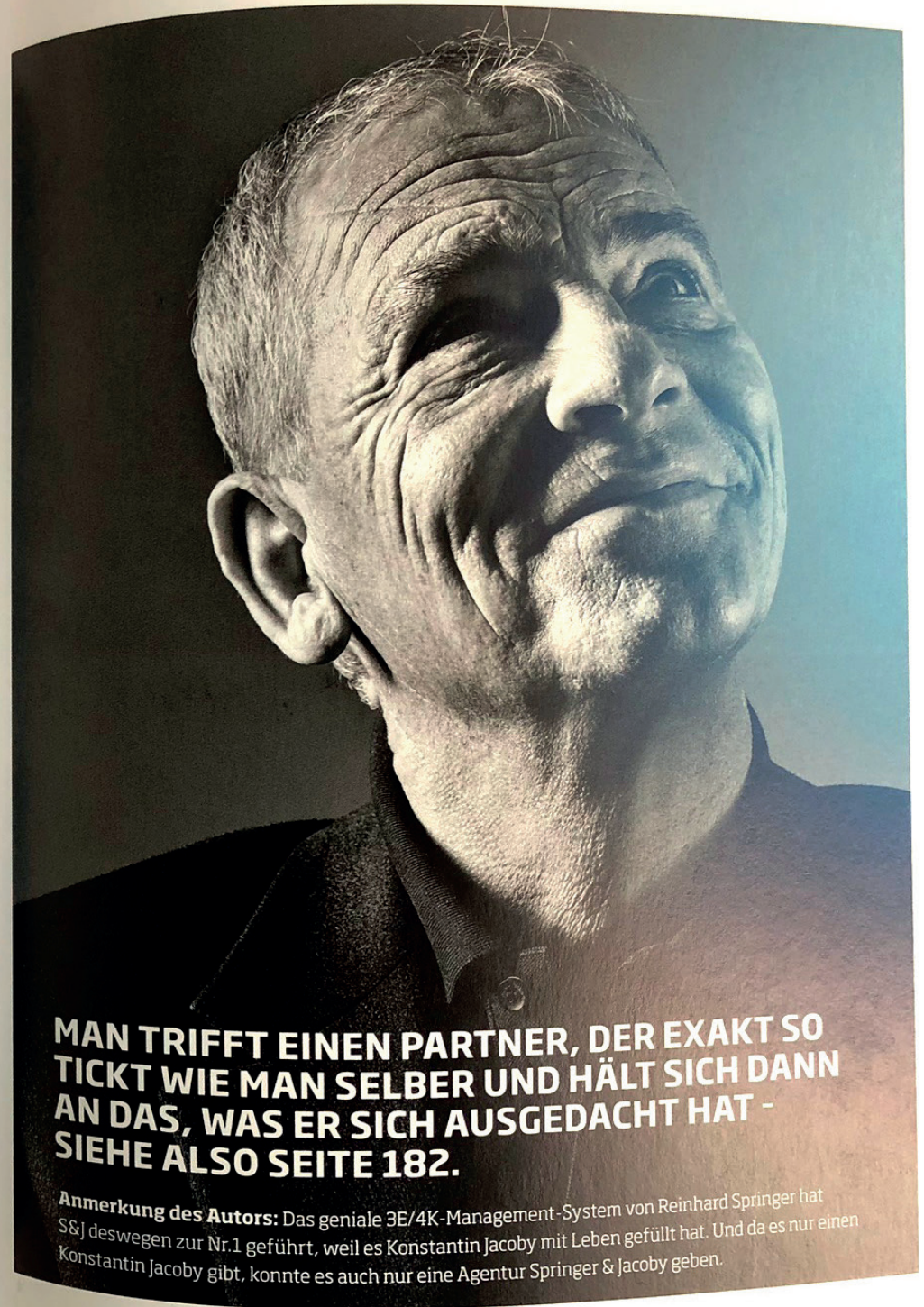
