

# Whitepaper

## Markenführung, Vertrieb und Sichtbarkeit neu denken

Warum Unternehmen heute mehr brauchen  
als klassische Kommunikation – und wie  
Strategie, kreative Konzepte, GEO, KI und  
Vertrieb zusammenwirken.

**towire**  
by pms

## 01 – Unternehmen verstehen, bevor Kommunikation entsteht

Viele Kommunikationsprojekte starten viel zu spät. Häufig beginnt die Zusammenarbeit erst bei Design, Kampagne oder Website, obwohl die eigentliche Herausforderung meist viel früher entsteht. Unternehmen verlieren heute selten an Wirkung, weil eine Anzeige nicht modern genug aussieht. Viel häufiger fehlt eine klare Verbindung zwischen Vertrieb, Wissen, Kommunikation und Marktverständnis.

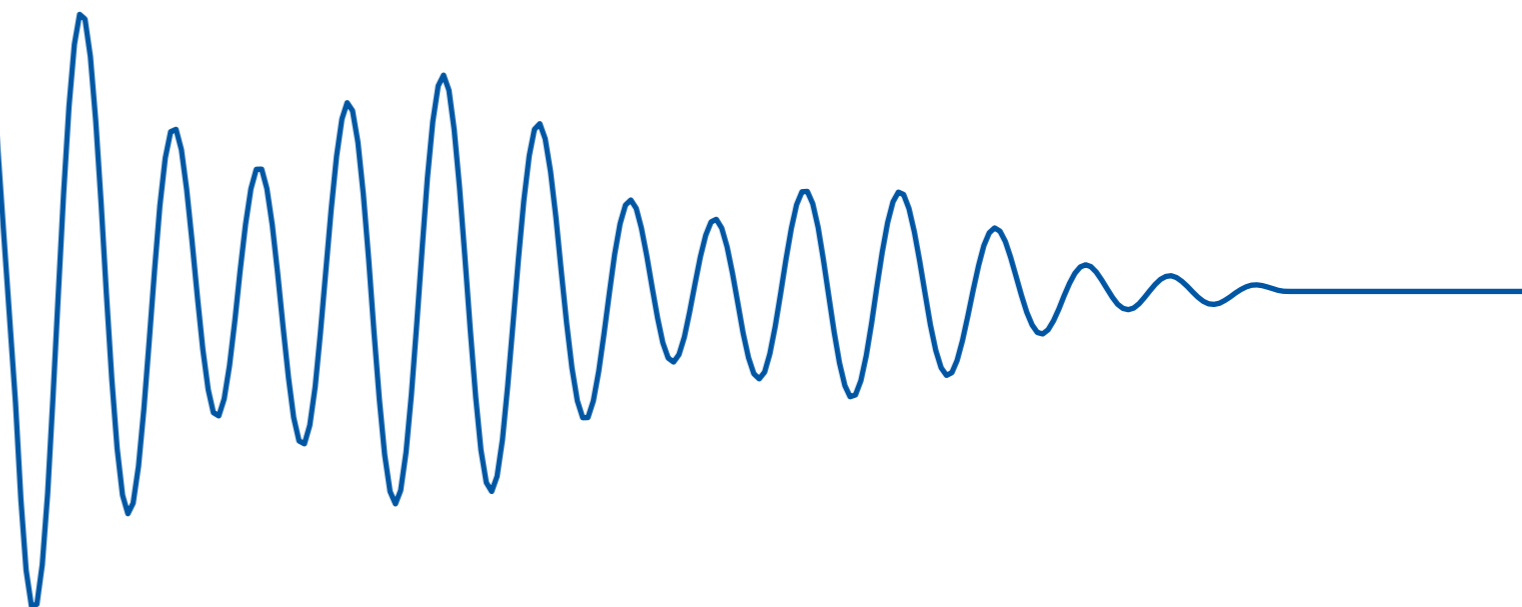
Genau deshalb beginnt gute Markenführung für uns nicht mit Gestaltung, sondern mit Verständnis. Wir wollen wissen, wie Vertrieb arbeitet, welche Produkte wirklich Umsatz tragen, wo Kunden abspringen, welche Inhalte funktionieren und warum manche Themen intern komplizierter sind, als sie nach außen wirken.

