern Hamburgs und den Eingangsbereich von Heimat Hamburg gestaltet

## CEDRIK EBENER

studierte Gesellschafts- und Wirtschaftskommunikation an der UdK in Berlin und Architektur an der HfBK in Hamburg. Beides mit dem Ziel, in der damals noch jungen Disziplin "Kommunikation im Raum" Maßstäbe zu setzen. 2004 stieg er als Partner und Geschäftsführer bei der Hamburger Agentur Eventlabs ein, die unter seiner Führung zur Kreativagentur des Jahres 2005/2006 gekürt wurde.

2008 machte sich Ebener dann mit seiner eigenen Agentur CE+Co selbstständig. Daneben engagiert er sich als Vorstandsmitglied und Juryvorsitzender im Art Directors Club Deutschland und sitzt im Beirat der BTK – Hochschule für Gestaltung. Ebener gibt seine Leidenschaft für Live-Kommunikation regelmäßig als Referent auf Fachkongressen oder als Dozent an Hochschulen weiter. Zudem ist er Autor verschiedener Fachpublikationen.

## MICHAEL GIESE

stieg 2003 als Client Service Director bei der Publicis Promotion & Event GmbH ein, die 2004 zur Publicis Hamburg GmbH wurde. Er blieb dem Netzwerk über 15 Jahre lang treu; zuletzt war er als Head of Event & Promotion mit der strategischen Führung und Entwicklung der Business Unit für Live-Kommunikation betraut. Seit Anfang 2019 ist Giese Teil des Managements von CE+Co, Hamburger Agentur für Live-Kommunikation. Als kaufmännischer Geschäftsleiter verantwortet er neben dem Tagesgeschäft die Bereiche Projektmanagement und New Business.

"Gerade hat auf dem ADC Kongress Roland Lambrette in seinem Auftritt davon gesprochen, wie in der digitalisierten Welt das interpersonelle immer wichtiger wird", sagt Ebener. "Wenn man heute auf einer Messe Fachleute auf seinen Stand holt, ist es aus dieser Perspektive fast schade, wenn man ihnen VR-Brillen aufsetzt, anstatt mit ihnen zu reden. Digitale Gadgets und Content können zwar einen Impuls geben, aber das eigentliche Ziel ist der persönliche Kontakt."



In den Pitch um die Neugestaltung des Henri Nannen Preises ging Ebener mit einem leeren, unbeschriebenen Blatt – einem einfachen, klaren Symbol für den Ausgangspunkt journalistischen Schaffens und zugleich für den Neuanfang



Solche persönlichen Kontakte will Ebener mit dem räumlichen Experience Design von CE+Co intensivieren – auf Messen und Events, aber auch im Handel wie mit der Globetrotter Clubhütte. Die letzten Großprojekte hätten noch einmal verdeutlicht, wie viel technisch-organisatorisches Know-how dafür benötigt wird, sagt Giese – vor allem im Projektmanagement. "Wenn man in Bereiche kommt, wo man einen ausgebildeten Hochbauingenieur braucht, merkt man, dass sehr unterschiedliche Kompetenzen nötig sind, um der gesamten Bandbreite gerecht zu werden." Deshalb hat er sein Team verstärkt und Martin Dorsch als neuen Projektleiter Retail und Messebau an Bord geholt. Der 42-Jährige kommt vom Messebauer EWI in Hamburg und bringt mehr als zehn Jahre Erfahrung in der Steuerung von Großevents und internationalen Messebauprojekten mit. Davor hat der Diplom-Designer unter anderem bei der Promotion-Agentur Walking Brands Kampagnen und Events gemanagt.

Im Bereich der Kreation soll das Team aber schlank bleiben. Für spezielle Anforderungen, zum Beispiel wenn es um die Entwicklung oder Einbindung digitaler Elemente geht, holt Ebener auch Spezialisten ins Team. "Wir haben zum Beispiel keinen fest angestellten Programmierer in der Agentur", sagt Ebener. "In der digitalen Kommunikation entwickelt sich vieles so schnell, dass man dabei als Nicht-Spezialist gar nicht aktuell bleiben kann. Deshalb entstehen digitale Kommunikationselemente bei uns nicht inhouse, und das wird auch in den nächsten 20 Jahren nicht inhouse entstehen. Unsere Expertise ist die Experience. Wir bleiben in der Experience up to date." (is)