

Backgrounder marcapo GmbH

Kurzprofil marcapo – Die Spezialisten für lokale Markenführung und Marketingportale

marcapo mit Hauptsitz im fränkischen Ebern ist Pionier auf dem Gebiet der lokalen Markenführung und hat sich seit Gründung im Jahr 2005 zum führenden Spezialisten für lokale Markenführung und Marketingportale mit Erfolgsgarantie entwickelt. Über die ELM-Methode (Erfolgreiche lokale Markenführung) und dessen Kernstück, das webbasierte Marketingportal, gestalten, bestellen und schalten über 40 europäische Markenunternehmen mit Absatzpartnerstrukturen CD-konforme und zugleich individuelle Werbemaßnahmen, die die lokale Markenführung von über 45.000 Absatzpartnern nachweislich erleichtern.

Darüber hinaus gibt es weitere Leistungsbausteine, die den Erfolg der Anwender fördern: Positionierung, Design, Vermarktung, Absatzpartnerbetreuung, Fulfillment und strategische Beratung. Gemeinsam mit seinen rund 130 Mitarbeiterinnen und Mitarbeitern betreut marcapo namhafte Unternehmen wie clever fit, Goodyear, Hansgrohe, Wella und WWK Versicherungen.

Zahlen und Fakten

Unternehmen:	marcapo GmbH, Ebern Handelsregister beim Amtsgericht Bamberg, HRB 697
Unternehmenssitz:	Bahnhofstraße 4, 96106 Ebern
Homepage:	www.marcapo.com
Gründung:	Das Unternehmen geht hervor aus einer Full-Service Werbeagentur – deren Wurzeln im Druckereigewerbe liegen und bis 1885 zurückreichen – und einem Internet-Softwarehaus aus Bamberg. Ab 2005 Konzentration auf lokale Markenführung unter der neuen Firmierung marcapo GmbH.
Management:	Marc-Stephan Vogt, Thomas Ötinger, Christian Schwarzenberger (geschäftsführende Gesellschafter)
Mitarbeiterzahl:	ca. 130
Umsatz in 2017:	ca. 14 Mio. Euro
Dienstleistung/ Produkt:	Spezialisten für lokale Markenführung und Marketingportale
Zielgruppen:	Versicherungen, Verbundgruppen, Handel, Handwerk/Living, Healthcare, Franchise
Anzahl aktiver Marketingportale:	über 40
Anzahl betreuter Absatzpartner auf Marketingportalen gesamt:	über 45.000

Leistungsbausteine

Die 7 Leistungsbausteine der von marcapo entwickelten ELM-Methode für eine Erfolgreiche Lokale Markenführung:

- Positionierung der Marketing-Services des Kunden
- Marketingportal & Funktionen
- Werbemaßnahmen & Design
- Vermarktung & Aktivierung
- Partnerbetreuung & -entwicklung
- Fulfillment & Lieferantenmanagement
- Strategische & operative Beratung

Mitgliedschaften

marcapo nimmt an der Initiative Global Compact der Vereinten Nationen (UN) teil und verpflichtet sich damit, die Prinzipien im Bereich Menschenrechte, Arbeitsnormen, Umweltschutz und Korruptionsbekämpfung zu verfolgen.

Als Mitglied im Unternehmensnetzwerk der Bundesregierung für Familie, Senioren, Frauen und Jugend „Erfolgsfaktor Familie“ bekennt sich marcapo zu einer familienfreundlichen Personalpolitik.

marcapo ist außerdem Mitglied der Initiative „Mit ElternKOMPETENZ gewinnen“ des Bayerischen Staatsministeriums für Arbeit und Soziales, Familie und Integration.

marcapo ist anerkannter IHK-Ausbildungsbetrieb.

