

**KÖHLER**

Branding, Identity &  
Marketing mit



**04**

**Köhler Kommunikation**  
macht aus Marken Erlebnis

**20**

**Visual Identity & Marketing**  
für IMAWELL

**12**



**Visual Identity & Corporate Design**  
für CLAAS

**24**



**Branding & Corporate Design**  
für Doppstadt

**16**



**Campaigning & Marketing**  
für Boels Rental

**28**



**Prozess**  
Drei Disziplinen für Markenbildung und -kommunikation

**30**

**Unsere Kunden**  
Danke für viele Herausforderungen

**31**

**Kontakt**  
Alles beginnt mit einem Anruf



Macht  
aus Marke  
Erlebnis.

#### **Köhler. Mit K wie Kümmern.**

Eine gute Marke kümmert sich um ihre Zielgruppe.  
Sie behandelt sie wie Freunde und versteht ihre Bedürfnisse.

Eine gute Strategie kümmert sich um die Marke.  
Sie trifft ihren Kern und entwickelt sie behutsam weiter.

Eine gute Kampagne kümmert sich um den Erfolg.  
Sie stirbt nicht in Schönheit, sondern verkauft.

Eine gute Agentur kümmert sich um ihre Kunden.

## Wir entfalten das Markenpotenzial und begeistern Menschen.

Unser Einsatz im Markenaufbau weckt Begehrlichkeiten innerhalb der Zielgruppe, unterstützt den Vertrieb und steigert den Verkauf.

### **Branding**

**Der Markenprozess beginnt mit der strategischen Positionierung.**

- Erforschen, was die Marke besonders und begerlich macht
- Motivationsfaktoren und Erwartungen der Zielgruppe analysieren
- Die Marke wiedererkennbar und einzigartig positionieren

→ Seite 6 – Wir positionieren Marken.

### **Visual Identity**

**Die Marke wird unverwechselbar.**

- Entwicklung einer visuellen Identität auf Grundlage der Positionierung
- Gestaltung von konkreten Instrumenten zur Visualisierung der Marke
- Definition von Markenbotschaften und Gestaltungsgrundlagen

→ Seite 8 – Wir geben Marken eine Identität.

### **Marketing**

**Die Botschaften der Marke treffen ins Schwarze.**

- Strategie für einen wirkungsvollen Media-Mix festlegen
- Kommunikations-Roadmap erstellen
- Für eine dauerhafte Präsenz in relevanten Zielgruppenkanälen sorgen

→ Seite 10 – Wir sorgen für den treffsicheren Media-Mix.

# Branding – wir positionieren Marken.

Am Anfang jeder Markenentwicklung steht der Köhler Research – ein ehrlicher Blick auf die Marke sowie auf Motivation und Erwartungen der Zielgruppe. Die Ergebnisse ermöglichen eine begehrliche Positionierung der Marke im Wettbewerbsumfeld.

## Zieldefinition

Wir beschreiben den Anspruch an das Markenprojekt, erhalten Aufschluss über den Status quo der Markenwahrnehmung, definieren Teams und Verantwortlichkeiten und setzen den Startschuss für erfolgreiche Markenarbeit.

## Leistungen

- Vision und Ziele definieren
- Wahrnehmung und Erwartungen kommunizieren
- Projektteam, Verantwortlichkeiten und Projekttiming festlegen

## Analyse

Der Köhler Research untersucht die aktuelle Wahrnehmung der Marke und betrachtet sie aus verschiedenen Blickwinkeln. Die gewonnenen Erkenntnisse bilden die Grundlage für die folgende Markenpositionierung und ihre zukünftige Entwicklung.