Erst wenn diese Zusammenhänge klar sind, entstehen daraus Strategien, die später auch operativ funktionieren. Denn Kommunikation darf heute nicht mehr losgelöst vom Unternehmen gedacht werden. Sie muss Vertrieb unterstützen, Orientierung schaffen und Komplexität reduzieren.



Dadurch entstehen später nicht nur bessere Kampagnen, sondern klarere Entscheidungen, stärkere Marken und Inhalte, die im Markt tatsächlich Wirkung erzeugen.

## Unternehmen verstehen



## 02 – Warum viele Unternehmen trotz Marketing an Sichtbarkeit verlieren

Viele Unternehmen investieren heute permanent in Content, Kampagnen, Social Media und digitale Maßnahmen. Trotzdem verlieren viele davon zunehmend an Sichtbarkeit und Relevanz. Der Grund dafür ist selten fehlendes Budget. Häufig fehlt eine übergeordnete Struktur.

Marketing, Vertrieb, Produktmanagement und Wissen laufen oft nebeneinander her. Dadurch entstehen unzählige Einzelmaßnahmen, die kurzfristig Aktivität erzeugen, langfristig aber keine klare Wahrnehmung aufbauen.

Genau an diesem Punkt setzen wir an. Wir entwickeln keine isolierten Kommunikationsmaßnahmen, sondern vernetzte Systeme aus Strategie, Wissen, Vertrieb und Sichtbarkeit. Inhalte, Produktlogiken, Kampagnen, Social Media, SEO und GEO müssen heute zusammen gedacht werden.



Denn moderne Kommunikation funktioniert nicht mehr linear. Unternehmen brauchen Strukturen, die gleichzeitig Menschen erreichen, Vertrieb unterstützen und digital verständlich bleiben.

### Wirkung verliert sich



## 03 – GEO verändert die digitale Sichtbarkeit

Die klassische Suche verändert sich gerade massiv. KI-Systeme wie ChatGPT, Gemini, Perplexity oder Google AI Overviews beeinflussen zunehmend, welche Unternehmen sichtbar werden und welche nicht.

Dadurch verschiebt sich die eigentliche Herausforderung. Unternehmen konkurrieren künftig nicht mehr nur um Rankings, sondern darum, von KI-Systemen verstanden, eingeordnet und empfohlen zu werden.

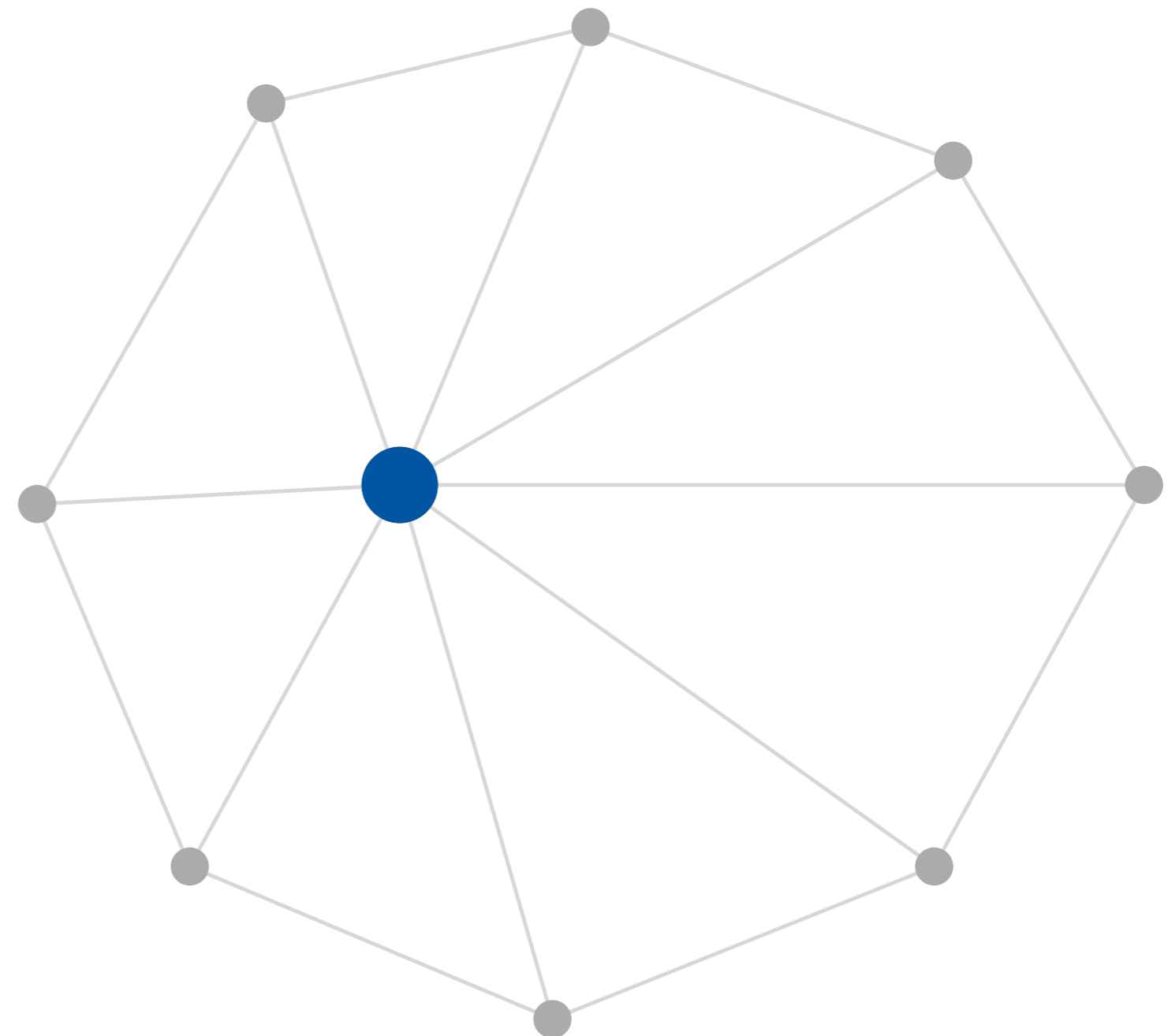
Genau dort beginnt GEO – Generative Engine Optimization.

