

Leitsätze pars pro toto | Januar 2009 | Seite 1

## **— Unternehmen**

### **pars pro toto ist eine Kommunikationsagentur**

Unsere Interessen und Stärken können wir am besten im Bereich der strategischen Unternehmenskommunikation einsetzen. Ob Corporate Identity, Corporate Design, Kommunikationskonzepte, Positionierung, Namensfindung etc. – hier arbeiten die drei Tätigkeitsfelder Konzept, Gestaltung und Text Hand in Hand.

### **pars pro totos Kernkompetenzen sind konzepten, texten und gestalten**

Wir konzentrieren uns auf unsere Kernkompetenzen konzepten, texten, gestalten und greifen dabei auf mehr als 20 Jahre Erfahrung zurück. Bei allen weiteren Leistungsbereichen wie Foto, Programmierung, Animation, Illustration etc. gehen wir strategische Partnerschaften ein. Somit sind wir in der Lage, ein breites Spektrum aus einer Hand anzubieten und Ihnen als alleiniger Ansprechpartner zur Verfügung zu stehen.

### **pars pro toto arbeitet branchenunabhängig**

Branchenunabhängigkeit bedeutet, sich eine unbefangene Außenperspektive auf die Kommunikation unserer Kunden zu bewahren und dadurch ungenutzte Potentiale zu erkennen. Wir verfügen über die notwendigen Werkzeuge, uns in jede Branche einzuarbeiten und uns darin sicher zu bewegen.

### **pars pro toto verfolgt einen ganzheitlichen konzeptionellen Ansatz**

Unser Ziel ist es, unsere Kunden voranzubringen. Dies betrifft sowohl die betriebswirtschaftliche Seite des Unternehmens als auch die nachhaltige Positionierung am Markt hinaus. Wir analysieren gründlich Kunden, Markt und Konkurrenz, bevor wir eine Strategie entwickeln, die den Kunden in seiner Individualität erfasst, unterscheidbar macht und ihn dicht an seine Zielgruppe heranbringt. Dabei sind uns die langjährige Berufserfahrung und ein sensibler Blick für die individuellen Bedürfnisse unserer Kunden behilflich.

## — Zielgruppen | Kunden

### **Zielgruppen sind mittelständische und kleinere Unternehmen/Institutionen, die unserer Kompetenzen konzepten, texten, gestalten bedürfen.**

Als Kommunikationsagentur können wir unsere Stärken dann ausspielen, wenn solche Unternehmen/Institutionen einen neuen oder verbesserten Unternehmensauftritt benötigen und anstreben.

### **Zielgruppen sind Unternehmen/Institutionen, die bereit sind, Leistung zu honorieren!**

Qualität hat ihren Preis. Deshalb spiegelt sich unsere Qualitätsarbeit auch in den Honoraren wider.

Die Erhebung von Basisdaten sowie strukturiertes Denken in den gegebenen Rahmenbedingungen sind für uns unerlässlich, um gemeinsam mit dem Auftraggeber die richtigen Entscheidungen zu fällen. Am Ende steht oft ein großer wirtschaftlicher oder ideeller Gewinn mit nachhaltiger Wirkung – und ein mehr als gutes Preis-Leistungsverhältnis.

### **Wir suchen uns Kunden, die zu uns passen**

Wir beobachten unser Umfeld ganz genau und sprechen potentielle Kunden von uns aus offensiv an. Wir betreiben regelmäßig Trendforschung, um boomende und neue Märkte zu erkennen, aus denen wir Neukunden generieren. Dabei legen wir großen Wert auf Unternehmen, Institutionen und Organisationen, die den Nachhaltigkeitsgedanken in ihr Unternehmen integrieren oder bereit sind, diesen zukünftig zu fördern.

### **Wir streben eine langfristige Zusammenarbeit mit unseren Kunden an**

Bedarfe und Werte sind einem permanenten Wechsel unterworfen. Deshalb ist es ein Vorteil für unsere Kunden, eine Kommunikationsagentur im Hintergrund zu haben, die vorausschauend handelt und permanent über die adäquate visuelle und inhaltliche Aufstellung der Kunden wacht. Aus diesem Grund streben wir eine langfristige Zusammenarbeit mit unseren Kunden an.

