WE WORK EVERY-WHERE

ZEIT FÜR EIN INTERVIEW

„Wir sind Dienstleister und wollen unsere Kunden glücklich machen. Nicht nur mit einem guten Gefühl, sondern vor allem mit einem guten Ergebnis.“

Heiligenhafen und Amrum //
Draußen am Strand im Gespräch mit Christian Kohnen

Hallo Christian, zuletzt hatten wir uns vor 5 Jahren anlässlich eures 20-jährigen Agentur-Jubiläums zusammengesetzt. Die letzten 5 Jahre vergingen ja im Fluge. Findest du nicht auch? Was hat sich denn bei WEISS&KOHNEN so getan in der Zwischenzeit?

Oh, wo soll ich da anfangen? Über das ein oder andere sind wir ja sicher schon auf einigen anderen Seiten in diesem Magazin eingegangen. Natürlich ist Corona das übergreifende Thema gewesen, das uns – wie wohl alle Menschen – grundlegend geprägt und verändert hat. Nicht nur persönlich, sondern auch vom ganzen Arbeitsumfeld und -ablauf her. Dieser Wandel hat viel bewirkt – auch viel Positives.

Was denn zum Beispiel?

Na ja, ich kann nicht leugnen, dass ich es auch schätze, im Sommer morgens im Garten meinen Rechner aufzuklappen und, wenn es die Zeit und die jeweiligen Aufgaben im Moment hergeben, dann von dort aus ein paar Telefonate zu führen oder Mails zu beantworten. Ich schätze es, mehr von meiner Familie mitzubekommen, weil ich nicht mehr eine Stunde nach Hause brauche. Ich mag es auch, anpassungsfähig und unkompliziert neue Wege zu gehen und meinen Gedanken beim Spaziergang freien Lauf zu lassen. Da komme ich am besten auf neue Ideen, Konzepte oder Headline-Ansätze. Und da das mobile Arbeiten von überall ja auch ebenso bei unseren Kunden und Dienstleistern zur Normalität geworden ist, begegnet man sich auch dort immer auf Augenhöhe und braucht kein „schlechtes Gewissen“ zu haben.

Vermischten sich da denn nicht oft auch Arbeit und Privatleben?
Natürlich. Aber mit der Selbstständigkeit bin ich es eh schon 25 Jahre lang gewöhnt, offen zu sein, und weiß, dass man Kreativität nicht auf Knopfdruck abrufen kann, sondern sie dann kommt, wann sie kommt. Egal wann man gerade wo ist. Und dann eben auch mal zu Hause auf dem Sofa oder beim Essen. Aber das ist es auch, was mir an meinem Beruf immer noch so viel Spaß macht. Kreativ zu denken, neu zu denken, zu lenken und Lösungen zu entwickeln und bei allen Herausforderungen den Aufgaben auch trotzdem mal mit Pragmatismus zu begegnen.

Seit letztem Jahr seid ihr ja nun auch mit dem Büro umgezogen. Das hat sicher dazu beigetragen, dass ein neuer Spirit bei euch mit eingezogen ist?
In gewisser Weise schon. Gut, ich habe schon vorher auch privat ländlich gewohnt. Aber ich habe in den letzten Jahren gemerkt, dass frische Luft und die Weite der Natur mir Kraft und Raum für neue Ideen schenken und der Trubel der Großstadt mir nicht mehr so fehlt. Und durch unsere Kunden und Projekte bin ich, sind wir ja immer noch urban gefordert, geprägt und positiv getrieben.

Es ist ja bekannt, dass du ein Amrum-Fan bist und allein dadurch schon sehr naturverliebt …
Das stimmt. Hier kenne ich alles, jede Düne und jeden Wanderweg. Wenn ich hier bin, kann ich durchatmen und mir den Kopf freipusten lassen. Hier merkt man immer wieder, dass es nicht viel braucht, um glücklich zu sein. Auch ein Vorteil von den neuen Arbeitsmöglichkeiten: Jetzt kann ich auch von hieraus mal im mobilen Nordsee-Office arbeiten.

Das klingt ja alles nach einem Rund-um-Zufriedenheitsgefühl. Privat und geschäftlich.
Im Großen und Ganzen stimmt das auch. Vielleicht sind die großen goldenen Zeiten vorbei, denn natürlich merkt man im Markt Veränderungen durch Corona-Krise, Energie-Krise, Krieg, Inflationsangst, Budgetdruck usw. Aber ich bin zuversichtlich, dass es weitergeht. Gleichzeitig ändert sich täglich immer noch so viel, dass man am Ball bleiben muss. Was mich eher nervt, ist, dass sonst alles komplizierter und komplexer wird.

Was genau meinst du damit?
Ach, so allgemeine Sachen. Das geht beim Surfen im Netz schon los. In den Endneunzigern war man dank AOL und Boris Becker einfach „drin" im Netz. Zugegebenermaßen deutlich langsamer als heute. Heute geh ich online, muss vielleicht erst mal ein App-Update durchführen, dann 5x ein Pop-up-Fenster wegklicken, dass der ganze Cookie-Kram für mich OK ist, ich keinen Newsletter möchte und ich jetzt auch keinen Rabattgutschein haben will. Ja, ich weiß, das ist eigentlich genau mein Business, aber ich finde, wir müssen es nicht komplexer machen als es ist. Das muss übersichtlicher werden – um nur ein Beispiel zu nennen.

