Scholz & Friends: Kreative Kraft im Marketing-Orchester

Category: Online-Marketing
geschrieben von Tobias Hager | 9. Februar 2026

Scholz & Friends: Kreative Kraft im Marketing-Orchester

Sie nennen sich Freunde, aber in Wahrheit sind sie die kreativen Kommandanten der Werbewelt: Scholz & Friends. Während andere Agenturen noch über Purpose palavern und sich in bunten Slides verlieren, liefern die Berliner seit Jahrzehnten brillante Kampagnen, messerscharfe Strategien und verdammt viel Substanz. Wer wissen will, wie Marketing auf höchstem Niveau wirklich

funktioniert – jenseits von Buzzwords und Bullshit – kommt an Scholz & Friends nicht vorbei. Willkommen in der Liga der Meisterdenker.

- Wer oder was ist Scholz & Friends – und warum sind sie mehr als nur eine Agentur?
- Wie das Netzwerk arbeitet: Struktur, Einheiten und strategische Ausrichtung
- Berühmte Kampagnen: Von der Bundesregierung bis zur Bahn – ein Portfolio mit Wumms
- Warum Scholz & Friends Maßstäbe in der Markenkommunikation setzen
- Technologie und Daten: Wie die Agentur digitales Marketing mit Hirn betreibt
- Was Scholz & Friends besser macht als viele andere Agenturen am Markt
- Einblicke in Mindset, Tools und Prozesse – jenseits von Agentur-Showroom
- Fazit: Was du von Scholz & Friends lernen kannst (auch wenn du keine Millionen-Budgets hast)

Scholz & Friends Agenturprofil: Mehr als nur Werbung

Scholz & Friends ist keine klassische Werbeagentur. Es ist ein interdisziplinäres Marketing-Orchester, das seit Jahrzehnten den Takt vorgibt – strategisch, kreativ, technologisch. Gegründet 1981 in Hamburg, heute mit Hauptsitz in Berlin, ist die Agentur eine der bekanntesten Marken in der deutschen Agenturlandschaft. Ihre DNA? Kommunikationsarchitektur, Kreativexzellenz und ein tiefes Verständnis für gesellschaftliche wie marktwirtschaftliche Dynamiken.

Die Agentur ist Teil des internationalen Netzwerks WPP und operiert dennoch mit einer bemerkenswerten Eigenständigkeit. Ob Public Affairs, Campaigning, Branding, Digital oder PR – Scholz & Friends vereint unter einem Dach unterschiedlichste Disziplinen. Das macht sie zur go-to-Adresse für komplexe Kommunikationslösungen, bei denen Einfall und Einfluss Hand in Hand gehen.

Was Scholz & Friends auszeichnet, ist nicht nur die kreative Brillanz, sondern ihr strategischer Tiefgang. Sie denken nicht in Formaten, sondern in Wirkungsmechanismen. Jede Kampagne, jedes Corporate Design, jede Content-Strategie folgt einer klaren Linie: Wirkung vor Wirkungslosigkeit. Dabei setzen sie auf Evidenz, Daten, Empathie – und eine gesunde Portion Skepsis gegenüber Marketingmoden.

In einer Branche, die zunehmend von Buzzwords und Blendern dominiert wird, bleibt Scholz & Friends fast schon provokant fokussiert. Keine TikTok-Challenges um der Challenge willen. Keine Purpose-Statements, die beim zweiten Lesen zu Staub zerfallen. Sondern: harte Strategie, klare Botschaften, nachhaltige Wirkung. Genau deshalb vertrauen ihnen Konzerne, Ministerien und NGOs gleichermaßen.

Struktur und Strategie: Wie Scholz & Friends in Netzwerken denkt

Die Agentur ist in sogenannte „Orchester“ gegliedert – spezialisierte Einheiten, die je nach Projekt zusammenspielen. Das ist nicht nur ein hübsches Wording, sondern ein funktionierender struktureller Ansatz: crossfunktionale Teams, projektbasierte Kollaboration, starke Führung in der Strategie und im Kreationsteam. Agilität hier nicht als Buzzword, sondern als operatives Prinzip.