## Leistungen

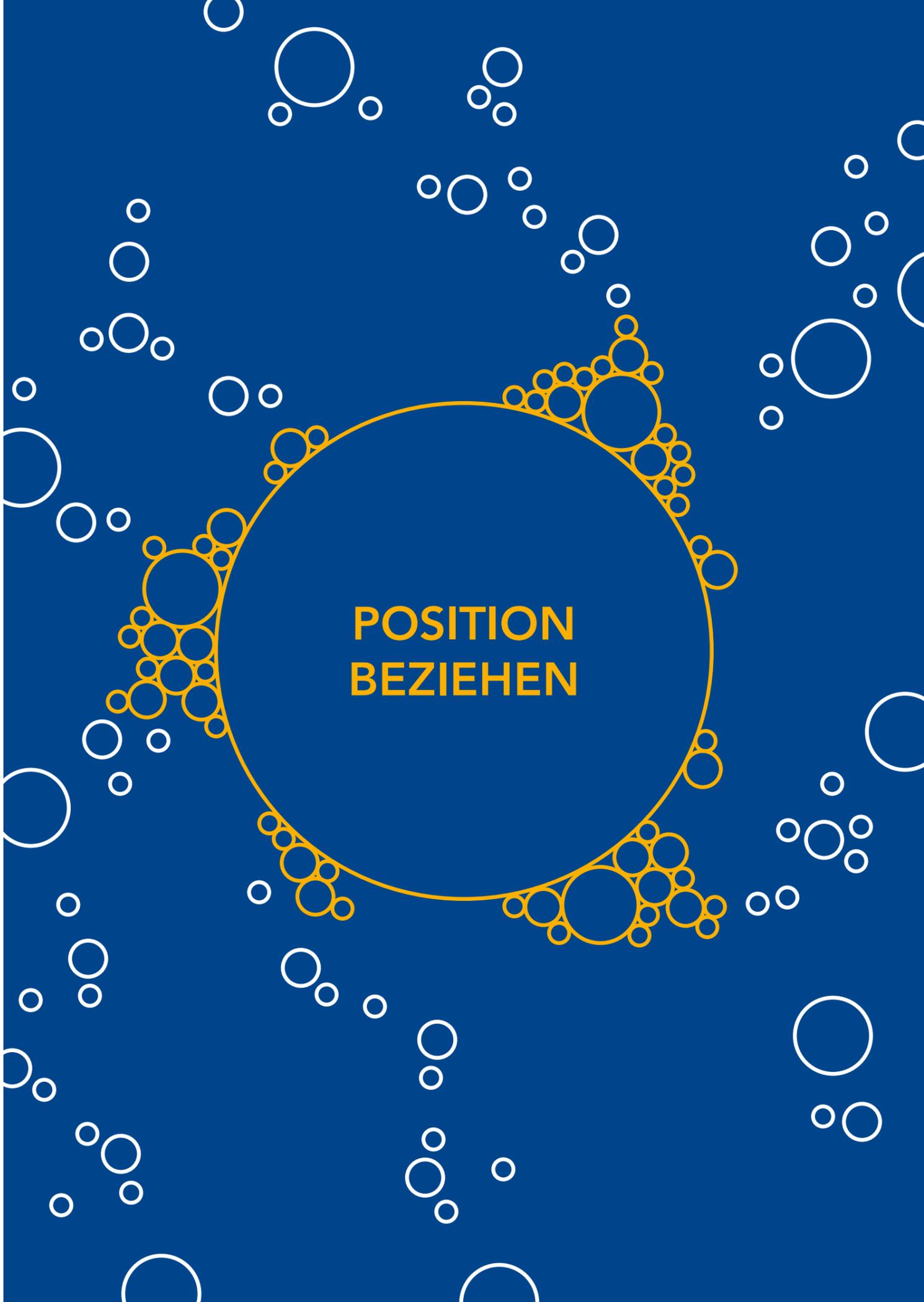
- Ist-Situation feststellen
- Fokusgruppen-Umfragen
- Markt- und Wettbewerber-Screening
- Zielgruppen analysieren

## Strategie

Wir erarbeiten eine einzigartige und wiedererkennbare Positionierung der Marke im Wettbewerbsumfeld. Die Gesamtheit aller Ergebnisse aus Analyse und Briefing-Phase ermöglicht die Definition des „Reason why“, der als Leitidee in der Kreation für aufmerksamkeitsstarke Bild- und Sprachwelten sorgt und das Fundament für Kernbotschaften und Werte bildet, die Begehrlichkeiten innerhalb der Zielgruppen wecken.

## Leistungen

- Positionierung von Unternehmens-, Produkt- und Servicemarken
- Definition des „Reason why“ und Entwicklung der Leitidee
- Festlegung von Markenwerten und Kernbotschaften
- Erarbeitung einer Markenstrategie



**POSITION  
BEZIEHEN**



# Visual Identity – wir geben Marken eine Identität.

Wenn die Strategen die Einzigartigkeit der Marke fixiert haben, verleihen ihr die Kreativen auf Grundlage von Positionierung und Leitidee eine visuelle Identität. Konkrete und wiedererkennbare Visualisierungen, Botschaften und Gestaltungsgrundlagen der Marke entstehen.

## **Kreation**

Die Positionierung einer Marke spiegelt sich in ihren Botschaften sowie der gesamten Erscheinung wider. Diese visuelle Identität sorgt für Wiedererkennung und Identifikation mit den Markenwerten. Sie transportiert durch ihr Design ein einzigartiges Erlebnis für alle Berührungspunkte, in denen die Marke sichtbar wird.

## **Leistungen**

- Konzeption einer eigenständigen und prägnanten visuellen Identität
- Kreation von wiedererkennbaren Bild- und Sprachwelten für eine erfolgreiche Zielgruppenansprache

## **Corporate Identity**

Durch Sprache und Botschaften wird das Markenerlebnis greifbar und vermittelt über alle Touchpoints einen einheitlichen Markenauftritt, der in der Corporate Identity reglementiert ist.

## **Leistungen**

- Entwicklung und Definition der Markensprache sowie der Markenbotschaften und Wertvorstellungen
- Reglementierung als Corporate Identity

## **Corporate Design**

Alle Designmerkmale, die der Marke ein eigenständiges und wiedererkennbares Image verleihen, werden im Corporate Design Manual festgehalten und bilden das Regelwerk für jegliche Kommunikationsmaßnahmen.

