

Doppelt hält besser

Lars Rosmanith über seine beiden Jobs und die Synergieeffekte

Eigentlich habe ich ja zwei Jobs. Zum einen bin ich Mitinhaber der Wiesbadener Agentur für Öffentlichkeitsarbeit Rosmanith & Rosmanith und zum anderen Mitgesellschafter sowie Geschäftsführer der One Up Marketing GmbH in Hofheim am Taunus.

Was macht eigentlich ...
Lars Rosmanith?

Aber der Reihe nach: Nach meinem Studium der Publizistik, der Politikwissenschaften und der Wirtschaftsgeographie ergatterte ich ein Volontariat beim renommierten Deutschen Fachverlag (dfv) in Frankfurt. Ich fing bei der damals deutschlandweit größten Fachzeitschrift, der Lebensmittel Zeitung, als Nachwuchs-Journalist an: Mein Job war die Berichterstattung über die Akteure des Lebensmittelhandels und der Ernährungsindustrie.

Agentur seit 2006 Nach reiflicher Überlegung und siebenjährigem Redakteursdasein fasste ich 2006 den Mut, mich selbstständig zu machen und gemeinsam mit meinem Bruder Uwe Rosmanith, ebenfalls Journalist, eine Agentur mit Schwerpunkt Fachkommunikation zu gründen. Das war genau unser Thema. Wir kannten – damals vor allem in der Lebensmittelbranche – die Entscheider auf beiden Seiten: Sämtliche Journalisten der Fachmedien waren mit uns per Du und die Kontakte in Industrie und Handel waren top.

Klassische Medienarbeit Seitdem entwickeln wir für unsere Kunden die Unternehmensbotschaften, beantworten alle Anfragen aus den Medien, schreiben Reden, veranstalten Events, texten und versenden Pressemitteilungen und produzieren alle Unternehmensmedien für das Fachpublikum. Mit unserer Arbeit sorgen wir für professionelle Auftritte unserer Klienten in den Fachmedien und übernehmen die interne Kommunikation mit ihren Mitarbeitern. Für Nestlé Wagner („Wagner Pizza“) erstellen wir zum Beispiel die gedruckten Mitarbeitermagazine und den wöchentlichen E-Mail-Newsletter, mit dem die fast 2.000 Mitarbeitenden über alles Wichtige rund um ihr Unternehmen informiert werden.

Social-Media-Expertise Und jetzt kommt Job Nummer zwei ins Spiel. Unsere Expertise bei

Die DMGG-Enten stärken ihm beim Homeoffice den Rücken: Lars Rosmanith ist Mitinhaber einer Agentur für Öffentlichkeitsarbeit und zugleich Geschäftsführer der One Up Marketing GmbH. Foto: Privat



Content und Print war und ist unbestreitbar, auch bei Online-Auftritten und digitaler Medienproduktion sind wir bestens aufgestellt, aber bei der Kommunikation über Social-Media-Kanäle haben es die Digital Natives einfach besser drauf. Deshalb arbeiten wir mit zwei Jungs zusammen, die sich auf digitales Marketing spezialisiert haben: Zu deren Portfolio gehören zielgruppengenaue Werbung und Mitarbeiterrekrutierung bei Instagram, Facebook, LinkedIn, Xing & Co, Betreuung der Firmenauftritte bei sozialen Medien, Google Ads, Suchmaschinenoptimierung sowie die Programmierung und Betreuung von Webseiten und Online-Shops.

Gebündelte Kompetenz Kurz, die beiden jungen Herren sind im Netz mit allen Marketingwassern gewaschen. Was nicht so ihr Schwerpunkt ist, ist das, was ich nach Meinung meiner Kunden ganz ordentlich beherrsche: Konzepte und Gedanken in les-, hör- oder sehbarer Form zu bringen, sprich Geschichten zu erzählen und so für die Auftraggeber nutzbringenden Content zu schaffen. Es lag

also nahe, diese Kompetenzen zusammenzubringen. Deshalb haben mich die Inhaber der One Up Marketing GmbH gefragt, ob ich nicht bei ihnen einsteigen möchte. Ich wollte – und habe deshalb seit Sommer 2020 die eingangs erwähnten zwei Jobs: Mitinhaber der Rosmanith & Rosmanith und der One Up Marketing GmbH.

„Wir haben auch dafür gesorgt, dass sich die jahrelange Mitgliederflaute des Wiesbadener Golf-Clubs in einen Anfrage-Run verwandelt hat.“

Lars Rosmanith

Golfer unter sich Das ist eine tolle neue Aufgabe, denn es macht nicht nur unendlich viel Spaß mit den beiden Jungs, einer knapp über, der

andere knapp unter 30 Jahre alt, zusammenzuarbeiten. Sie teilen auch das gleiche Hobby: Golf. Mit meinem Handicap etwas unter zehn lachen mich die beiden zwar aus, aber wir haben einen Schwerpunkt der Agentur gefunden: Online-Marketing für Golfclubs und die Unternehmen der Golfbranche. So haben wir unter anderem dafür gesorgt, dass sich die jahrelange Mitgliederflaute des Wiesbadener Golf-Clubs in einen Anfrage-Run verwandelt hat und dass die Fitting-Experten von Clubfixx per Social Media stetig mit neuen Anfragen von potenziellen Golfschläger-Käufern versorgt werden.