Die hochgradige Spezialisierung zeigt sich in Units wie Scholz & Friends Agenda (Public Affairs), Scholz & Friends Strategy Group, Scholz & Friends Digital oder Scholz & Friends Reputation. Jede Einheit bringt eigene Experten mit – von Politikwissenschaftlern über UX-Designer bis hin zu Data Scientists. Das Ergebnis ist ein holistischer Blick auf Zielgruppen, Touchpoints und Narrative.

Strategisch folgt die Agentur einem klaren Prinzip: Relevanz durch Resonanz. Marken müssen heute nicht nur sichtbar, sondern auch anschlussfähig sein – kulturell, sozial, politisch. Scholz & Friends übersetzt diese Anforderungen in Kommunikationsarchitektur – ein Begriff, der mehr meint als „Konzept“. Es geht darum, wie Marken in einem immer komplexeren Mediensystem überhaupt noch Bedeutung erzeugen können.

Technologisch operiert Scholz & Friends auf einem hohen Niveau. Marketing Automation, Data-Driven Communication, Audience Modelling – alles keine Fremdwörter, sondern integraler Bestandteil der Projektarbeit. Dabei wird Technologie nie zum Selbstzweck. Sie dient der besseren Idee, der präziseren Ansprache, der effizienteren Distribution.

Berühmte Kampagnen: Wenn Kommunikation Geschichte schreibt

Wer Scholz & Friends sagt, muss auch „Du bist Deutschland“ sagen. Die Kampagne ist legendär – nicht nur wegen ihrer Reichweite, sondern wegen ihrer Wirkung. Sie hat gezeigt, wie man ein gesellschaftliches Narrativ mit Markenkommunikation verschmelzen kann. Weitere Beispiele? Die Bahn-Kampagne „Diese Zeit gehört dir“. Oder die vielfach ausgezeichnete Arbeit für die Bundesregierung rund um COVID-19-Kommunikation.

Auch im Bereich Corporate Branding hat Scholz & Friends Maßstäbe gesetzt. Die Neupositionierung der Deutschen Post, das Branding von EnBW, die visuelle

Identität von Opel – all das stammt aus der Feder der Berliner Kreativelite. Immer mit dem Anspruch: Marke ist kein Logo. Marke ist Wirkung. Und diese Wirkung braucht Substanz.

Im Public Sector ist Scholz & Friends quasi gesetzt. Ob Bundesministerien, Landesregierungen oder Europäische Institutionen – wenn es um gesellschaftlich relevante Kommunikation geht, führt kaum ein Weg an der Agentur vorbei. Sie schafft es, politische Inhalte verständlich und emotional zu vermitteln, ohne dabei in Populismus oder Simplifizierung abzugleiten.

Was all diese Arbeiten verbindet, ist ein tiefes Verständnis für Zielgruppen und Kontexte. Scholz & Friends betreibt kein „Copy-Paste-Marketing“, sondern entwickelt maßgeschneiderte Kommunikationslösungen, die wirken – im Kopf, im Herzen, im Verhalten. Und das ist in einer Zeit, in der Aufmerksamkeit die neue Währung ist, ein unschätzbarer Vorteil.

Technologie trifft Kreativität: Digitales Marketing mit Substanz

Viele Agenturen behaupten, digital zu sein. Scholz & Friends ist es wirklich. Die Agentur versteht digitale Kommunikation nicht primär als Kanalfrage, sondern als Herausforderung an Relevanz und Resonanz im digitalen Raum. Dabei kommen Technologien wie Programmatic Advertising, Customer Data Platforms (CDPs), Predictive Targeting oder dynamische Content-Delivery-Mechanismen zum Einsatz.