## **Leistungen**

- Entwicklung des Marken-Designs und seiner Gestaltungsformen online und offline
- Reglementierung des Erscheinungsbilds als Corporate Design

# Marketing – wir ermöglichen einen treffsicheren Media-Mix.

Die aufsehenerregendste Kreation nützt nichts, wenn sie nicht gesehen wird. Wir erarbeiten einen wirkungsvollen Media-Mix, erstellen die Kommunikations-Roadmap und sorgen dafür, mit den Botschaften dauerhaft in allen relevanten Zielgruppenkanälen präsent zu sein.

## Zieldefinition

Die beste Positionierung und das ausdrucksstärkste Design gewinnt keine Fans, wenn die Marke nicht kommuniziert. Wir erarbeiten die Roadmap für effektive Markenkommunikation in relevanten Kanälen und empfehlen erfolgsversprechende Kommunikationsinstrumente.

## Leistungen

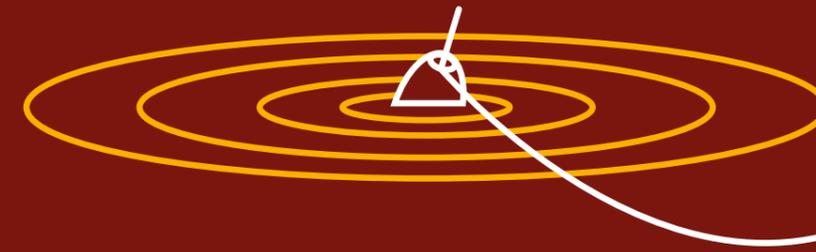
- Aufbau einer Kommunikationsstrategie mit erfolgsversprechendem Instrumenten-Mix
- Emotionales Storytelling
- Filmkonzeption
- PoS-Marketing
- Dialog-Marketing
- Maßnahmen und Tools zur Unterstützung des Vertriebs
- Promotion und Face2Face-Kommunikation
- Messe und Roadshows

## Veröffentlichung

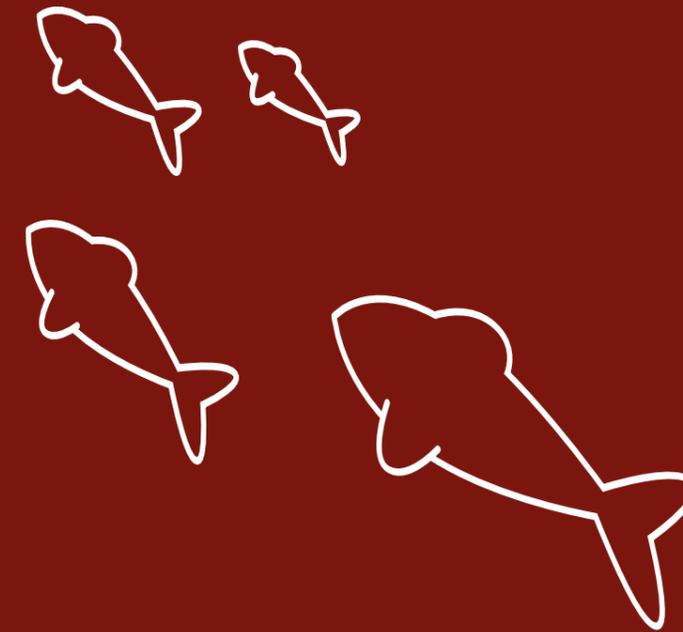
Wir machen Marken sichtbar und kümmern uns um die kontinuierliche Kommunikation ihrer Botschaften. Dafür nutzen wir relevante digitale und klassische Kommunikationskanäle. Und sollten diese nicht ausreichen, erfinden wir etwas, das der Marke gerecht wird.

## Leistungen

- Inbound- und Outbound-Marketing
- Performance-Marketing
- Social-Media- und Content-Marketing
- SEO- und SEA-Maßnahmen
- Messung der Maßnahmenwirksamkeit
- Optimierung von Botschaften und Customer Journey



## INS SCHWARZE TREFFEN





Es braucht Einfühlungsvermögen,  
um ein großes Rad zu drehen.

### Zwei, die zueinander passen.

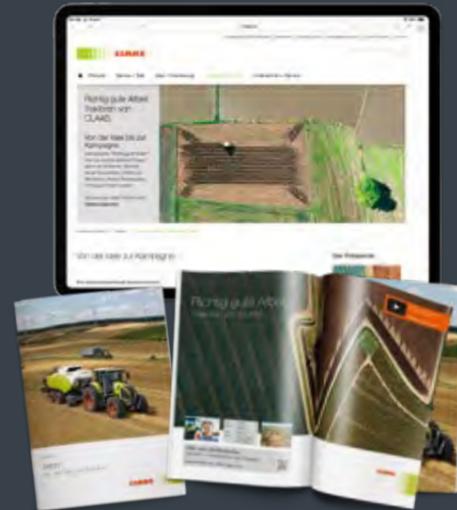
Europas Marktführer bei Mähdreschern und weltgrößter Hersteller von Feldhäckslern begeistert die Agrarwirte auch mit innovativer Traktorentechnologie. Das familiengeführte Unternehmen mit deutschen Wurzeln ist ein Global Player mit Niederlassungen, Produktions-

stätten und Vertriebsgesellschaften auf allen Kontinenten. Ausgezeichnet als »CLAAS Supplier of the Year« ist Köhler Kommunikation Leadagentur und entwickelt seit vielen Jahren Bilder- und Designwelten, Produktkampagnen und -literatur, Messe- und Markenauftritte.