Für Unternehmen bedeutet das: Inhalte müssen künftig anders aufgebaut werden. Produkte, Wissen, Anwendungen und Zusammenhänge müssen logisch strukturiert, verständlich formuliert und intelligent miteinander vernetzt werden.



Genau deshalb betrachten wir Content heute nicht mehr nur als Marketingmaßnahme, sondern als Teil einer digitalen Wissens- und Sichtbarkeitsstrategie. Denn die Frage lautet zukünftig nicht mehr nur, ob Menschen Inhalte finden. Sondern auch, ob KI-Systeme Unternehmen überhaupt richtig verstehen können.

## GEO + neue Sichtbarkeit



## 04 – Content wird zum Vertriebs- und Wissenssystem

Früher wurden Inhalte oft nur für Kampagnen produziert. Heute müssen Inhalte deutlich mehr leisten. Sie müssen Vertrieb unterstützen, Orientierung schaffen, Wissen transportieren, Vertrauen aufbauen und gleichzeitig digital sichtbar bleiben.

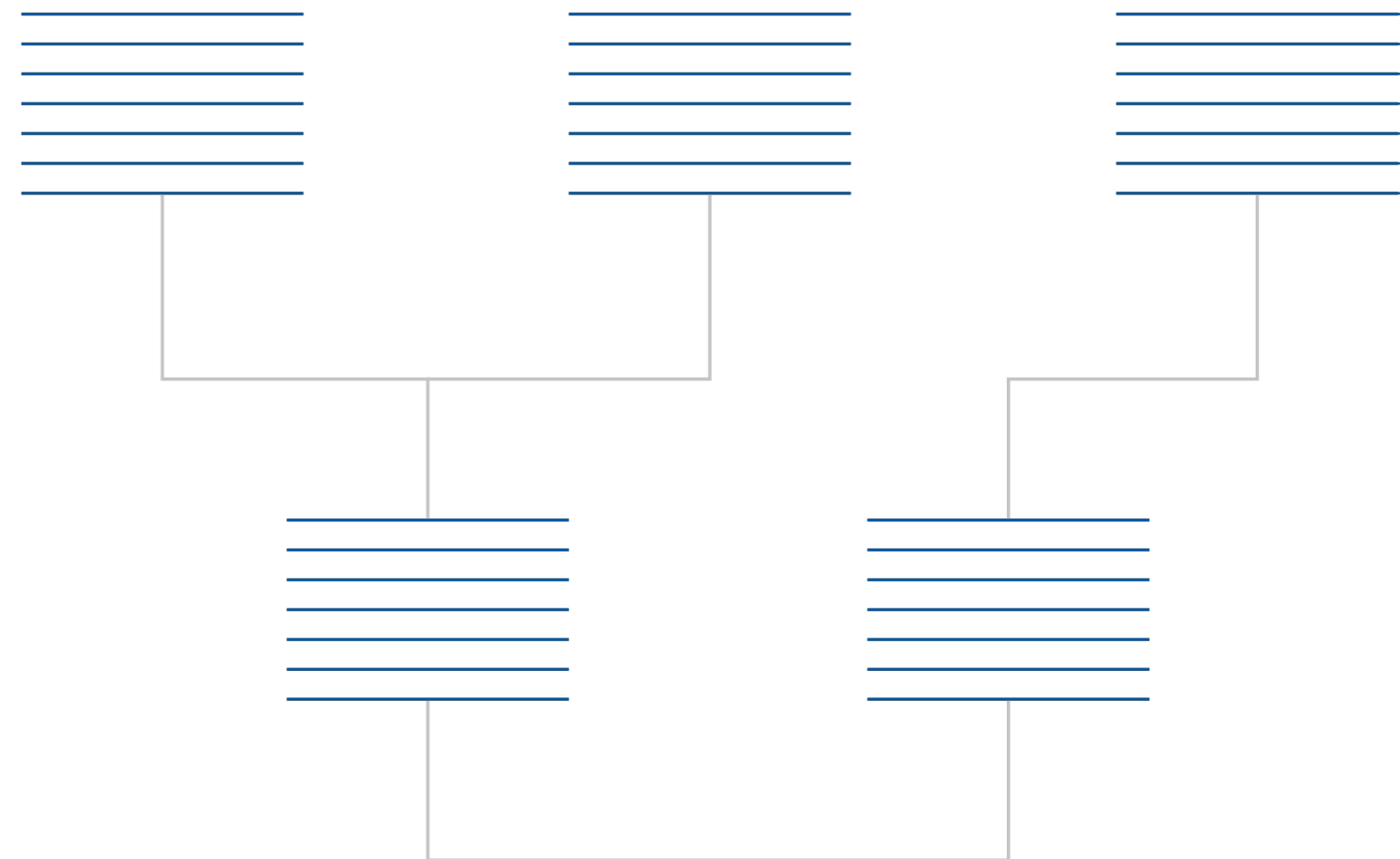
Deshalb entwickeln wir keine einzelnen Inhalte, sondern vernetzte Kommunikations- und Wissenswelten. Whitepaper, Landingpages, Produktseiten, FAQ-Systeme, Social-Media-Inhalte und Vertriebsunterlagen dürfen heute nicht mehr isoliert nebeneinander stehen.

Genau dort entsteht die eigentliche Stärke moderner Kommunikation: Wenn Inhalte miteinander verbunden sind, entstehen Systeme, die dauerhaft Sichtbarkeit und Wiedererkennung erzeugen.



