

An den Werbeagentur-Inhaber,
der über seinen Partner nachdenkt

April 2012

Briefe an die Agentur Zukunft. Nr. 3: „Mein Partner, mein Freund, mein Feind?“

Liebe Agenturchefin, lieber Agenturchef,

mit einem Partner lebt sich's meistens nicht nur besser, die Arbeit macht auch mehr Spaß. Partner sind wichtig. Sogar wichtiger als Kunden! Deshalb wollen wir heute darüber schreiben.

Wenn wir mit Agenturen arbeiten, sitzen häufig zwei Partner mit uns am Tisch. Oft ein Kreativer und ein Berater. Manchmal zwei Berater. Ganz selten zwei Kreative. Da gibt es offensichtlich Mischungen, die funktionieren und auch schwierigere Konstellationen. Und immer, wenn wir über die Agentur sprechen, kommen wir automatisch auf die Partnerschaft. Da spürt man, wie die beiden (oder auch drei oder vier) über die Agentur sprechen und auch über sich. Und noch etwas ist zu beobachten: Die Agentur ist ein Spiegelbild der Partnerschaft.

Manchmal ändert sich das Bild, wenn man mit jeweils einem von zwei oder dreien unter vier Augen spricht. Manchmal sprechen Geschäftsführer lieber über ihren Partner als über die Agentur. Zuweilen auch kritisch. Und immer wieder tauchen bei diesen Gesprächen die gleichen Fragen auf:

- Müssen wir immer einer Meinung sein?
- Reden wir miteinander?
- Oder übereinander?
- Müssen wir mehr über die Agentur reden?

...2

litschko | meichle

CoEffizienz

- Müssen wir mehr über die Mitarbeiter reden?
- Sollten wir auch privat befreundet sein?
- Oder gerade nicht?
- Wie nehmen uns die Mitarbeiter wahr?
- An welche Regeln und Rituale müssen wir als Partner uns halten?
- Sind wir uns über den grundsätzlichen Kurs der Agentur einig?

Sie kennen diese Fragen vermutlich auch. Die Antworten sind nicht immer einfach – speziell wenn man ehrlich zu sich und seinem Partner sein will. Unbestritten bleibt für uns aber die Erkenntnis, dass erfolgreiche Agenturen auf guten Partnerschaften basieren. Und dass schwierige Beziehungen unter den Inhabern auch die Entwicklung der Agentur behindern. Wir kennen auch Agenturchefs, die aufgrund bitterer Erfahrungen mit gescheiterten Partnerschaften heute das Geschäft lieber alleine machen. Das mag nachvollziehbar sein. Es ist aber schade. Ganz abgesehen davon, dass so kaum eine zukunftsfähige Nachfolgeregelung gefunden werden kann.

Wir wünschen Ihnen deshalb heute nicht nur ein erfolgreiches Neugeschäft, sondern vor allem eine vertrauensvolle und inspirierende Partnerschaft.

Mit freundlichem Gruß



Achim Litschko



Thomas Meichle

P.S. Wie wär's, wenn Sie mal ein gegenseitiges Partner-Interview machen würden? So könnten Sie sich viele Fragen über den Zustand und die Zukunft Ihrer Agentur selbst beantworten.