

Sozial-Boutique

Die Kreativagentur **KKLD** wuchs bislang im Verborgenen. Nun haben die Berliner den weltweiten Social-Media-Etat der BMW-Gruppe gewonnen.

Lead-Agentur für die globalen Social-Media-Aktivitäten der BMW Group – diesen Titel trägt KKLD seit Anfang Juni, als sich die Berliner im Pitch gegen vier Konkurrenten durchsetzten. Der plötzliche Rummel um seine Agentur hat Alexander Diehl durchaus überrascht. „Bislang hatte sich die Presse nicht großartig für uns interessiert“, bemerkt der Gründer und Geschäftsführer des Unternehmens.

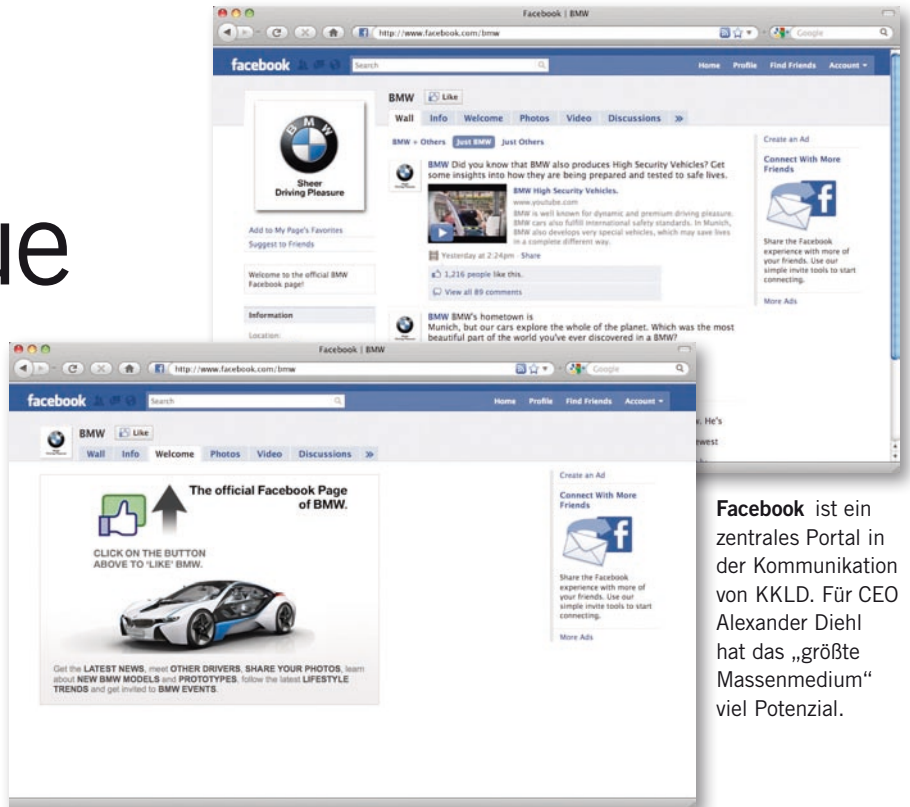
Dabei ist KKLD schon länger für BMW tätig. Für einen „Meilenstein“ hält Diehl die Mini-Kampagne Creative-Use-of-Space, bei der sein Team zeigte, „wie ganzheitliche Kommunikation, die Verbindung von digitalen Medien, Social-Media-Komponenten und Veranstaltungen, funktioniert“. Künftig verantwortet seine Firma die gesamte Social-Media-Kommunikation für den Automobilhersteller. Dabei ist KKLD vor allem beratend tätig, verantwortet etwa die Strategie und das Networking, während die Münchner Agentur iCrossing weltweit die Umsetzung betreut. Mit Details zum Auftrag und der Etatvergabe hält Diehl sich zurück. Die positiven Erfahrungen mit Mini hätten „vielleicht dazu beigetragen, dass wir zum Pitch eingeladen wurden“.