Und genau daraus entstehen später auch starke Social-Media-Konzepte. Nicht als lose Postings, sondern als Verlängerung einer klaren Marken- und Vertriebsstrategie.

## Content als Wissenssystem



## 05 – Strategie vor Design. Aber ohne starke Kreativität funktioniert es trotzdem nicht

Design bleibt wichtig. Sehr wichtig sogar. Aber gutes Design ist niemals der Anfang einer starken Marke, sondern fast immer das Ergebnis einer klaren strategischen Grundlage.

Gleichzeitig reicht reine Strategie heute ebenfalls nicht mehr aus. Unternehmen brauchen kreative Konzepte, die Aufmerksamkeit erzeugen, Wiedererkennung schaffen und Inhalte emotional anschlussfähig machen.

Genau dort verbinden wir strategisches Denken mit kreativer Kommunikation. Aus dieser Verbindung entstehen starke Kampagnen, prägnante Bildwelten, Naming-Systeme, Messekonzepte und Social-Media-Mechaniken, die später nicht künstlich wirken, sondern glaubwürdig zum Unternehmen passen.



Denn starke Kreativität darf heute kein Selbstzweck mehr sein. Sie muss Sichtbarkeit erzeugen, Vertrieb unterstützen und komplexe Themen verständlicher machen.

## Strategie + Kreativität



## 06 – Kommunikation muss Vertrieb entlasten und stärken

Eine Marke kann intern hervorragend aussehen und trotzdem draußen im Markt scheitern. Genau deshalb betrachten wir Kommunikation niemals isoliert, sondern immer gemeinsam mit Vertrieb, Produktmanagement und digitaler Sichtbarkeit.

