

Unternehmenskonzept D.N.S.

1. D.N.S. GbR, gegründet im August 1990.

Gründer: Diplom Grafik-Designer Franz-Josef Deventer,
Diplom-Ökonom Antonius Neuhäuser, Maler und Grafiker Go Schneider;
weitere Mitarbeiter: Diplom Grafik-Designer Rolf Plümper, Multimedia-
Producer und Internetfachmann Torsten Höltge, Werbekauffrau und
Gestaltungstechnische Assistentin Astrid Blome, Werbe-Assistenz
Petra Neuhäuser-Schönenberg

2. Unternehmenszweck

D.N.S. ist ein Dienstleistungsunternehmen für den Bereich Marketing mit den Schwerpunkten Kommunikation, Werbung und Öffentlichkeitsarbeit. Das D.N.S. Leistungsangebot umfasst:

- Medienübergreifende Beratung und Konzeption
- Markenführung und Marktforschung
- Entwicklung von Marketing- und Kommunikationsstrategien
- Corporate Identity / Corporate Design
- Internet & Multimedia (Unternehmensfilme, Video, CD, DVD)
- Leistungen im grafischen, künstlerischen, fotografischen Bereich
- Redaktionelle Leistungen, Leistungen im Bereich der
Veranstaltungsorganisation (z. B. Messestandgestaltung,
Vortragsveranstaltungen, Pressekonferenzen, Tag der offenen Tür)
- Vermittlungsleistungen im medialen Bereich
- Gestaltung und Produktion sämtlicher Werbemittel

Gründungs idee war und ist, kleineren und mittleren Unternehmen aus der Region und darüber hinaus ein umfassendes Leistungspaket für ihre Kommunikation und Unterstützung für ihr Marketing anzubieten, da gerade diese Unternehmen einen hohen Bedarf an derartigen Leistungen haben. Diese Gründungs idee hat sich bis heute als ausgesprochen tragfähig erwiesen, da D.N.S. nicht nur einen Teilbereich sondern sämtliche Dienstleistungen für diese Form der Unternehmensberatung anbietet.

3. Beschreibung der Dienstleistungen

(1) Marketingberatung:

- Informationsbeschaffung über den relevanten Markt, Wettbewerbssituation, Marktvolumen;
- Beratung bei der Festlegung der Marketingstrategie in Bezug auf Produktpolitik, Preispolitik, Distributionspolitik und Kommunikationspolitik sowie Strategiebeurteilung.

(2) Dienstleistungen im Bereich der Kommunikationspolitik:

- Konzeption von Kommunikationsstrategien und deren Umsetzung;
- Werbung: Erarbeitung und Realisierung von Werbestrategien sowie deren Umsetzung in die Werbemittel und Kontrolle;
- Öffentlichkeitsarbeit: Pressearbeit, Pressekonferenzen, Vortragsveranstaltungen, Organisation von Tagen der offenen Tür, Erstellung von Jahresberichten, Maßnahmen für die interne Kommunikation von Unternehmen;
- Verkaufsförderung: Abstimmung und Durchführung von VKF-Maßnahmen, z. B. Verkaufshilfen, Produktbeschreibungen, Poster, Displaymaterial etc.;
- Messe- und Ausstellungsbeteiligungen: Erarbeitung von Beteiligungskonzepten, Vermittlung von Messebauunternehmen;
- Multimedia: Entwicklung und CI-gerechte Umsetzung effektiver Internetlösungen: Webdesign, CMS, Flash, Suchmaschinenoptimierung und die Einbindung von Videos
- Erstellung von Webseiten; Erstellung von Videos für Firmenpräsentationen.

Grundsätze der D.N.S. Werbeagentur

1. Kundenorientierung

- 1.1 Die D.N.S. Werbeagentur versteht sich als Dienstleistungsunternehmen, das seinen Klienten dabei hilft, ihre Kommunikations- und Marktziele zu erreichen.
- 1.2 In diesem Sinne strebt die Agentur das bestmögliche Preis-/Leistungsverhältnis für die eigene Arbeit wie für die durch sie einzukaufenden oder zu vermittelnden Leistungen an.
- 1.3 Die Kernfunktionen der Agentur umfassen Werbeberatung, Werbeplanung, Werbegestaltung und Werbedurchführung.

2. Fachliche Kompetenz

- 2.1 Die Agentur übernimmt nur Aufträge, für die sie über die erforderlichen Fähigkeiten und Mitarbeiter verfügt.
- 2.2 Die Agentur unternimmt alle Anstrengungen, ihre Kenntnisse, Fähigkeiten und Arbeitstechniken ständig zu verbessern.
- 2.3 Zur Erhaltung und Verbesserung des Leistungsstandards werden Mitarbeiter und Nachwuchs geschult und auf dem aktuellen Stand des Kommunikations Know-hows gehalten.