### Mit 500 PS den Markt aufrollen.

CLAAS hat sich innerhalb kürzester Zeit europaweit als bedeutender Traktorenhersteller etabliert. Im Fokus dieser Traktorenkampagne standen der Mensch und seine Felder. Köhler Kommunikation hatte alle Hände voll zu tun:

- › Strategie und Kommunikationskonzept
- › Kreativkonzept und Media
- › Internationaler Roll-out in 17 Ländern
- › Anzeigen, Poster und Plakate
- › Onlinebanner, Microsite und Facebook Lead Ads
- › Advertorials und Videos
- › Merchandising-Artikel und Messen
- › Messung und Optimierung der Kampagne
- › 1. Platz beim deutschen Agrarmarketingpreis



### Corporate Photography.

In der visuellen Darstellung von Marken stellen wir uns zwei großen Herausforderungen: Präsenz und Ästhetik. Bei der Präsenz geht es um die realen Dimensionen der Maschinen, die Details und die Funktion; bei der Ästhetik geht es um den Raum, die Perspektive und die Inszenierung. Letztlich ist das Ziel, die Alleinstellung der Produkte und der Marke herauszuarbeiten.

### Ö Zielgruppenempathisch.

„Landwirte und Lohnunternehmer sind ein besonderer Schlag Mensch. Erdverbunden, ehrlich, geradeaus. Nicht selten werden Maschinen mit Handschlag verkauft. Werbeblabla beeindruckt hier keinen. Authentizität ist alles. Als Kreativer musst du dich in ihre Welt hinein fühlen können.“



# Boels

RENTAL

## Vermietet fast alles.

Jetzt auch in Freiburg!  
☎ 0761 59327433  
[boels.de/freiburg](http://boels.de/freiburg)



Sie haben das Gerät.  
Wir haben die Kampagne.

### Schweres Gerät für die DACH-Region.

Boels Rental vermietet Maschinen und Werkzeuge. Mit über 300 Filialen und 1.800 Baumarkt-Outlets in acht Ländern gehört Boels in Europa zu den Renommiertesten der Branche. In Deutschland

und Österreich sind Bekanntheitsgrad und Awareness-Werte noch nicht so hoch. Deshalb hat Köhler Kommunikation den Auftrag erhalten, in diesen Regionen die Zielgruppen zu begeistern.

### Baukasten mit kreativen Lösungen.

Die crossmediale Kampagne wird für jede Neueröffnung individuell ausgestaltet. Ziel ist es, rund um den Eröffnungstermin Neugier zu wecken und neue Handwerksunternehmen zu gewinnen, die dauerhaft Bedarf an guten Maschinen und Ausrüstung haben.

- › Kreativkonzept
- › Fotoshootings
- › Microsite-Neueröffnung
- › Social-Media-Strategie
- › Direct Mailing | Flyer
- › Out of Home | Radiospot
- › Online-Mediaplanung und -Schaltung