Als Boutique-Agency bezeichnet der 35-Jährige seine Firma, die er 2005 mit seinem Partner Stephan Lämmermann gründete. „Wir planen Kommunikation ganzheitlich, das hebt uns von anderen Digital-Agenturen ab“, sagt er. Zugleich zeichne sich KKLD durch ein „enorm gutes Verständnis“ von digitalen Medien aus. Die bisherigen Projekte der Agentur

Kreative Expansion

KKLD HAT SEIT 2010 AUCH EIN BÜRO IN NEW YORK.

Seit der Gründung im Jahr 2005 ist die Berliner Agentur KKLD von einem Zwei-Mann-Unternehmen auf eine Agentur mit aktuell 32 Mitarbeitern und einer Zweigstelle in New York City angewachsen. Neben Geschäftsführer Alexander Diehl leitet Stephan Lämmermann, 32, als Chief Technical Officer das international besetzte Team. Zu den bisherigen Kunden zählen Firmen wie Lufthansa, Bayer und die Telekom. Bevor KKLD die gesamte Social-Media-Kommunikation für BMW übernahm, hatte die Agentur bereits den Social-Media-Account der Marke Mini und die Kreativ-Community MiniSpace betreut. Der Name KKLD steht für Kreative Konzeption Lämmermann Diehl.



Facebook ist ein zentrales Portal in der Kommunikation von KKLD. Für CEO Alexander Diehl hat das „größte Massenmedium“ viel Potenzial.

reichen von der Event-Kommunikation für Lufthansas Airbus A380 über ein Hilfe-Video für die Kundenkommunikation der Telekom bis zu einer crossmedialen Kampagne zum Thema Verhütung für die Pharma-Firma Bayer.

Mit Community-Marketing beschäftigte Diehl sich erstmals im Rahmen eines Projekts für BMW-M-Fahrer. Seitdem haben sich Facebook und Twitter zu zwei zentralen Medien für Diehls Agentur entwickelt. „Facebook ist mit rund 500 Millionen Nutzern das größte Massenmedium“, unterstreicht der Agenturchef. „Kein TV-Sender, keine Tageszeitung hat solch eine Reichweite.“ Wenn das Portal die offenen Fragen zum Thema Datenschutz kläre, könne sich Facebook dauerhaft etablieren – zumal das Netzwerk demnächst auch Elemente für sogenannte Live- oder Social-Search integrieren könnte. Die Möglichkeit herauszufinden, auf welchen Veranstaltungen eine bestimmte Zielgruppe etwa ihren Freitagabend verbringt und weshalb, ist für den CEO eines der „nächsten großen Themen“ seiner Agentur.

Zur Entwicklung des Online-Portals Architizer, laut Diehl das „Facebook für Architekten“, eröffnete KKLD ein Büro in New York City, in dem heute sechs Mitarbeiter internationale Social-Media-Aktivitäten planen und weltweite Kampagnen betreuen. „Man kann in New York wahrscheinlich 20 Prozent der einflussreichsten Blogger in einer Bar treffen“, beschreibt der Kreative den Vorteil der Stadt. Der Austausch mit der New Yorker Digitalszene sei auch für hiesige Kundenprojekte hilfreich.

Das Krisenjahr hat KKLD laut Diehl „ohne Einbruch überstanden“, und von 2009 auf 2010 ein „deutliches Wachstum“ hingelegt. Für das Hauptquartier sucht die Agentur derzeit größere Räume – das Büro in Berlin-Mitte platzt bereits aus allen Nähten.

Julia Kloft > agenturen@wuv.de



Alexander Diehl · Der 35-jährige CEO von KKLD hält 100 Prozent der Anteile an der Agentur. Studiert hat er an der Royal Academy in London. Vor der Firmengründung war Diehl für die Kreativschmiede Neue Digitale/Razorfish in Frankfurt tätig.