Ich weiß genau, was du meinst. Total nervig! Hast du noch mehr Beispiele?
Ich will hier jetzt nicht zu allgemein werden, aber dieser gesamte komplexe Bürokratismus ist bei uns oftmals schon sehr herausfordernd. All das Genehmigungstum und der Papierkram, vom Datenschutzpapierkrieg bis hin zum komplizierten Steuerwesen. Aber das steht alles auf einem anderen Blatt.

OK, verstehe. Kommen wir zurück zum Job. Gibt es etwas, was du genießt und zugleich bereust in deinem Job nach 25 Jahren WEISS&KOHNEN?
Hmm, schwierige Frage. Vielleicht sind es die Entscheidungen, die man zu treffen hat. Natürlich ist es toll, in der Position zu sein, Entscheidungen überhaupt treffen zu dürfen. Aber das heißt auch immer, abzuwiegen und den weiteren Pfad zu bestimmen. Ich nehme gerne das Zepter in die Hand, weil ich eher kein Zögerer bin, sondern klare, zügige Entscheidung evorzuge und auch einfordere. Aber das ist auch ganz schön anstrengend, wenn man ständig oder sein halbes Leben lang immer wieder Entscheidungen fällen muss. Egal, ob sie groß oder klein sind, ob wir die Weihnachtsfeier da oder dort feiern oder ob diese oder jene Headline besser ist für die Präsentation… Da bin ich manchmal froh, wenn ich jemanden um mich habe, der oder die dann das ein oder andere einfach mal für mich entscheidet. Zuhause sind das ja Gott sei Dank die Kinder, die eh das letzte Wort haben.

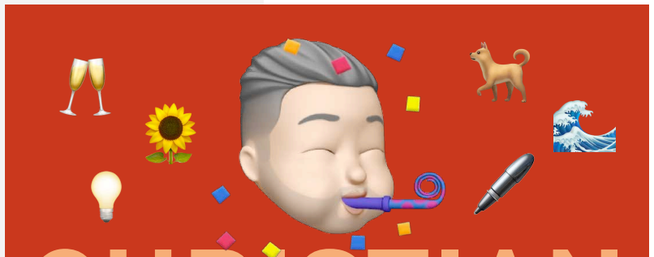
Letzte Frage: Hast du noch einen Traumkunden für die Zukunft?
Früher hätte ich vielleicht gesagt „mal einen Autokunden" oder „mal eine hochwertige Fashion-Marke". Mittlerweile denke ich da anders. Der Job macht immer dann Freude, wenn auch die Leute, mit denen man zu tun hat, einem freundlich und kompetent begegnen, unabhängig von der Marke. Das beflügelt mich und meine Arbeit, und das macht mich dann auch glücklich.

Vielen Dank! Schön, dass wir uns hier am Strand zu dem Gespräch getroffen haben. Viel Glück weiterhin! Wenn ihr so weitermacht, dann sprechen wir uns bestimmt in 5 oder 10 Jahren wieder.
Sehr gerne. Und ebenso vielen Dank!

Interview führte: Carmen Litzba

„Freiheit und unendliche Weiten – Der Strand von Amrum kann auch den eigenen Horizont erweitern."

„Ich war schon immer mobil mit meinen Ideen und Gedanken. Das ist nichts Neues."



CHRISTIAN

Chef

In einem Satz: Design-Liebhaber, der auch mal ein zweites Layout sehen will. Gartengestalter, der gerne Freunde zum Grillen einlädt und einem Glas Aperol nie abgeneigt ist.

#einrichtung #cleandesk #kunstundkultur #amrum #familienvater #cappuccino #lesen #kochen #luna

ZEIT FÜR EIN INTERVIEW

25hours Hotel // Auf einen Eistee mit Christian Kohnen

„Wir verstehen uns nach wie vor als kleine, aber feine Kreativschmiede. Lösungen aus der Schublade gibt's anderswo. Für ein Fließband wären unsere Räume in der Speicherstadt ohnehin nicht geeignet."

Vor 20 Jahren stellten sich zwei Jungspunde der Herausforderung, eine Werbeagentur in Hamburg zu gründen. Ausgerechnet da, wo es schon mindestens 2.000 andere werbetreibende Unternehmen gibt. Stefan Weiss und Christian Kohnen steckten eine junge Freundschaft in eine noch jüngere Firma. Und nun gibt es was zu feiern. 20 Jahre sind nun schon vergangen – und die Agentur gibt es immer noch. Wer das in der Werbebranche von sich behaupten kann, ist entweder der Hausmeister oder Geschäftsführer. Vieles hat sich geändert. Aber vieles ist auch geblieben.