Credo der marcapo GmbH

Jedes Unternehmen – unabhängig von Branche oder Größe – soll die Chance haben, professionelle Werbung zu betreiben. Denn die effektive Kommunikation mit Kunden, Mitarbeitern und Stakeholdern ist ein entscheidender Wettbewerbsfaktor in enger werdenden lokalen Märkten. Für Deutschlands und Europas Zukunft ist die Vielfalt der Unternehmensstrukturen immens wichtig. Neben den großen Konzernen und Marken ist unsere Gesellschaftsform von den vielen lokalen klein- und mittelständischen Unternehmen geprägt. Schließlich sind sie es, die inmitten der Gesellschaft, der Verbraucher, verankert sind.

Genau da setzt das Geschäftsmodell von marcapo an: marcapo verbindet die Strahlkraft großer Marken mit der Marktdurchdringung der lokalen Absatzpartner. Ob Wella bei Friseuren, ERGO bei Versicherungsvermittlern oder Hansgrohe im Handwerk – die Spezialisten sorgen dafür, dass große Marken lokal wahrgenommen werden und die Absatzpartner zu lokalen Marken werden. Das marcapo Marketingportal ist dafür die optimale technische Basis. Durch die jahrelangen Erfahrungen ist marcapo zudem zum Service-Marktführer der Branche gewachsen.

Historie und Branche

Das Unternehmen marcapo GmbH geht aus der j. ruckdeschel GmbH und der Bamberger Softwarefirma i-masco hervor, deren drei Inhaber Jürgen Ruckdeschel, Marc-Stephan Vogt und Thomas Ötinger 2005 zusammen die Idee marcapo starteten.

Die Wurzeln reichen zurück bis ins 19. Jahrhundert: 1885 wurde das Druck- und Verlagshaus in Ebern gegründet, das 1913

in den Besitz der Familie Ruckdeschel gelangte und sich seit Ende der Siebziger zu einem erfolgreichen Full-Service-Dienstleister entwickelte. Um die Jahrtausendwende entstand marcapo aus der Vision heraus, möglichst vielen kleinen Unternehmen die gleichen Marketing- und Werbemöglichkeiten zu bieten, die auch großen Marken zur Verfügung stehen.

So entwickelte sich das Geschäftsmodell des Unternehmens marcapo zu einem Zeitpunkt, als aus den Sparten Druck, IT und Agenturdienstleistung verschiedene Systeme entstanden: von der Bilddatenbank und Media Asset Management System über das Marketingportal bis zum Marketing Resource Management.

marcapo konzentrierte sich auf lokale Markenführung und alle hierzu notwendigen Leistungen. Seit 2005 firmiert das Unternehmen offiziell unter dem Namen marcapo GmbH.

Unsere Werte

Pioniergeist	Möglich-Machen	Erfolg	Nähe	Offenheit	Verbindlichkeit
--------------	----------------	--------	------	-----------	-----------------

Kompetenzen und Alleinstellungsmerkmal

Marketingentscheider stehen vor der Herausforderung, ihre Marke lokal zu führen und wirksam zu inszenieren. marcapo steht dafür, lokale Markenführung so einfach wie möglich zu machen. Denn viele Marken verfügen über hunderte oder gar tausende lokaler Absatzpartner – ein Kommunikationskanal, der von Entscheidern im Marketing auf Grund seiner Heterogenität und Komplexität bisher nur mit viel Aufwand genutzt werden konnte. Insbesondere dann, wenn die Absatzpartner selbstständige Unternehmer und nicht weisungsgebunden sind.