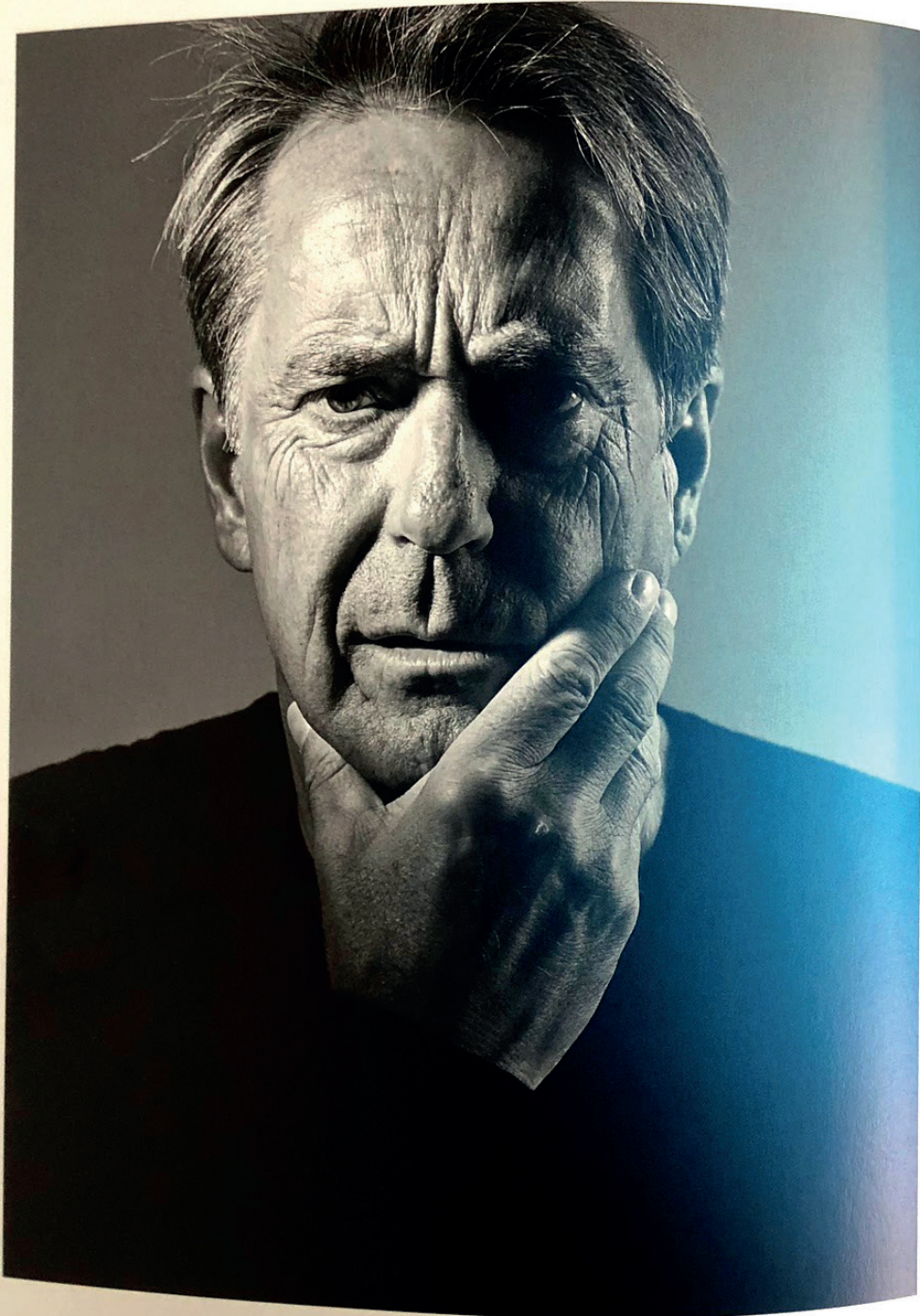