### **Jeder Kunde ist König**

Wir treten jedem Auftraggeber – unabhängig von Branche, Unternehmens- oder Auftragsgröße – mit der gleichen konstanten Zuvorkommenheit gegenüber. Freundlichkeit ist ebenso Teil unserer Philosophie wie unseres Naturells.

## — Qualität

### **Unsere Arbeit unterliegt einer permanenten Qualitätssicherung**

Der technische Herstellungsprozess unterliegt einer strikten Qualitätssicherung. Wir überprüfen unsere Arbeitsschritte mit Hilfe von Checklisten sowie dem 4-Augen-Prinzip bei Kontrollen von Text und Grafik. Auch unsere Lieferanten und Kooperationspartner sind in unser Qualitätssicherungssystem eingebunden. So führen wir Farbabnahmen bei Druckereien durch, lassen Übersetzungen stichprobenartig von anderen Übersetzungsbüros überprüfen etc. Durch Feedback-Gespräche mit unseren Kunden, Partnern und Lieferanten schließen wir zukünftige Fehlerquellen aus und optimieren Arbeitsabläufe.

### **Wir sind dem Budget unserer Kunden verpflichtet**

Wir kennen die Qualität unserer Arbeit und setzen diese ein, um unsere Aufträge optimal zu erfüllen. Wir hinterfragen im Laufe eines Prozesses systematisch alle Entscheidungen – die eigenen ebenso wie die unserer Kunden – und suchen gegebenenfalls nach besseren Lösungen. Dies führt zu zielgenaueren Ergebnissen und setzt die finanziellen Ressourcen optimal ein.

### **Wir bilden uns technisch und inhaltlich permanent weiter**

Die permanente Fort- und Weiterbildung unserer Kenntnisse ist ein wichtiger Bestandteil unserer Arbeit. Dadurch sind wir inhaltlich wie technisch immer auf dem neuesten Stand und können unseren Kunden die jeweils beste Lösung bieten.

Leitsätze pars pro toto | Januar 2009 | Seite 4

## — Werte

### **Wir pflegen mit allen Menschen einen respektvollen Umgang**

In der täglichen Zusammenarbeit verpflichten wir uns zu respektvollem und offenem Umgang miteinander. Dies bezieht sich nicht nur auf Kollegen und Mitarbeiter, sondern auch auf Kunden, Lieferanten, Kooperationspartner.

### **Wir pflegen unseren Teamgeist**

Die flachen Hierarchien unserer Unternehmensstruktur geben Raum für Kreativität und fördern Teamgeist und Selbständigkeit. Unsere Mitarbeiter arbeiten gerne miteinander und in hohem Maße eigenverantwortlich.

### **Wir pflegen einen partnerschaftlichen Umgang mit unseren Lieferanten und Kooperationspartnern**

Die Zusammenarbeit mit unseren Lieferanten verläuft in einem vertrauens-vollen und fairen Geist. Dieser partnerschaftliche Umgang ist nicht zuletzt ein Vorteil für unsere Kunden. Es fördert sowohl die Termintreue als auch die technische Qualität der Arbeitsergebnisse.

### **Wir orientieren uns an Werten**

Wir machen unsere Sache gut. Aber wir möchten auch etwas für die gute Sache machen. Wir unterstützen – im Rahmen unserer Möglichkeiten – kulturelle, soziale und Umweltprojekte, weil wir glauben, dass wir unseren Nachfahren eine Welt hinterlassen sollten, wie wir sie gerne vorfinden würden.

### **Eigene Lösungen**

Kreative Prozesse führen – anders als technische Produktionsprozesse – zu sehr individuellen und eigenständigen Arbeitsergebnissen. Wir sind lange im Markt tätig. Mit unserer inhaltlichen, technischen und „Lebens“-Erfahrung, unserem speziellen Know-how und unserer „Schaffenskraft“ finden wir unsere „eigenen“ Lösungen für den wirtschaftlichen Erfolg unserer Kunden.