Marketingentscheidern eröffnen sich neue strategische Möglichkeiten, denn marcapo macht ihnen diesen Kommunikationskanal regelbar, kostengünstig und erfolgreich zugänglich. Die Absatzpartner erhalten für eine professionelle lokale Markenführung schnellen Zugriff auf preiswerte und individualisierte Werbemaßnahmen.

marcapo sieht sich als Innovations- und Kompetenzmotor der Branche. Die Spezialisten erkannten als erste, dass erfolgreiche lokale Markenführung mehr als eine technische Perfektion der Marketingportale erfordert. Sie entwickelten daher nicht nur Technologie, Abwicklungssicherheit und Mediaangebot weiter, sondern auch die umfassenden Services. Sie unterscheiden marcapo im Wettbewerb. Die Services beinhalten: Strategische Beratung - Partnerbetreuung und -entwicklung, z. B. Werbeberatung, Schulungen - Vermarktung & Aktivierung der Absatzpartner - Fulfillment (Druck und Media, Verteilung und Online-Schaltung) und Lieferantenmanagement.

Auf Basis der Services gibt marcapo als einziges Unternehmen der Branche auf die Marketingportale eine Erfolgsgarantie. Das bietet den Unternehmen einen hohen Grad an Investitionssicherheit. Die marcapo Mitarbeiter nehmen ihnen die Arbeit ab, sie nennen sich daher „lokale Markenmanager“, nach dem Motto: „Sie führen die Marke. Wir managen sie vor Ort.“

Das Marketingportal

Über das Marketingportal stehen den Absatzpartnern der Marken 38 Medienkanäle und über 1.500 Werbemaßnahmen – analog und digital – zur Verfügung. Aus den Bereichen

- Web2Print – Flyer, Poster und Geschäftsausstattung
- Dialogmarketing – Mailings und Zeitungsbeileger u.a.m.
- Online – z. B. Responsive Websites, Google Adwords-Kampagnen
- Media wie Kino- und Social Media-Spots, Anzeigen

- Out of home – Fahrzeugwerbung, (digitale) Plakate
- Store-Marketing wie POS-Ausstattung und Deko-Service
- Weitere Leistungen wie Fotografen- und Videojournalisten-Netzwerk, individuelle Agenturservices, Sportartikel, Corporate Wear, Werbemittel u.a.m.

Über verschiedene Module und Funktionen werden die Werbemaßnahmen bestellt bzw. gebucht oder geschaltet. Sie können einzeln aktiviert werden, denn das Marketingportal ist frei skalierbar. Intuitiv bedienen Absatzpartner das Marketingportal, editieren Bild- und Textboxen in den Templates (Vorlagen), ob für Großplakate oder Websites. Stets bleiben dabei die Vorgaben zum Corporate Design der Marke gewahrt. Je Maßnahme und Nutzergruppe werden die Freiheitsgrade der Individualisierung zentral von der Marke definiert.

Das neue MAM-System von marcapo sorgt für eine einfache Bildverwaltung und das Bildrechtmanagement. Reporting- und Controllingfunktionen eines Marketingportals bedeuten sichere Markenführung und Budgetsicherheit. Entscheider können Kampagnen und Vertriebsteams bei Aktionen bequem und zeitgemäß auf dem Smartphone steuern und kontrollieren. Denn alle erfolgsrelevanten Daten sind über eine App jederzeit abrufbar.

marcapo Kunden und Zielgruppen

marcapo besitzt Branchen-Know-how in den Wirtschaftszweigen Versicherungen, Handel, Handwerk, Healthcare und Franchise. Unternehmen mit Absatzpartnerstruktur und einer hohen Markenrelevanz profitieren von marcapo. Ansprechpartner in den Unternehmen sind vor allem Marketingentscheider.

Die Vorteile der lokalen Markenführung mit marcapo auf einen Blick

Nutzen der Gesamtlösung für Kunden/Marken (Auswahl)

- zentrale, effiziente Steuerung der Werbemaßnahmen europaweit
- starke lokale Markenpräsenz und Nähe zum Endkunden
- Sicherstellen des Corporate Designs in der lokalen Markenführung
- höhere Markenloyalität der Absatzpartner
- flexibler, skalierbarer Zugriff auf 38 Medienkanäle und über 1.500 Werbemaßnahmen
- Einsparung an Personalressourcen und Kosten durch Optimierung vorhandener Prozesse von Beginn an
- Investitionssicherheit durch garantierten Erfolg
- Marktführende Technologie, startklar in nur 3 Monaten
- Erfahrung und Branchen-Know-how in den Bereichen Versicherung, Handel, Handwerk, Franchise und Dienstleistungen

