

Mit vollem Einsatz gegen den Strom schwimmen

R + S Karlstadt: erfolgreich mit erfolgreichem Marketing

Von unserem Redakteur Michael Fillies

KARLSTADT Miesepetigkeit liegt Reinhard Steinmetz von Natur aus nicht. Von Berufs wegen schon gar nicht: Der 46-Jährige leitet die marketingorientierte Werbeagentur R + S in Karlstadt. Erfolg damit zu haben, anderen zum Erfolg zu verhelfen, ist derzeit sicher schwer wie lange nicht. Doch das 25-Mitarbeiter-Unternehmen besteht.

„Wir haben eine klare strategische Entscheidung getroffen“, sagt Steinmetz. „Wenn es aufwärts gehen soll, ist jeder von uns gefragt, ganz besonders aber die Unternehmer. Wie der Name schon sagt, haben wir Unternehmer ständig die Pflicht, etwas zu unternehmen. Mit dieser expansiven Ausrichtung und positiven Einstellung schwimmen wir sicherlich gegen den Strom am Markt und vor allem in der Agenturlandschaft.“

Wenn Unternehmen sparen, dann streichen sie meist auch ihre Werbeagenturen zusammen. Reihenweise sind in jüngster Zeit Werbeagenturen untergegangen. Jammern und eine lethargische Grundhaltung helfen nicht weiter, kritisiert Reinhard Steinmetz das Verhalten vieler Unternehmen. Gerade in schwierigen Zeiten gelte es, Vorteile und Stärken zu kommunizieren.

Genau an diesem Punkt bietet sich R + S den Kunden partnerschaftlich und konzeptorientiert an, fundierte, tragfähige und damit erfolgreiche Strategien zu entwickeln. „So wird das Fundament einer zielgruppengerechten Kommunikationsausrichtung entwickelt, genau das, womit letztendlich etwas am Markt bewegt wird“, zeigt Steinmetz auf.

Zielorientierter voller Einsatz

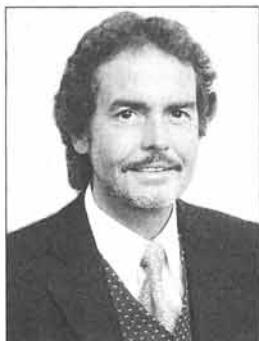
„Gegen den Strom schwimmen“ heißt für den Agenturchef, immer voller Einsatz zu bringen und alle Kräfte zu bündeln, aber nicht in Aktivismus zu verfallen, sondern zielorientiert zu handeln. Jede Zeit biete Chancen, auch diese. Dafür hat Steinmetz Beispiele: „Die Unternehmen, die wie BMW ihr Werbebudget aufgestockt haben, überholen andere.“

Vielfältig ist die Arbeit in der Agentur. Die 25 festen Mitarbeiter in Karlstadt und mehr als zehn freien Mitarbeiter analysieren zusammen mit dem Kunden dessen Marktsituation, die Wettbewerbsvorteile durch Alleinstellungsmerkmale, steigern den Bekanntheitsgrad von Unternehmen beziehungsweise ihren Produkten, entwickeln Strategien, wie die Kunden der Kunden am wirksamsten anzusprechen sind.

Optimal kann so ein Projekt nur werden, wenn die Fachleute in der Agentur mit all ihren unterschiedlichen Qualifikationen auch optimal zusammenwirken – davon ist Steinmetz überzeugt. „Wir bilden eine Schicksalsgemeinschaft.“ Das bedingt nach Überzeugung des 46-Jährigen „eine sehr, sehr offene, kollegiale Führungsstruktur“ in der Agentur.

„Jeder Mitarbeiter ist gefordert, Ideen, Anregungen einzubringen“ ohne Scheu vor möglichen Fehlern. „Der Azubi ist bei uns so wichtig wie der Artdirektor.“

Vordringlich ist für Steinmetz, ein „außerordentlich gutes Klima in der Agentur zu wahren“. Folgerichtig sei es bei R + S „das erste Einstellungskriterium, ob wir zueinander passen“. Im Mitarbeiter wie im Kunden zu allererst den Menschen zu sehen, Verständnis aufzubringen, sei Teil einer Lebensphilosophie, die er schon seit vielen Jahren ganz selbstverständlich praktiziere, sagt Steinmetz: „Nichts ist umsonst im Leben. Alles was wir jemandem Gutes oder auch Schlechtes antun, kommt irgendwann wieder einmal auf uns zurück.“