TYPEN

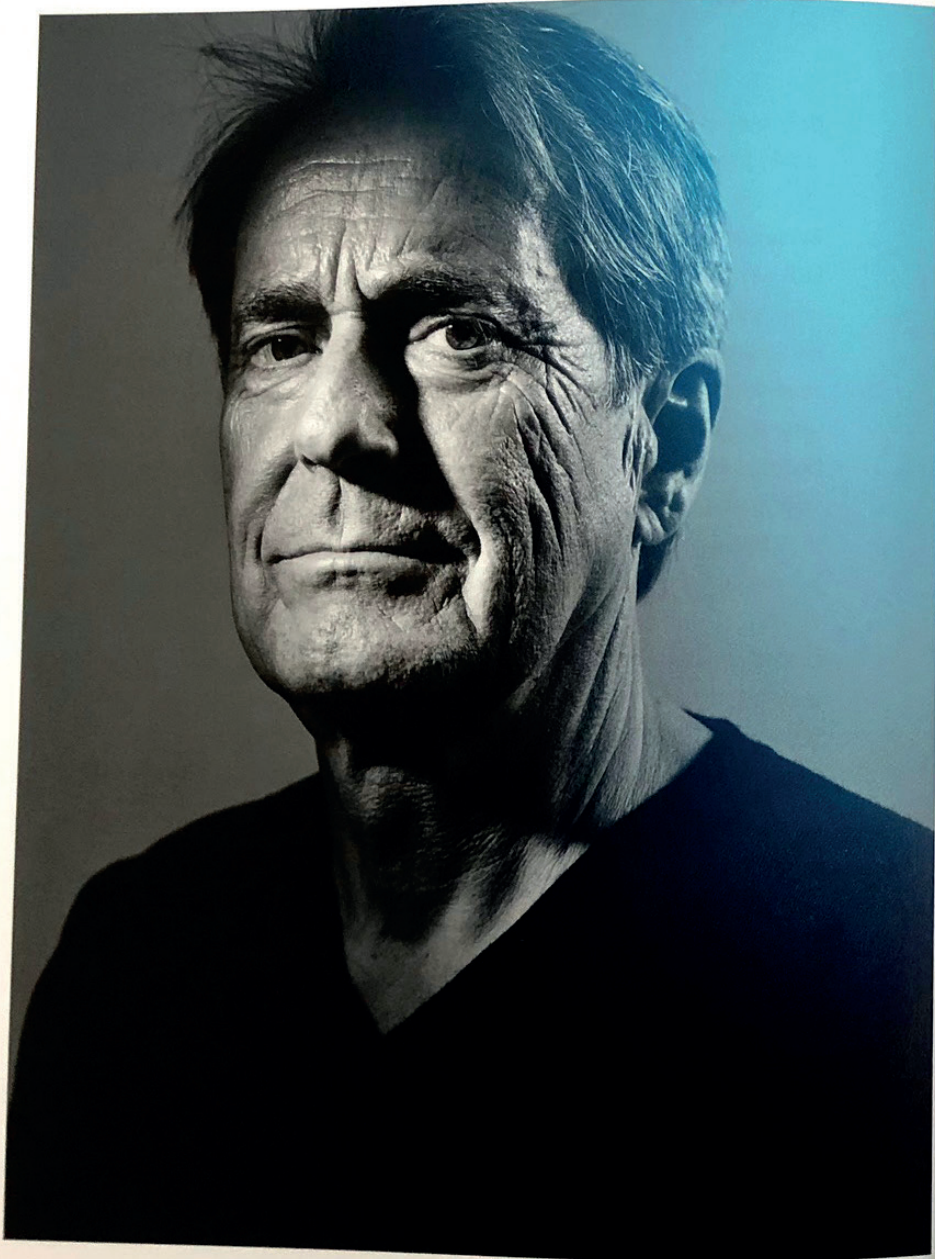
DIE TYPOLOGIE DER
AGENTURFÜHRUNG

Wulf-Peter Kemper



MAN TRIFFT EINEN PARTNER, DER EXAKT SO TICKT WIE MAN SELBER UND HÄLT SICH DANN AN DAS, WAS ER SICH AUSGEDACHT HAT - SIEHE ALSO SEITE 182.

Anmerkung des Autors: Das geniale 3E/4K-Management-System von Reinhard Springer hat S&J deswegen zur Nr.1 geführt, weil es Konstantin Jacoby mit Leben gefüllt hat. Und da es nur einen Konstantin Jacoby gibt, konnte es auch nur eine Agentur Springer & Jacoby geben.



HIER STEHE ICH, ICH KANN NICHT ANDERS

Was einen Führer erfolgreich macht.

Wer Menschen führen will, muss zuallererst einmal eines wissen: wohin!!! Denn auf dem falschen Weg kommt selbst der schnellste Läufer nicht ans Ziel. Und das Ziel darf nicht irgendeines sein, sondern es muss aus innerer Überzeugung heraus ausgerufen werden, so wie es Luther mit seinem Satz gemacht hat: „Hier stehe ich, ich kann nicht anders“.

Darum geht das Führen einer Agentur ganz leicht, wenn man genau vor Augen hat, wie eben diese Agentur aussehen und gelebt werden soll.

Weiß man das, geht es ja nur noch darum, den Traum, das Kopfkino Wirklichkeit werden zu lassen. Je konsequenter das geschieht, desto wirksamer, weil dann allen klar ist, wofür die Agentur steht.

Hilfreich ist es, Verhaltensregeln festzulegen, die jeder versteht, wie damals als Arbeitsphilosophie die 3E bei Springer & Jacoby (einfach, einfallsreich, exakt). Dazu braucht man Messgrößen, die

keine Nebelkerzen sind wie z.B. die 4K: Stimmt das Produkt, also die Kreativität, stimmt die Kultur, also das Miteinander der Menschen in der Agentur als auch zum Kunden hin, so stimmt automatisch die Kundenzufriedenheit und noch automatischer die Kasse, als mitlaufende Größe.

Alles, was schon in den 1980er Jahren gültig war, ist heute noch mehr gültig. Zum einen, weil heutzutage die Sonne der Kultur niedrig steht und darum selbst Zwerge lange Schatten werfen, aber vor allem, weil der Mensch sich nicht ändert - zumindest nicht in unserer kleinen Lebensspanne - selbst, wenn man über mehrere Generationen hinweg denkt.

Welcher Typ aus den genannten Zehn wird dem Anspruch einer erfolgreichen Führung am gerechtesten? Ganz einfach: derjenige, der die richtige Mischung aus allen Eigenschaften der Zehn bietet, weiß alle Stellschrauben des Erfolges zu erkennen und zu bedienen. Und ist eine Eigenschaft nicht ausreichend stark ausgeprägt, so hat er sie aber wenigstens im Auge und weiß, wie sie zu ergänzen oder auszugleichen ist.

Wer eine „Leuchtturm-Agentur“ werden will, muss nichts weiter tun, als zu verstehen, dass das, was ich oben gesagt habe, alles ist um eine Agentur, aber auch jede andere Firma, erfolgreich führen zu können. Womit aber noch nichts zum Wohin gesagt ist. Das richtet sich, vor allem was die Oberfläche angeht, nach dem Zeitgeist.

Im Kern aber hat immer die größte Attraktivität, was die Menschen in ihrer Karriere und in ihrer Persönlichkeit weiter bringt. Wer das auf seine Fahne schreibt, dem werden die Menschen mit Freude und in Scharen folgen.

Reinhard Springer
Gründer von Springer & Jacoby
