



Quelle: GoYa

Diesjährige 3D-Licht-Videoshow für die Stadt Rastatt von GoYa!

Inhaber-Agenturen

GoYa! steigert Umsatz um 100 Prozent

Die 2005 von Inhaber Roland Albrecht gegründete Agentur GoYa! mit Büros in Heidelberg, Zürich und Madrid kann dank mehrerer Neukunden ihre Umsatzerlöse im ersten Halbjahr 2014 um über 100 Prozent steigern. Unter den gewonnenen Mandanten findet sich u.a. der Fußball-Erstligist Hannover 96.

Heidelberg gilt als Standort nicht zu den Hochburgen deutscher Werbeagenturen. Dass Kommunikationsdienstleister auch außerhalb von Hamburg, Berlin, Düsseldorf, Frankfurt und Co. ein gutes Auskommen finden, unterstreicht die 2005 gegründete **GoYa! Die Markenagentur**. Das 30-köpfige Team ist in Madrid, Zürich und eben Heidelberg mit Büros vertreten. Die Mannschaft mit dem Agenturmotto 'Turning Brands Into Magic' hat sich dem "emotionalen Branding" verschrieben. Dabei reicht das Leistungsspektrum von der strategischen Beratung über die Gestaltung von Designs und Kampagnen bis hin zur Erstellung von Video-Licht-Installationen und Filmen.

2005 in Madrid gestartet

Zur Wahl des Deutschlandbüros in der 150.000 Einwohner großen Stadt sagt GoYa-Geschäftsführer **Roland Albrecht**: "Unser erstes GoYa!-Büro haben wir seinerzeit in Madrid eröffnet. Als wir uns dann sehr schnell dazu entschieden hatten, auch in Deutschland unser Glück zu versuchen, war für mich klar, dass wir nicht die gefühlte dreihunderste Agentur in Hamburg, Berlin, Düsseldorf, Frankfurt oder München sein wollen." Laut Albrecht bietet Heidelberg zudem eine gute geografische Lage und Verkehrsanbindung, ein wirtschaftlich starkes Umfeld sowie eine hohe Lebensqualität.

"Außerdem kennt man Heidelberg in Spanien und der Schweiz und die Menschen auf der ganzen Welt verbinden mit dieser Stadt oftmals schöne Erlebnisse und Gefühle. Heidelberg ist eine starke Marke – und deshalb passt Heidelberg gut zu GoYa!", so Albrecht. Bevor der Geschäftsführer den Weg in die Selbstständigkeit antrat, war er bei Agenturen wie Serviceplan, Grey, BBDO und Euro RSCG (heute Havas) im In- und Ausland tätig.

Mehrere Neukunden in 2014 gewonnen

Obwohl das Team seinerzeit ohne einen Startkunden loslegte, arbeitete GoYa! bereits rasch – neben regionalen Auftraggebern wie die Metropolregion Rhein-Neckar GmbH – für überregionale Kunden, darunter den Münchener Automobilhersteller **BMW Deutschland**, den Schrau-

GOYA! DIE MARKENAGENTUR

Gründung:	2005
Büros:	Heidelberg, Madrid, Zürich
Geschäftsführer:	Roland Albrecht
Mitarbeiter:	30 (23 Heidelberg)
Kunden:	Hannover 96, Hays AG, ISC Group, Helvita, Kern-Haus AG, Heidelberger Stadtwerke, Stadt Rastatt
Kontakt:	www.goya.eu

benhersteller **Adolf Würth** mit Sitz in Künzelsau-Gaisbach sowie in Spanien für eine Privatbank. Es folgten in den weiteren Jahren Kunden wie der Elektronikkonzern **Samsung**, der in Heidelberg ansässige Schreibgerätehersteller **Lamy** oder der **Deutsche Turner-Bund**.

2014 war die Mannschaft um Albrecht ebenfalls nicht untätig. Seit diesem Jahr sind mehrere Neukunden auf der Referenzliste der Heidelberger. Neu an Bord: der Fußball-Erstligist Hannover 96, die Hays AG, die ISC Group, Helvita, Kern-Haus AG, die Stadt Rastatt sowie die zwei regionalen Banken Sparkasse Rastatt-Gernsbach und die Volksbank Baden-Baden.