Ein zentrales Element ist die datenbasierte Zielgruppenmodellierung. Anstatt sich auf stereotype Personas zu verlassen, arbeitet die Agentur mit echten Nutzerdaten, Audience Insights und Verhaltensanalysen. Das Ergebnis: Kampagnen, die nicht nur schön aussehen, sondern genau die Menschen erreichen, die sie erreichen sollen – zur richtigen Zeit, am richtigen Ort, mit der richtigen Botschaft.

Auch im Bereich Content-Marketing setzt Scholz & Friends auf Qualität statt Quantität. Statt endlose Content-Fließbänder zu produzieren, wird Content als strategisches Asset verstanden. Die Frage lautet nicht: „Was können wir posten?“, sondern: „Was bringt der Zielgruppe wirklich Mehrwert – und der Marke Relevanz?“

Auf technischer Ebene kommt eine Vielzahl an Tools und Plattformen zum Einsatz. Von Adobe Experience Manager über Google Marketing Platform bis hin zu eigens entwickelten Data-Analytics-Dashboards. Doch entscheidend ist: Technologie wird nicht als Selbstzweck inszeniert, sondern als Mittel zur besseren Lösung eingesetzt. Das unterscheidet Scholz & Friends von vielen Blendern im Markt.

Was du von Scholz & Friends lernen kannst – auch ohne Millionenbudget

Natürlich arbeitet Scholz & Friends mit Budgets, bei denen kleine Agenturen feuchte Träume kriegen. Aber das heißt nicht, dass ihre Prinzipien nur für Großkonzerne gelten. Ganz im Gegenteil: Viele der Arbeitsweisen, Denkmodelle und Standards lassen sich adaptieren – auch mit kleinerem Budget, aber klarem Kopf.

- Strategie vor Taktik: Starte nie mit dem Medium, sondern mit dem Ziel. Was willst du erreichen? Und warum?
- Relevanz durch Kontext: Kenne deine Zielgruppe besser als sie sich selbst kennt. Und sprich sie dort an, wo sie wirklich ist.
- Technologie als Enabler: Nutze Tools, die dir helfen, besser zu kommunizieren – nicht, um fancy auszusehen.
- Idee schlägt Budget: Eine gute Idee braucht kein Millionenetat, sondern einen klaren Insight und saubere Ausführung.
- Konsistenz schlägt Chaos: Ein stringentes Markenbild über alle Touchpoints hinweg ist mehr wert als 100 Einzelmaßnahmen.

Wenn du das verinnerlichst, arbeitest du nicht wie Scholz & Friends – aber du denkst wie sie. Und das ist der erste Schritt zu besserem Marketing. Denn am Ende geht es nicht darum, eine Kampagne zu machen. Sondern Wirkung zu erzeugen. Und wer das verstanden hat, ist der Konkurrenz immer zwei Schritte voraus.

Fazit: Warum Scholz & Friends mehr ist als eine Agentur

Scholz & Friends ist keine Werbefabrik. Es ist ein Denkraum für Markenintelligenz. Eine Agentur, die nicht nur Kampagnen produziert, sondern Marken formt, Diskurse prägt und Kommunikation so gestaltet, dass sie Wirkung entfaltet – gesellschaftlich, wirtschaftlich, kulturell. Wer das als Maßstab nimmt, erkennt schnell: Es geht nicht um Lautstärke. Es geht um Relevanz. Und die entsteht durch Substanz.

In einer Branche, die sich gerne selbst feiert, bleibt Scholz & Friends auffallend fokussiert. Keine Selbstdarstellung, sondern Leistung. Kein Blabla, sondern Brillanz. Und genau deshalb sollte jeder Marketer – vom Startup bis zum Konzern – hinschauen, zuhören und lernen. Denn gute Kommunikation ist kein Zufall. Sie ist das Ergebnis kluger Köpfe, klarer Prozesse und konsequenter Umsetzung. Das ist kein Mythos. Das ist Scholz & Friends.