Die wichtigste Frage lautet für uns deshalb nicht, ob etwas kreativ genug aussieht. Entscheidend ist vielmehr, ob Kommunikation Vertrieb einfacher macht.

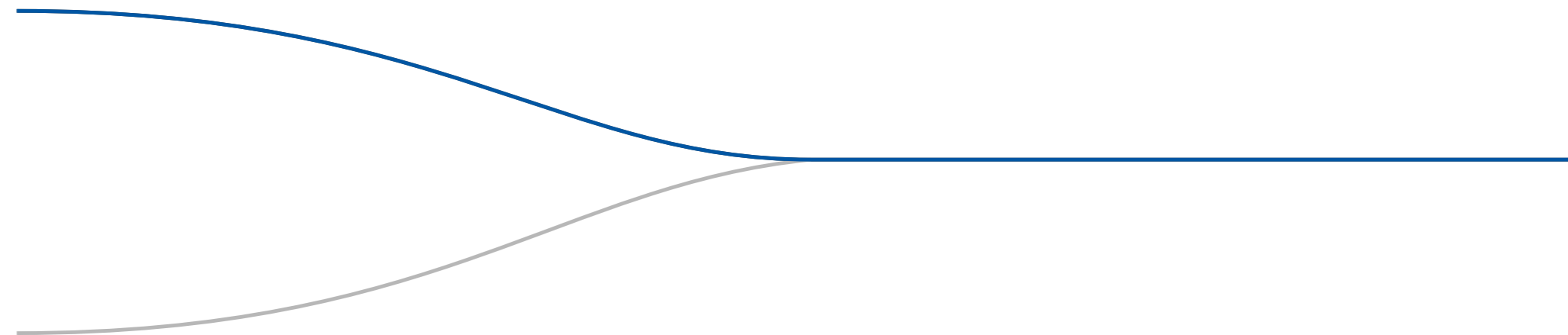
- Verstehen Kunden Produkte schneller?
- Werden Argumente klarer?
- Können Inhalte einfacher erklärt werden?
- Entsteht mehr Vertrauen?
- Wird Wissen schneller zugänglich?

Genau dort beginnt gute Markenführung.



Deshalb verbinden wir Kommunikation konsequent mit SEO, GEO, UX, Content-Systemen und klaren Produktarchitekturen. Denn gute Kommunikation reduziert Reibung – intern wie extern.

## Kommunikation + Vertrieb



## 07 – KI ersetzt keine Strategie

KI verändert Kommunikation derzeit schneller als jede technologische Entwicklung zuvor. Texte, Bilder, Videos und Kampagnen entstehen heute innerhalb übersehbarer Zeit. Genau darin liegt aber auch die Gefahr. Geschwindigkeit ersetzt keine strategische Qualität.