### (((o))) Boels im Lokalradio:

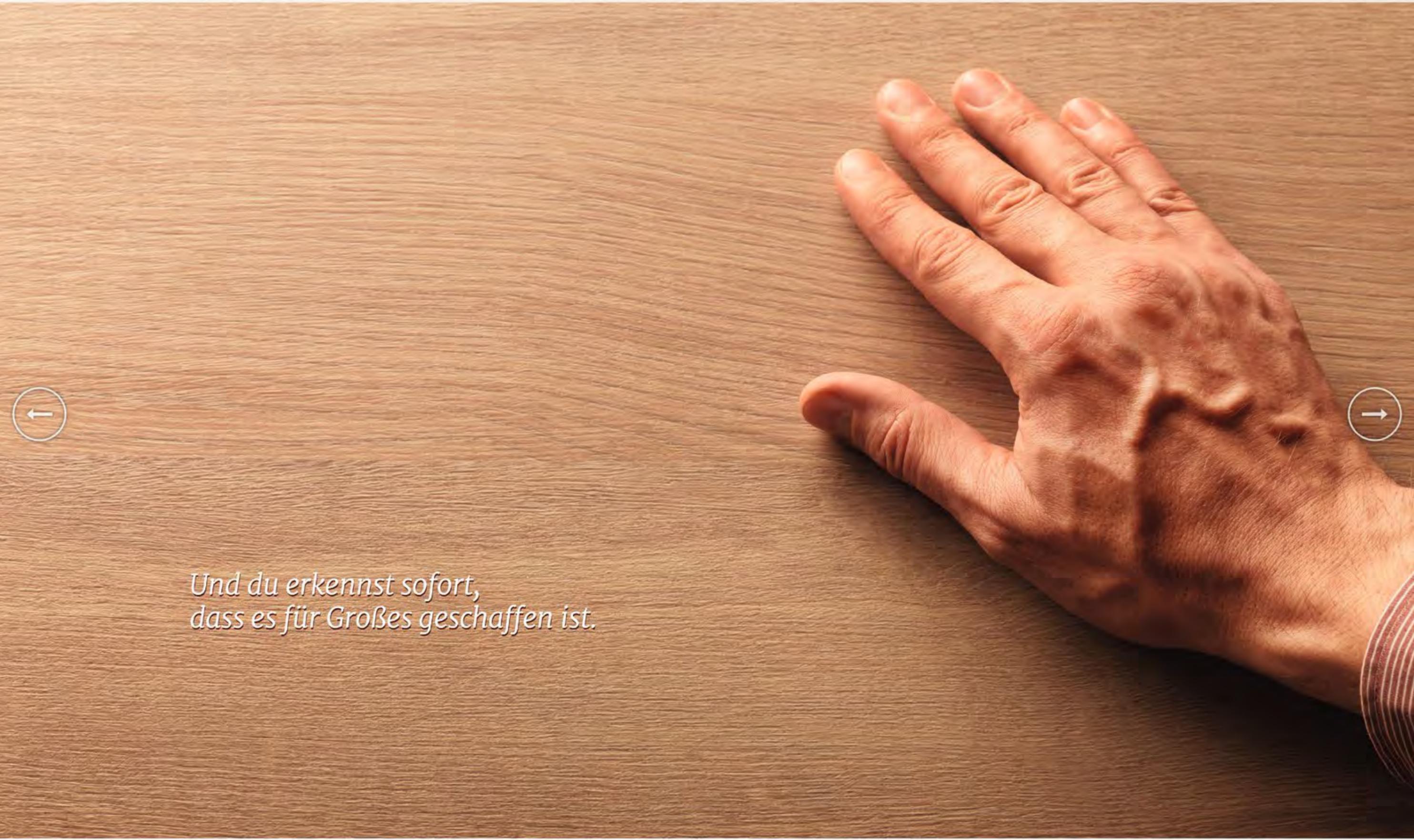
„Boels vermietet Bohrmaschinen, Bagger, Gerüste, Hebebühnen, Bautrockner, Gartenfräsen, Vertikutierer ... F.: Geht das noch lange so? A.: So 2.500 mal! Für Garten, Bau, Profis und Heimwerker – Boels. Jetzt auch in Freiburg oder unter boels.com – Boels, Boels, Boels. Vermietet fast alles.“

### Online-Marketing für Boels



### Ö Unkompliziert.

„Komplexe Vorgänge für den Kunden einfach und nachvollziehbar zu gestalten, ist eine Kunst. In diesem Fall eine, für die man keine Künstler benötigt, sondern Pragmatiker. Pragmatiker erkennt man daran, dass sie immer mit hochgekrempelten Ärmeln an den Start gehen und nie »Ja, aber ...« sagen.“



*Und du erkennst sofort,  
dass es für Großes geschaffen ist.*

# Auch oberflächliche Kommunikation kann unter die Haut gehen.



## Dieser Kunde ist was fürs Auge.

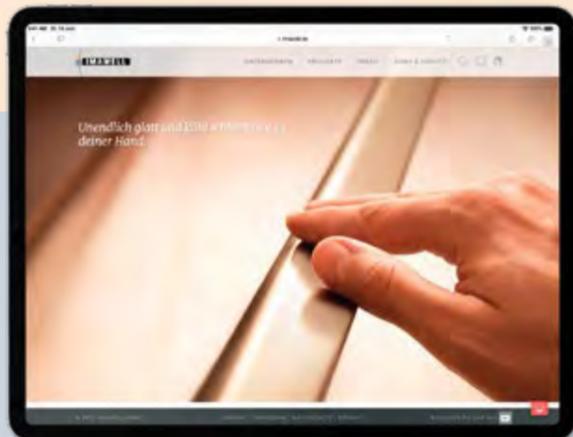
IMAWELL, Marktführer in Russland und den Anrainerstaaten, liefert von der Dekorfolie über den Klebstoff bis hin zur Maschine alles, was benötigt wird, um Möbel, Wände, Böden, Decken, Türen und Fenster mit dekorativen Oberflächen zu veredeln.

Das Unternehmen stellt einen hohen Designanspruch an sich selbst, da es Trends frühzeitig erkennen und bedienen muss. Entsprechend hoch ist die Anforderung an Köhler Kommunikation, diese Designaffinität spürbar zu machen.

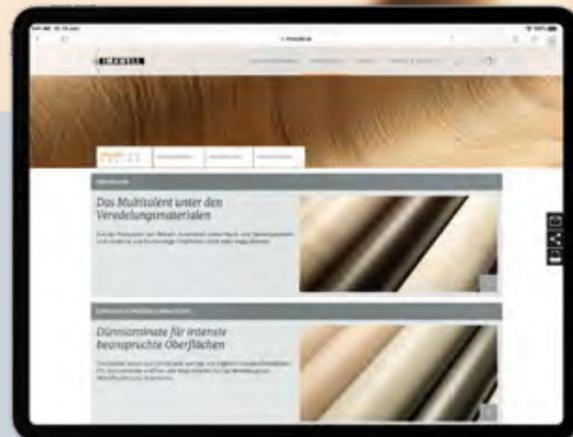
## Die Haptik muss sichtbar werden.