Reinhard Steinmetz. FOTO PRIVAT

Der letzte Liebesbrief

Er verweist auch auf einen Profi, den Unternehmensberater Minoru Tominaga, Diplom-Volkswirt aus Japan. Der liest den Service-unfreundlichen Deutschen gern die Leviten. Steinmetz lernte ihn bei einem MAIN-POST-Vortrag im Juni 2001 kennen und kann seine prägnanten Aussagen nur bestätigen. „Schmeißen Sie Ihren Anrufbeantworter weg, er ist ein zutiefst kundenfeindliches Gerät“, rät Tominaga beispielweise. Oder er mahnt, Reklamaten als Vertrauensbeweis und Chance zu sehen: „Die Beschwerde ist der letzte Liebesbrief des Kunden.“

Dabei ist Steinmetz kein Theoretiker. Stets führte er neben der Agentur auch zusammen mit seiner Frau weitere Unternehmen, wie derzeit den ST-Styling Großhandel für „Trendprodukte mit Namen“ – Accessoires, die mit Vornamen verschenkt deutschlandweit an Ständen in Geschäften vertrieben werden.

Die Agentur selbst entstand 1981 in Himmelstadt aus kleinsten Anfängen heraus, mit einem Büro im späteren Kinderzimmer. Im ersten Jahr nach dem Studium Kommunikationsdesign schon machte sich Steinmetz selbstständig. Heute „residiert“ die Agentur im eigenen Geschäftsbürogebäude an der Karlstadter Bodelschwinghstraße mit viel Grün in den Räumen und einem Garten mit Pavillon, in dem sommers auch

gearbeitet werden kann.

Eine Agentur „in der Provinz“, aber nicht provinziell: Über 60 Kunden lassen sich von R + S betreuen, die meisten bereits seit Jahren. Darunter sind Große wie SKF Schweinfurt und Löwenbräu München und bekannte Namen der Umgebung. Auch Kampagnen für vier Bayerische und Hessische Ministerien beschäftigen die Agentur.

Marketing für KissSalis

Besonders stolz ist Reinhard Steinmetz auf den jüngsten Erfolg: das Komplettmarketing für die Heilbadelandschaft „KissSalis“ in Bad Kissingen, die in vier Monaten eröffnen soll. Gegen acht überregionale Konkurrenten hat R + S den Zuschlag für den zunächst auf drei Jahre befristeten Auftrag erhalten. KissSalis ist Bad Kissingers größte Nachkriegsbaumaßnahme.

Nein, der Firmensitz in der Provinz schmälert den Erfolg bei Kunden nicht – wohl aber bei hoch qualifizierten Mitarbeitern, berichtet Steinmetz. Seit Monaten schon sucht er mit Hochdruck eine Assistenz der Geschäftsleitung oder auch Kundenberater. „Es ist für uns nicht leicht, Karriere orientierte Fachleute zu überzeugen, dass wir von hier aus europaweite Konzepte für Konzerne und zum Teil Marktführer in unterschiedlichen Branchen entwickeln, hier, in der Stadt des Flaaks.“

Diese neue Symbolfigur Karlstadts, den armen Bauernburschen, hält Steinmetz für eine schöne Idee, um weinelige „Flickenhosen-Romantik“ zu kommunizieren, aber nicht für eine Schlüsselfigur für eine pulsierende Kreisstadt, die durchaus attraktive Standortvorteile zu bieten hat, in der Größenordnung auch zu aufstrebenden Unternehmen hin.

R + S setzt gegen die Anziehungskraft von Großstädten zum Beispiel „unsere angenehmen Arbeitszeiten, unser herausragendes Betriebsklima und die damit verbundene Arbeits- und Lebensqualität“. Es gebe nicht wenige Agenturen, in denen das Mobbing der Mitarbeiter untereinander gefördert werde, weiß Steinmetz.

R + S bietet über das normale Maß hinaus Ausbildungsplätze, um kreative Mitarbeiter für künftige Aufgaben zu rekrutieren. Sieben junge Leute lernen derzeit in der Karlstadter Agentur. Ein weiterer Weg, kreatives Potenzial zu erschließen, ist die Agentureinrichtung flow („forum für kreative Kommunikation“), die Reinhard Steinmetz vor zwei Jahren in Würzburg initiiert hat und die nicht materiell ausgerichtet ist. Außerdem ist Doris Langer, die Assistentin der Geschäftsleitung bei R + S, Dozentin am Institut für deutsche Philologie.

„flow“ bietet sechs bis zwölf Studenten pro Semester anerkannte Lehrveranstaltungen, bei denen praxisorientierte Kommunikationskonzepte entwickelt werden, jüngst zum Beispiel die Imagekampagne der Stadt Würzburg „Kluge Köpfe bleiben hier“. Wobei Steinmetz wünscht, dass „hier“ durchaus auch auf Karlstadt bezogen sein könnte.

Was die Presse über uns zu berichten weiß...

veröffentlicht in „Main Post“, 28. Oktober 2003 (2)

042



Wohlfühlatmosphäre im Büro der kurzen Wege: Arbeitsplätze in der Werbeagentur R + S Karlstadt. FOTO PRIVAT