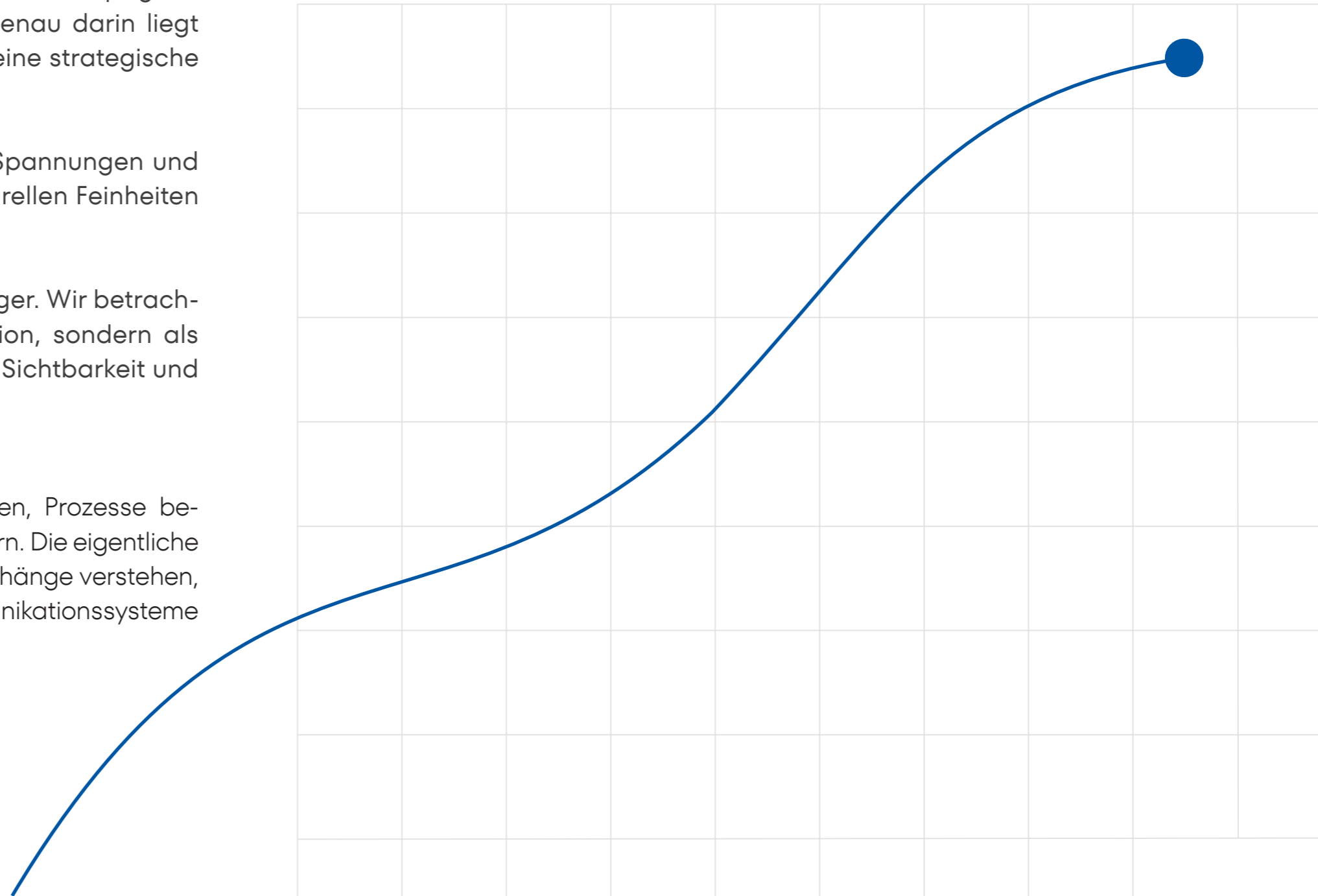
KI versteht keine Vertriebspolitik, keine internen Spannungen und keine Marktmechanismen. Sie erkennt keine kulturellen Feinheiten und übernimmt keine Verantwortung.

Genau deshalb wird strategisches Denken wichtiger. Wir betrachten KI deshalb nicht als Ersatz für Kommunikation, sondern als Teil eines größeren Systems aus Wissen, Struktur, Sichtbarkeit und Vertrieb.



Richtig eingesetzt kann KI Inhalte strukturieren, Prozesse beschleunigen und digitale Sichtbarkeit verbessern. Die eigentliche Leistung bleibt jedoch menschlich: Zusammenhänge verstehen, Prioritäten erkennen und daraus klare Kommunikationssysteme entwickeln.

## KI + Strategie



## 08 – Warum wir Projekte häufig wie ein Teil des Teams begleiten

Viele Agenturen liefern Konzepte und verschwinden anschließend wieder aus dem Prozess. Genau dort beginnen in vielen Unternehmen jedoch die eigentlichen Herausforderungen. Denn Strategie, kreative Kommunikation, Vertrieb und operative Umsetzung lassen sich heute kaum noch voneinander trennen.