Nutzen für Absatzpartner (Auswahl)

- Individualisierbare Werbemittel
- Zugriff auf breites Medien- und Kanalportfolio
- Full-Service inklusive Werbekosten-Zuschuss – alles aus einer Hand, 24 / 7

- Telefonische Werbeberatung mit Branchenkompetenz
- Image der Marke nutzen und dabei professionell und einfach werben

Trends

Folgende Marketing-Trends beeinflussen die Entwicklungen in der lokalen Markenführung:

- Zunahme von Online-Werbemaßnahmen
- Location Based Marketing (Mobile Marketing) wird wichtiger
- Mobile Endgeräte bieten neue Möglichkeiten der Werbung und der intuitiven Bedienung

- steigende Herausforderung, die relevanten Berührungspunkte für eine Kaufentscheidung in der Customer Journey eines Kunden zu fixieren
- Bedürfnis des Kunden nach persönlicher Wertschätzung steigt
- Kunden erwarten immer und überall ein erstklassiges Erleben in Service und Kommunikation

Vision

marcapo wird in der lokalen Markenführung für die besten Marken Europas als Partner unverzichtbar sein.

Referenzen

Marken, die marcapo betreut, sind u. a.: Goodyear, Honda, ERGO Versicherung, WWK, HDI, BCA, Itzehoer Versicherungen, Wella, Bastei Lübbe, Hansgrohe, Saint-Gobain, AC Autocheck, Wintec Autoglas

marcapo als Arbeitgeber

marcapo bietet attraktive Zusatzleistungen und stellt Angebote für die Gesundheit der MitarbeiterInnen zur Verfügung, zum Beispiel:

- Flexible Arbeitszeitgestaltung und Zeitkonten
- Gute Kombinationsmöglichkeit von Familie und Beruf
- Leistungsgerechte und geschlechtergleiche Vergütung
- Teamfördernde Firmenveranstaltungen
- Mitarbeiterangebote wie Obstkorb, Mineralwasser, Fitnessraum

Management der marcapo GmbH

Marc-Stephan Vogt: Der geschäftsführende Gesellschafter und Diplom-Betriebswirt (Jg. 1974) ist bei den Spezialisten für lokale Markenführung verantwortlich für Finanzen, Personal und Marketing. Vogt ist in der Beratung zur lokalen Markenführung spezialisiert auf das Handwerk. Er ist verheiratet und hat zwei Kinder.

Thomas Ötinger (Jg. 1976) ist geschäftsführender Gesellschafter der marcapo GmbH und erfolgreicher Buchautor, Speaker und Blogger zum Thema lokale Markenführung. Der Diplom-Wirtschaftsinformatiker ist bei marcapo Ansprechpartner für New Business. Ötinger ist verheiratet und hat drei Kinder.

Christian Schwarzenberger (Jg. 1972) ist geschäftsführender Gesellschafter der marcapo GmbH und Bereichsleiter Technologie bei marcapo. Der diplomierte Wirtschaftsinformatiker ist verantwortlich für Technologie, IT, Infrastruktur und Unternehmensprozesse. Schwarzenberger ist verheiratet und hat ein Kind.

Pressekontakt

marcapo GmbH

Bahnhofstraße 4
96106 Ebern
www.marcapo.com

Saskia Schwarzenberger

Abteilungsleitung Marketing
Telefon +49 9531 9220 522
saskia.schwarzenberger@marcapo.com

Barbara Orlamünder

PR-Referentin
Telefon: +49 9531 9220 109
Telefax: +49 9531 9220 92
barbara.orlamuender@marcapo.com

Bildmaterial in digitaler Form erhalten Sie auf Anfrage gerne.