

Pressemeldung

Neugründung: Sternsdorf Lakowski & Partner geht an den Start

Björn Sternsdorf und Boris Lakowski gründen Strategieberatung für digitale Markenführung

Frankfurt, Februar 2009. Unter dem Namen Sternsdorf Lakowski & Partner starten in Frankfurt am Main Björn Sternsdorf und Boris Lakowski eine unabhängige Strategieberatung für digitale Markenführung. Sternsdorf Lakowski & Partner hilft Unternehmen dabei, im digitalen Umfeld das Richtige zu tun. Dabei verstehen sich die Gründer als kreative McKinsey`s und verbinden die analytische und strategische Denkweise einer Unternehmensberatung mit der Kreativität und Innovationskraft einer Digital-Agentur.

Die beiden Experten für digitale Markenführung, Online-Marketing, interaktive Trends und Technologien können auf mehr als 20 Jahre Beratungserfahrung für internationale Marken wie Mercedes-Benz, Coca-Cola, Deutsche Telekom, Jägermeister, Maybach, McDonald`s, o2, Samsung oder Swarovski zurückblicken. Björn Sternsdorf verantwortete zuletzt vier Jahre als Unit Director und strategischer Berater bei der international ausgezeichneten Kreativagentur Scholz & Volkmer die digitalen Etats namhafter Auftraggeber und war zuvor bei Berger Baader Hermes in München beschäftigt. Boris Lakowski war nach Stationen bei IBM und diversen Multimediaagenturen als Geschäftsführer von Scholz & Volkmer verantwortlich für das 100-köpfige Team und globale Marken aus den verschiedensten Bereichen. Seit sechs Jahren ist er zudem Dozent für die Fächer Marketing und digitale Technologien an verschiedenen deutschen Hochschulen.

Als unabhängige Berater arbeiten Sternsdorf und Lakowski sowohl für Unternehmen und ihre Marken als auch partnerschaftlich in Kooperation mit verschiedenen Agenturen und Unternehmensberatungen. In einem komplexer werdenden digitalen Umfeld geht es den Beiden vorrangig um die Strategie, also darum „erst zu denken, um dann konsequent zu handeln“, betont Björn Sternsdorf. Dabei ist die Strategie aber kein Selbstzweck. „Wir veranstalten keine Powerpoint-Schlachten“ ergänzt er.

Markenberatung ist laut Boris Lakowski mehr als Kommunikation: „Wir etablieren rote Fäden für die Markenführung in den digitalen Kanälen und unterstützen unsere Auftraggeber dabei, gute Ideen zu finden, innovativ zu bleiben und Kunden besser zu

Pressemeldung

verstehen.“ „Deshalb beginnt Beratungsarbeit im Unternehmen“, ergänzt Björn Sternsdorf. „Vor allem stehen wir für Entscheidungsfreude, Klarheit und Pragmatismus.“ Bei Bedarf steht ihnen im Rahmen eines „Trusted Partner“-Modells ein wachsendes Netzwerk ausgesuchter Spezialisten aus den Bereichen Kreation, Produktion, Technologie, Trendforschung und anderen zur Seite.

Dass dieses Konzept funktioniert, zeigen die ersten erfolgreichen Projekte: So hat das Duo bereits in Zusammenarbeit mit der Syzygy Gruppe die Markenidentität und das Konzept für die Website von unikedigital entwickelt, ein europaweit führender Anbieter von Dienstleistungen im Bereich Online-Media und Suchmaschinenmarketing. In Zusammenarbeit mit der Frankfurter Agentur Vier für Texas haben Sternsdorf Lakowski & Partner die digitale Markenstrategie für Essknete (die erste Knete, die man essen kann) sowie das Grobkonzept der Website entwickelt. Außerdem erarbeiteten sie eine digitale CRM-Akquisitionsstrategie für einen Premium-Automobilhersteller, eine digitale Drei-Jahres Roadmap für einen Top-5 Handy-Hersteller und veranstalten regelmäßig digitale Zukunfts- und Trendworkshops für namhafte Kunden.

Bildmaterial steht unter folgenden Links zum Download bereit:

http://www.koschadepr.de/site/bilder/Sternsdorf-Lakowski_Portrait

BU: Boris Lakowski (links), Björn Sternsdorf (rechts)

Pressekontakt:

KOSCHADE PR
Tanja Koschade
Maria-Theresia-Str. 22
D-81675 München

(089) 55 26 47-97/96
tanja@koschadepr.de
www.koschadepr.de