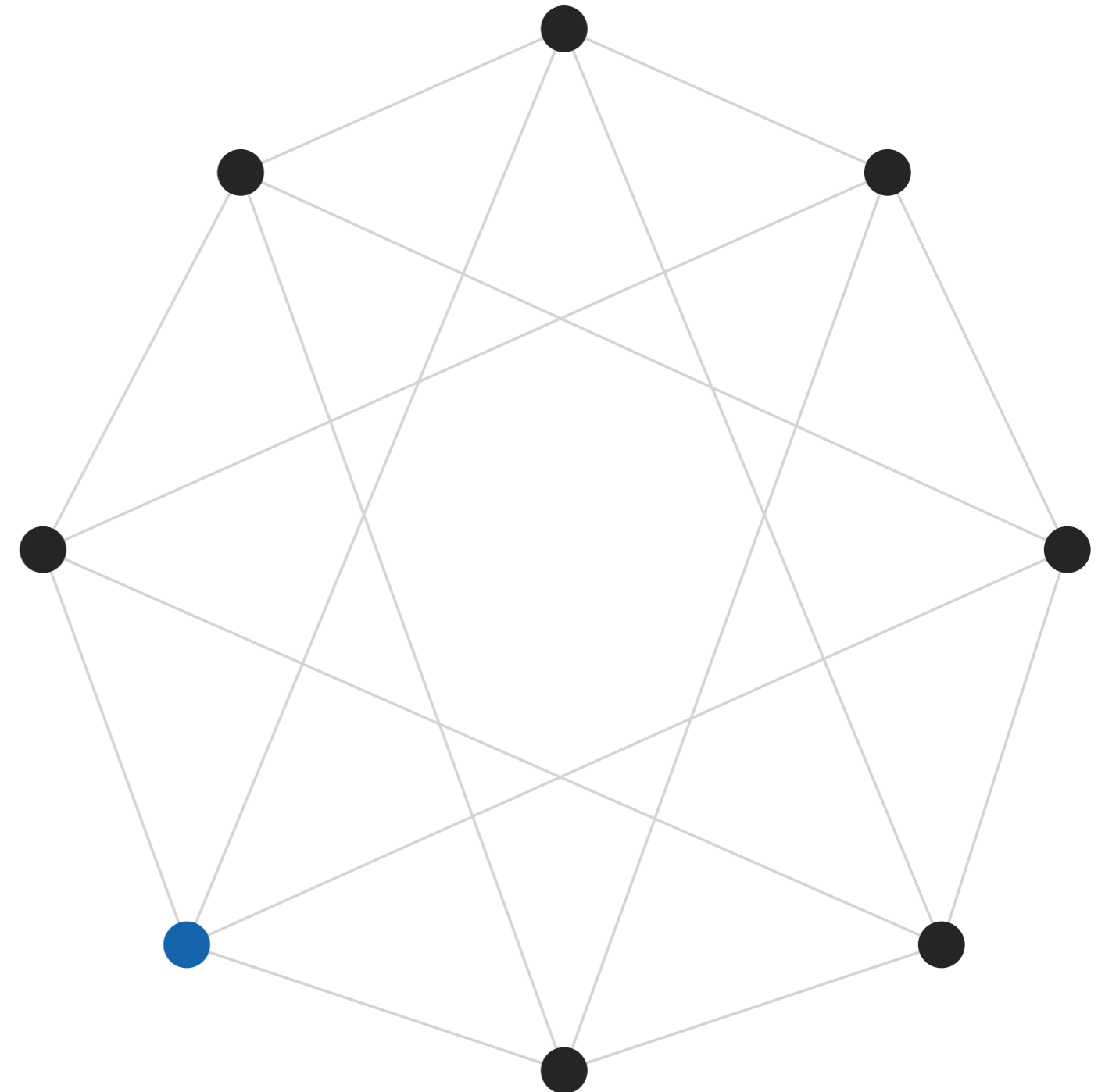
Deshalb begleiten wir Projekte häufig deutlich tiefer und langfristiger. Nicht weil wir Kontrolle brauchen, sondern weil Qualität sonst oft verloren geht.

Wenn gewünscht, arbeiten wir eng mit Geschäftsführung, Vertrieb, Marketing, Produktmanagement und operativen Teams zusammen. Nicht als externe Kreative, sondern als strategischer Partner, der Verantwortung übernimmt, ehrlich diskutiert und Kommunikation als Teil der Unternehmensentwicklung versteht.

Die besten Projekte entstehen fast nie durch schnelle Präsentationen. Sie entstehen dort, wo Menschen gemeinsam in die Tiefe gehen, ehrlich diskutieren, Verantwortung übernehmen und aus Verständnis, Strategie, Kreativität und Umsetzung echte Marktwirkung entwickeln.