Der neue Markenauftritt präsentiert das Unternehmen erstmalig emotional, stark beratend und designaffin. Er vermittelt das Gefühl der Oberflächenqualität als Erlebnis und zeigt zugleich die große Vielfalt verfügbarer Materialien.

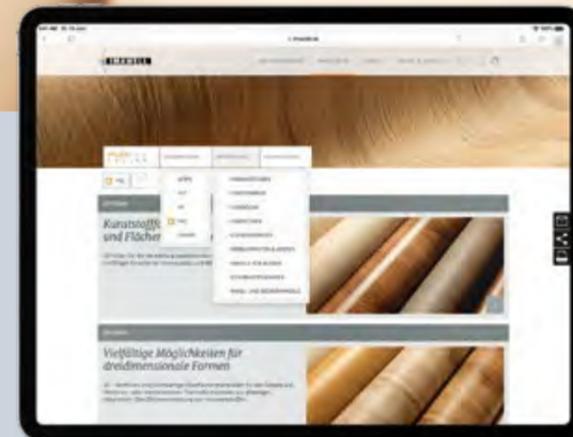
- › Entwicklung einer neuen Bildsprache
- › Imagemotive
- › Dreisprachige Website (D/GB/RUS)
- › Beratungsmodul für Materialien und Dekore
- › Broschüren, Produktliteratur, Newsletter
- › Messe



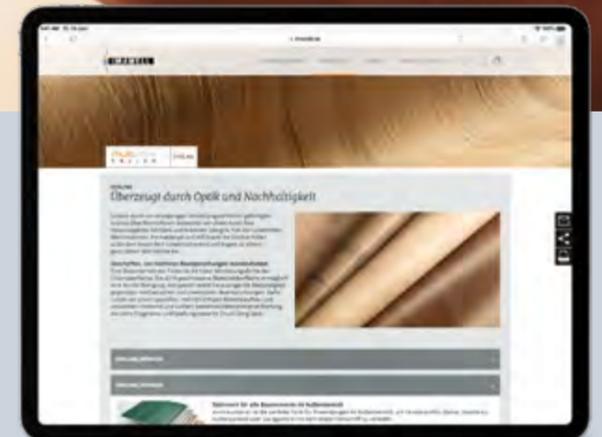
Emotionaler Seiteneinstieg mit großzügigen Keyvisuals. Eine neue Filterfunktion gibt dem User die Möglichkeit, den gewünschten



Anwendungsbereich immer weiter zu spezifizieren. So erlebt der Kunde mit dem ersten Kontakt eine intensive Beratung.



Produkte werden interessenspezifisch, nach den Anforderungen und Vorlieben des Kunden, abgerufen und präsentiert.



Auf diese Weise werden dem Nutzer die auf seine Wünsche zugeschnittenen Produkte empfohlen.

## Die Kampagnenidee:

Die Keyvisuals laden die Produkte emotional auf und machen sie erlebbar. Auf einer stark beratend ausgerichteten Website positionieren sie das Unternehmen alleinstellend im Wettbewerb.



## Ö Kundennah.

„Werbern eilt der Ruf voraus, Dampfplauderer zu sein, die sich am liebsten selber reden hören. Wir reden nur, wenn wir um Rat gefragt werden. Und dann auch nur soviel, dass es ein konstruktiver Dialog bleibt. Aber bevor es soweit ist, hören wir Ihnen erst einmal aufmerksam zu, bis wir Sie und Ihr Unternehmen genau verstanden haben.“

**Doppstadt**

# INVENTHOR

TYPE 9

SLOW SPEED SHREDDER LINE



Marken pflegen,  
ohne Kleinholz daraus zu machen.

### Lösungen für kluges Recycling.

Doppstadt fertigt Anlagen und Zerkleinerungstechnik zur Aufbereitung von Altholz, Haus-, Gewerbe- und Industriemüll, Biomüll, Erdaushub und Grünschnitt. Damit leisten Kunden in mehr als 40 Ländern einen wichtigen Beitrag zum Schutz der Umwelt und zum Erhalt von Ressourcen.

### Branding-Konzepte für wertvolle Marken.

Doppstadt richtet sich derzeit neu aus: weg vom reinen Maschinenanbieter hin zum serviceorientierten Lösungsanbieter. Das erfordert von Köhler Kommunikation eine filigrane Anpassung des Markenkerns.

- › Markenpositionierung
- › Logo-Redesign
- › Reglementierung des Corporate Designs im Brand Manual
- › Corporate- und Produktwebsite
- › Produktliteratur



### Das Logo-Redesign

Die strategische Neuausrichtung der Marke hat Einfluss auf das Erscheinungsbild des Unternehmens. Die Überarbeitung des Logos definiert Doppstadt als Lösungsanbieter am Puls der Zeit, bei gleichzeitiger Wahrung von Kultur und Tradition.