3. Effektivität

- 3.1 Die Arbeit der Agentur steht unter dem Ziel, die Effektivität der Kommunikationsmaßnahmen für ihre Klienten zu steigern und von Fall zu Fall kritisch zu überprüfen.
- 3.2 Die Agentur empfiehlt ihren Klienten nur solche Maßnahmen, die nach der fachlichen Beurteilung der Agentur eine realistische Chance haben, ihr Ziel zu erreichen.
- 3.3 Die Agentur gibt realistische Leistungs-, Termin- und Kostenschätzungen ab.

4. Objektivität und Neutralität

- 4.1 Die Agentur bemüht sich um objektive Beratung und spricht auch Schwachstellen einer Aufgabe offen an.
- 4.2 Die Agentur verpflichtet sich zur Neutralität gegenüber Medien und Lieferanten.
- 4.3 Die Agentur nimmt keine Provisionen, Rückvergütungen oder Boni der Medien und Lieferanten an, die über die vertraglichen Vereinbarungen mit dem Kunden hinausgehen.

5. Wettbewerb

- 5.1 Die Agentur bejaht den leistungsbezogenen Wettbewerb. Dabei sollten die Gebote der wirtschaftlichen Vernunft und Fairness beachtet werden.
- 5.2 Die Agentur erbringt bei Neukunden keine unentgeltlichen Vorleistungen. Damit ist auch eine sogenannte kostenlose Wettbewerbspräsentation mit visualisierten Vorschlägen (Umsetzung) ausgeschlossen.
- 5.3 Die Agentur achtet durch Zeiterfassung und Betriebskostenrechnung auf die Wirtschaftlichkeit des Etats für jeden einzelnen Klienten. Der Service für einen Klienten soll nicht zu Lasten anderer Klienten geleistet werden.

6. Vertraulichkeit

- 6.1 Die Agentur behandelt alle Vorgänge und Informationen des Klienten mit strengster Vertraulichkeit. Auftragsbezogene Unterlagen werden nicht an Dritte weitergegeben, sofern das nicht ausdrücklich mit dem Klienten vereinbart ist.
- 6.2 Alle Mitarbeiter der Agentur werden schriftlich zur Einhaltung der Vertraulichkeit verpflichtet.
- 6.3 Der Konkurrenzausschluss bezieht sich grundsätzlich auf die Produkte und Dienstleistungen, die die Agentur für ihren Klienten betreut, und nicht auf den gesamten Tätigkeitsbereich des Klienten.

7. Honorierung

- 7.1 Die Agentur berechnet Provisionen und kalkuliert Honorare, die im Verhältnis zu Art und Umfang der durchzuführenden Arbeiten stehen.
- 7.2 Basis für die Kalkulation ist der Stundenaufwand der Agentur.
- 7.3 Die Stundensätze der Agentur enthalten außer den Personal und Sachkosten die allgemeinen Verwaltungskosten sowie den Gewinn der Agentur.

Auszug aus unserer Kundenliste

AEG Elektrofotografie, Warstein
Biggesee GmbH, Olpe
Bilsing Automation, Attendorn
Cosack Druck + Verpackung, Arnsberg
Deventer + Partner Projektsteuerung, München
ebb Berndt, Bestwig-Velmede
Fachkrankenhaus Kloster Grafschaft, Schmallenberg
Golfclub Schmallenberg e.V., Schmallenberg
heco Naturstein, Eslohe-Cobbenrode
HIT – Honsel International Technologies, Meschede
HST – Hydro Systemtechnik, Meschede
Honsel AG, Meschede
ITH GmbH, Meschede
Jäger-Entwicklung, Arnsberg
Siepmann-Werke, Warstein
Stadtmarketing Meschede
MIT – Mescheder Innovations- und Technologiezentrum
Mönig Spedition, Freienohl
PERSTA GmbH – Stahl-Armaturen, Warstein
Pöhler Entsorgung GmbH, Paderborn
Stratmann Städtereinigung, Bestwig
Strobel-Verlag, Arnsberg
Veltins Brauerei, Meschede-Grevenstein
uniserve – internet.security.vision, Meschede
Universität Meschede
Volksbank Medebach
Volksbank Reiste-Eslohe
VOSS Automotive, Wipperfürth
Weber, Krapp & Kollegen, Brilon