### Teil des Teams



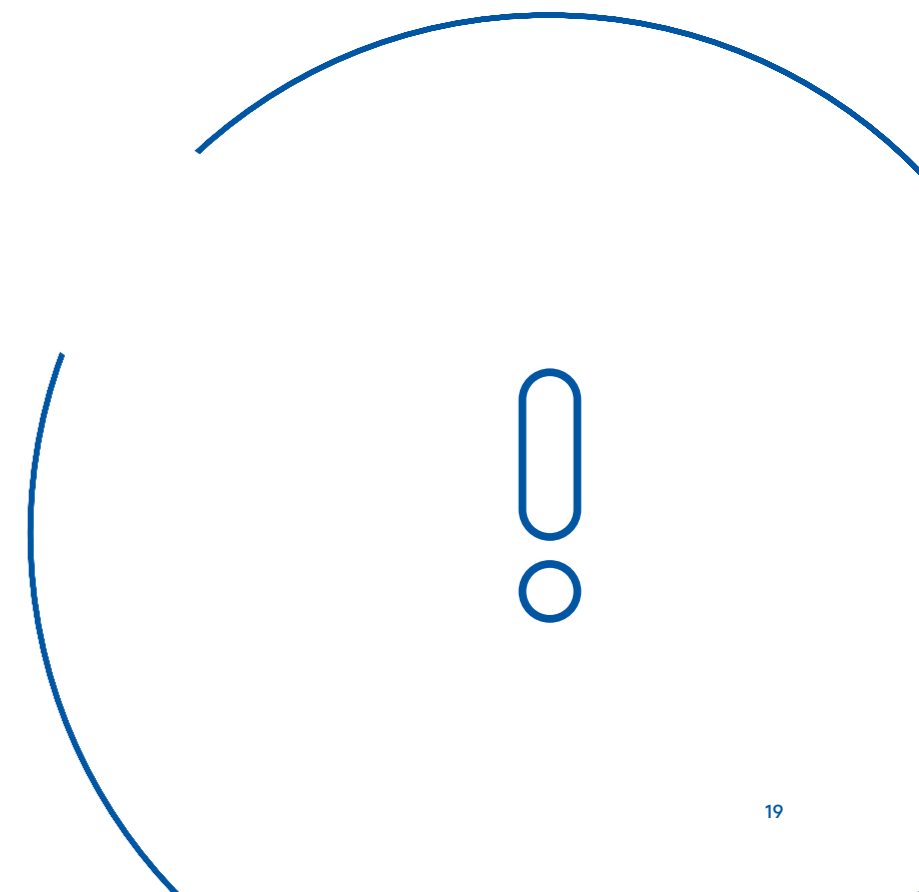
## 09 – Lassen Sie uns sprechen

Unternehmen stehen heute nicht vor der Frage, ob sie mehr Kommunikation brauchen. Davon gibt es meistens genug. Die eigentliche Frage ist, ob Kommunikation noch richtig arbeitet: ob sie Kunden erreicht, Vertrieb entlastet, Mitarbeitende mitnimmt, Wissen sichtbar macht und in einer digitalen Welt funktioniert, in der KI-Systeme zunehmend mitentscheiden, welche Inhalte überhaupt wahrgenommen werden.

Genau darum geht es in diesem Whitepaper. Nicht um kurzfristige Werbung, nicht um einzelne Kampagnen und nicht um noch mehr Content auf noch mehr Kanälen. Es geht um ein intelligentes Zusammenspiel aus Strategie, kreativen Konzepten, Vertrieb, Mitarbeitenden, GEO, KI-Logik, Wissensstruktur und digitaler Sichtbarkeit.

Denn gute Kommunikation wirkt nicht nur nach außen. Sie schafft auch intern Klarheit. Sie hilft Mitarbeitenden, Produkte, Ziele und Zusammenhänge besser zu verstehen. Sie stärkt Vertrieb und Marketing, macht Wissen zugänglicher und sorgt dafür, dass Unternehmen nicht nur sichtbar, sondern auch anschlussfähiger werden – für Kunden, Märkte, Partner und digitale Systeme.

Wenn Sie an einem Punkt stehen, an dem Kommunikation mehr leisten muss als bisher, sollten wir sprechen. Nicht über einen klassischen Agenturpitch. Sondern über Ihr Unternehmen, Ihre Ziele, Ihre Mitarbeitenden und darüber, wie aus Wissen, Strategie, Kreativität, Vertrieb und Sichtbarkeit ein System entstehen kann, das im Markt wirkt und intern getragen wird.



# Whitepaper



© pms gmbh + co. kg

hüttenallee 183

47800 krefeld

+49 173 533 9732

[m.claessen@pms-werbeagentur.de](mailto:m.claessen@pms-werbeagentur.de)