Für Hannover 96 und Co. im Marken-Bereich aktiv

Zum Start der Bundesliga-Saison 2014/2015 entwickelte GoYa! für den niedersächsischen Erstligisten **Hannover 96** die strategischen Neuausrichtung der Marke 96. Ziel ist es, den Verein mittelfristig zu einer starken nationalen Marke mit internationaler Strahlkraft aufzubauen. Dafür hat die Agentur in einem ersten Schritt die Marken- und Kommunikationsstrategie gemeinsam mit dem Klub erarbeitet. Im Fokus standen hier vor allem die Fragen: Wofür steht Hannover 96 bzw. wofür soll der Verein in Zukunft stehen? GoYa! arbeitet seit dem Februar dieses Jahres an der Neupositionierung und dem Aufbau des "Markenhauses 96". Das Mandat eroberte die Agentur im Rahmen eines Screenings.

Seit März 2014 setzt auch die **Hays AG**, ein Personaldienstleister im Bereich Specialist Recruitment, auf die Dienste der Heidelberger. GoYa! übernimmt für den Kunden mit Sitz in Mannheim die strategische und grafische Entwicklung einer Kampagne. Nachdem das Team zusammen mit der Hays AG die Kommunikationsstrategie erarbeitete, geht es nun in einem zweiten Schritt darum, die Ergebnisse aus den gemeinsamen Workshops in eine Kampagne umzusetzen.

Im Bereich Branding arbeitet GoYa! zudem für die **ISC Group**, die in den Bereichen Fachmessen und Software aktiv ist. Für den Kunden steht die Entwicklung eines neuen Markenauftritts auf dem Plan. Neben dem Branding-Konzept übernehmen die Heidelberger auch die Umsetzung diverser Kommunikationsmittel. Für **Helvita**, einem deutschlandweiten Verbund von Seniorenzentren, wird derzeit der Kommunikationsauftritt (Internet, Broschüren) überarbeitet. **Kern-Haus**, Anbieter von Massiv-Häusern in der Region DACH, setzt seit diesem Frühjahr auf die Agentur, um seinen Marken- und Kommunikationsauftritt neu zu gestalten.

"Magic Moments" für Stadt Rastatt und Banken

Für die Stadt **Rastatt** entwickelte GoYa! eine als Guerilla-Marketing-Aktion angelegte Licht-Videoshow, die auf das Rathaus projiziert wurde. Zudem wurde GoYa! von den **Stadtwerken Heidelberg** erneut damit beauftragt, eine Lichtinstallation für das Karlsplatzfest zu gestalten.



Quelle: GoYa

Begrüßt neue Kunden: Agenturchef Roland Albrecht

Last but not least produzierte die Agentur zum Thema 'Krieg und Frieden' im Zuge des 300-jährigen Jubiläums des Rastatter Friedens eine 3D-Licht-Videoshow, die auf der Fassade des Schlosses Rastatt projiziert wurde. Auftraggeber waren hier die **Sparkasse Rastatt-Gernsbach** und die **Volksbank Baden-Baden**. Die Video-Installationen bzw. der Agenturbereich 'Magic Moments' und die Branding-Projekte sind die zwei Kompetenzfelder der Agentur.

Steigerung des Umsatzes um über 100%

Sämtliche Neukunden hat GoYa! im Zuge von Screenings oder Empfehlungen gewonnen. Die Agentur nimmt seit rund drei Jahren nur noch an wenigen und ausgewählten Pitches teil. Und zwar immer nur dann, wenn das Team den Kunden bereits sehr gut kennt. Dank der Neugeschäftsstrecke kann GoYa! im ersten Halbjahr 2014 seine Umsatzerlöse im Vergleich zum Vorjahreszeitraum um satte 102 Prozent steigern.

Konkrete Zahlen sind dem Geschäftsführer allerdings nicht auf Anfrage zu entlocken. Mit seinem Kompetenzfeld Branding erzielt das Team rund 70 Prozent seines Umsatzes. Den Rest erwirtschaftet die Agentur im Bereich 'Magic Moments'. Erklärtes Ziel bzw. die "GoYa! Vision 2020" ist es, die "erste Adresse für emotionales Branding" zu werden. Dank der derzeitigen Nachfrage werde die Agentur laut Albrecht auch im zweiten Halbjahr auf beiden Kompetenzfeldern stark wachsen. Die Agentur steht bereits in den Startlöchern für weitere Projekte.

Ob Heidelberg 2020 mit GoYa! die "erste Adresse für emotionales Branding" beherbergt, bleibt abzuwarten. Was indes die Lebensqualität der Universitätsstadt betrifft, befindet sich Geschäftsführer Albrecht mit seiner Einschätzung bereits in guter Gesellschaft. Laut einer Studie fühlen sich 98 Prozent der Heidelberger in ihrer Stadt wohl, davon 64 Prozent sogar sehr wohl. (mk)