### Ö Verantwortungsvoll.

„Man kann alte, eingeführte Marken spektakulär neu inszenieren. Ein solches Feuerwerk nützt meist dem Agentur-Image und weniger der Marke. Kunden, die eine Agentur an ihrer Marke arbeiten lassen, vertrauen ihr einen Schatz an. Das wissen und würdigen wir.“

# Markenbildung ist ein Prozess.

Unsere Begeisterung für Marken zeigt sich in drei Themenbereichen, die zu einem ganzheitlichen Markenprozess kombiniert werden oder nach Bedarf nur Teile des Gesamtprozesses behandeln.

Wir verbringen konstruktive und kreative Zeit miteinander.

Marken zu einem Erlebnis machen, ist kein Schnellschuss, sondern ein Prozess, den wir von der Analyse bis zur Umsetzung gemeinsam planen und gestalten. Dieser Prozess lässt sich problemlos Ihren individuellen

Anforderungen anpassen. Auch wenn Sie sich mitten in der Branding-, Identity- oder Marketing-Arbeit befinden und bei einem Schritt Unterstützung brauchen, sind wir für Sie da.

## 1 | Branding



### Zieldefinition

Wer das strategische Ziel im Auge behält, hat die Freiheit, in alle Richtungen zu denken.

- Vision und Ziele definieren
- Wahrnehmung und Erwartungen kommunizieren
- Projektteam, Verantwortlichkeiten und Projektiming festlegen

### Analyse

Je intensiver wir Umfeld und Zielgruppe kennenlernen, desto präziser treffen wir den Punkt.

- Ist-Situation feststellen
- Fokusgruppen-Umfragen
- Märkte-Screening
- Zielgruppen analysieren

### Strategie

Wir sprechen von Unique Selling Proposition (USP) und meinen Unverwechselbarkeit.

- Positionierung von Unternehmens-, Produkt- und Servicemarken
- Definition des „Reason why“ und Entwicklung der Leitidee
- Festlegung von Markenwerten und Kernbotschaften
- Erarbeitung einer Markenstrategie

## 2 | Visual Identity



### Kreation

Gesucht werden die Botschaft und die Visualität, die den Kern der Marke spiegeln.

- Entwicklung der visuellen Identität
- Bild- und Sprachkonzept
- Ausarbeitung des Marken-Designs
- Reglementierung des Erscheinungsbilds im Corporate Design

### Kommunikation

Kreation funktioniert nur, wenn sie von treffsicheren Maßnahmen getragen wird.

- Aufbau einer Kommunikations-Strategie
- Empfehlung des Instrumenten-Mix
- Storytelling
- Filmkonzept
- PoS- und Dialog-Marketing
- Messe und Roadshows
- Planung der medialen Umsetzung

### Veröffentlichung

Ihre Kampagne wird im Markt sichtbar. Wir prüfen nach, wie gut sie arbeitet.

- Inbound- und Outbound-Marketing
- Social-Media- und Content-Marketing
- Performance-Marketing
- SEO- und SEA-Maßnahmen
- Messung der Maßnahmen-wirksamkeit
- Optimierung von Botschaften und Customer Journey

AachenMünchener Versicherung AG · Accenture GmbH · ADAC e. V. · adesso AG · Agilent Technologies Deutschland GmbH · AGRAVIS Raiffeisen AG · ALDI GmbH & Co. KG · Amazon.de GmbH · AOK – Bundesverband GbR · A.T. Kearney GmbH · Autobahn Tank & Rast GmbH · AWD Holding AG · AXA Konzern AG · Axel Springer SE · BARMER GEK · BASF SE · BAUHAUS GmbH & Co. KG · Baxter Deutschland GmbH · Joh. Berenberg, Gossler & Co. KG · BEUMER Maschinenfabrik GmbH & Co. KG · BILSTEIN GmbH & Co. KG · Bilfinger SE · BIO COMPANY GmbH · BITMARCK Holding GmbH · BNP PARIBAS REAL ESTATE · Boels Verleih GmbH · Robert Bosch GmbH · B. Braun Melsungen AG · Burger Söhne Holding AG · BWGV Baden-Württembergischer Genossenschaftsverband e. V. · Caritasverband für die Stadt Köln e. V. · Caritasverband Lünen-Selm-Werne e. V. · CHUBB Insurance Company of Europe SE · Christophsbad GmbH & Co. Fachkrankenhaus KG · CLAAS KGaA mbH · comdirect bank Aktiengesellschaft CreditPlus Bank AG · CTS EVENTIM AG & Co. KGaA · Daimler AG · Daniel Philipp Personal Training · Danzer Holding AG · Deloitte & Touche GmbH Wirtschaftsprüfungsgesellschaft · Depenbrock Bau GmbH & Co. KG · DER Touristik GmbH · Deutscher Ärzteverlag GmbH · Deutsche Bank AG · DKV Mobility Service Business Center GmbH & Co. KG · Werner Doppstadt Umwelttechnik GmbH & Co. KG · DOUGLAS HOLDING AG · Parfümerie Douglas GmbH · Drägerwerk AG & Co. KGaA · Dürr AG · DZ BANK AG · DZR – Deutsches Zahnärztliches Rechenzentrum GmbH · EADS Deutschland GmbH · Eberspächer Climate Control Systems GmbH & Co. KG · ecx international GmbH · ENGIE Deutschland GmbH · Ernst & Young GmbH Wirtschaftsprüfungsgesellschaft · Ericsson GmbH · Ernsting's family GmbH & Co. KG · Erzbistum Köln KdöR · EUROPIPE GmbH · Evangelisches Johannesstift Altenhilfe gGmbH · Evonik Industries AG · Faber & Faber Personaldienstleistungen GmbH & Co. KG · FLYLINE Tele Sales & Services GmbH · Fresenius Medical Care AG & Co. KGaA · Generali Deutschland Holding AG · Giesecke & Devrient GmbH · Gothaer Versicherungsbank VVaG · Grünenthal Pharma GmbH & Co. KG · Franz Haniel & Cie. GmbH · H.C. Starck GmbH HELLA KGaA Hueck & Co. · Henkel AG & Co. KGaA · Verlagsgruppe Georg von Holtzbrinck GmbH · HR Management Consultants GmbH · HUK-COBURG-Allgemeine Versicherung AG · IKA®-Werke GmbH & Co. KG · innogy Consulting GmbH · INVERTO AG · IMAWELL GmbH · ista Deutschland GmbH · Janssen-Cilag GmbH · Johnson Controls Power Solutions EMEA · JOST-Werke GmbH · Jungheinrich AG · KfH

## Begeisterte Kunden

Kuratorium für Dialyse und Nierentransplantation e. V. · Kplus Gruppe GmbH · K+S Aktiengesellschaft · Heraeus Kulzer GmbH · LANXESS Deutschland GmbH · C. Josef Lamy GmbH · LEONI AG · Lindt & Sprüngli GmbH · Mazda Motors (Deutschland) GmbH · Mäurer & Wirtz GmbH & Co. KG · Michelin Reifenwerke AG & Co. KGaA · msgGillardon AG · Niels-Stensen-Kliniken GmbH · NKT GmbH & Co. KG · Olympus Europa SE & Co. KG · Peek & Cloppenburg KG · PENNY Markt GmbH · pfm medical AG · Porsche Consulting GmbH · PPG Sales and Services GmbH · Preh GmbH · PricewaterhouseCoopers AG · Protection One GmbH · OstseeSparkasse Rostock AdöR · QSC AG · REAL ALLOY GERMANY GMBH · REWE Discount International · REWE GROUP · Rheinisch-Westfälischer Genossenschaftsverband e. V. · Rhenus SE & Co. KG · RWE AG · Sandvik Holding GmbH · Saint-Gobain Services Construction Products GmbH · Schaeffler Technologies AG & Co. KG · J. Schmalz GmbH · Schottel GmbH · Schülke & Mayr GmbH · Sedus Stoll AG · Sennheiser electronic GmbH & Co. KG · SICK AG · Sopra Steria Consulting AG · Stadtwerke Offenbach · STRABAG AG · Stromnetz Hamburg GmbH · Talanx AG · TARGOBANK AG & Co. KGaA · Tchibo GmbH · Technolit GmbH · technotrans Group · telegate AG · toom Baumarkt GmbH · Toys"R"Us GmbH · TUI Cruises GmbH · OHG Transgourmet GmbH & Co. · TÜV Rheinland AG · Unilever Deutschland Holding GmbH · Vetter Pharma-Fertigung GmbH & Co. KG · VGH Versicherungen · Viessmann Werke GmbH & Co. KG · Vorwerk & Co. KG · Warth & Klein Grant Thornton AG · Wieland-Werke AG · Zeitverlag Gerd Bucerius GmbH & Co. KG

Schön, wenn die Agentur für Markenkommunikation selber eine Marke ist.

Sie haben bis hierher gelesen, einen guten Eindruck von unserer Agentur und Arbeitsweise bekommen und das Gefühl, Sie müssten Ihre Markenkommunikation justieren oder neu starten? Sprechen Sie mit mir.

**Ein Anruf bei Jan Köhler bringt Sie weiter.**

Jan Köhler hat die Agentur 1990 gegründet und steht als Inhaber persönlich für die Arbeit von Köhler Kommunikation ein. 20 begeisterte Mitarbeiter, langjährige Projekterfahrung und ausgeprägte Dienstleistungsbereitschaft sorgen dafür, dass die Kunden sich rundum gut beraten und betreut fühlen und gerne wiederkommen.

**+49 211 60180-217**  
[jan.koehler@koehlerkommunikation.de](mailto:jan.koehler@koehlerkommunikation.de)



Köhler Kommunikation GmbH  
Am Trippelsberg 43  
40589 Düsseldorf, Germany  
+49 211 60180-0

[koehlerkommunikation.de](http://koehlerkommunikation.de)