20 Jahre sind eine lange Zeit. Manch ein Unternehmen aus deiner Branche hat nicht so lange durchgehalten. Weißt du noch, wie ihr gestartet seid?
Klar. Fast unheimlich, dass das alles schon 20 Jahre her sein soll. Stefan und ich lernten uns bei SinnerSchrader kennen. Alles war im Aufbruch, das Internet gerade erfunden. Hippe Marken und neue Companies blähten sich auf, um dann kurz darauf zu platzen. Auf die Frage, ob wir was zusammen machen, fuhren wir erst mal ein paar Tage nach Moskau und schauten, ob wir im kommunistischen Osten neue Wege für den Kommerz

„Mein Beruf ist immer noch die beste Synthese aus Leidenschaft und Broterwerb, die ich mir vorstellen kann.“

im Westen finden. Dann wurden bei IKEA zwei Schreibtische, zwei Bürostühle sowie zwei Schreibtischlampen gekauft; einen Drucker hatte jemand von uns zu Hause und einen Rechner sowieso. Fehlte nur noch die Kaffeemaschine – und schon konnte es losgehen. Damals in einer schönen, alten Villa mit viel Stuck an der Decke in der schönen Wartenau in Hamburg-Eilbek.

An was erinnerst du dich besonders gerne?
Ach, da gibt es viele schöne Erinnerungen. Das Meiste findet sich auch in unserer Historie (S.10). Neben all dem geschäftlichen Erfolg sind es eher die persönlichen Dinge, die im Gedächtnis bleiben. Zuerst zählt da natürlich dazu, dass ich meine Frau vor 18 Jahren bei mir in der Agentur kennengelernt habe. Ansonsten erinnere ich mich aber auch gerne an z. B. Weihnachten 2009, als die Mitarbeiter einen umgeschriebenen Text mit Klavierbegleitung zu der Melodie aus der Merci-Werbung im Chor sangen: „Merci, dass es euch gibt“. Oder Dezember 2016, wie ich morgens nicht schlecht staunte, als zu Hause bei unseren Nachbarn gegenüber ein Riesenplakat prankte, auf dem mir meine Mitarbeiter einfach mal „Danke“ sagen wollten. Da wusste auch gleich die ganze Straße Bescheid … Dann gab es natürlich auch zahlreiche tolle Events mit der Deutschen Post – vom Segeltörn bis zum Kartbahnrennen; ganze Filmteams, die unsere Toilette und unseren Strom brauchten und uns mit Bier und Autogrammkarten dafür zahlten; unvergessliche Kickerturniere in unseren Agenturräumen oder das Hochwasser 2007, bei dem wir nicht mal mehr in unser Büro kamen und vom Wasser eingeschlossen waren. Und, und, und …

Ok, werden wir geschäftlich. Was war denn der größte Erfolg in den vergangenen zwanzig Jahren. Was ist dir da im Gedächtnis geblieben?
Spontan fallen mir da zwei Dinge ein: im obersten Stock des Deutsche Bank Tower in Frankfurt zu präsentieren und mir zu sagen: „Hey, die wollen was von mir und nicht ich von denen.“ Und: Mit Stefan stand ich in jungen Jahren beim Tchibo-Vorstand, der uns einen großen internen Werbe-Etat anvertraut hatte. Und das mit den Worten „Die Jungs machen das schon.“ Das gibt’s heute, glaube ich, nicht mehr in der Form, dass Personen einfach mal etwas entscheiden (dürfen), weil sie einfach daran glauben und das gut finden.

Inwiefern?
Heute wird in großen Unternehmen vieles über den Einkauf geregelt. Teilweise hat man da mit Menschen zu tun, die wissen gar nicht genau, was man macht. Die wollen nur wissen, wie teuer das ist, um das mit anderen Agenturen und anderen Preisen zu vergleichen. Aus Überzeugung und aus Vertrauen heraus wird da dann leider kaum noch gehandelt. Da gibt es heutzutage Bewerbungsplattformen und Portale, wo Excellisten ausgefüllt werden sollen. Früher wurden Arbeiten präsentiert und zwei hanseatische Kaufleute haben sich in die Augen geschaut. Der Marketingverantwortliche hatte Entscheidungsbefugnis. Und wenn es zwischen Agentur und Kunde passte, hieß es: „Das machen wir jetzt so. Punkt.“ So etwas findet man heute nur noch in kleinen Unternehmen – leider.

Gab es einschneidende Erlebnisse?
Klar gab es die. Als sich Stefan Weiss 2015 entschied, das Unternehmen zu verlassen, um sich anderen Herausforderungen zu stellen, war das natürlich so ein Einschnitt, der auch für mich persönlich mit vielen Fragen verbunden war. Wenn jemand, mit dem man die Fahrt zusammen begonnen hat, das Boot verlässt, ist das ein Moment, in dem man auch selbst für die eigene Zukunft Überlegungen anstellt. Für mich war dann allerdings relativ schnell klar, dass die Agentur einfach die beste Synthese aus Leidenschaft und Broterwerb war, die ich mir vorstellen konnte und kann. Heute bin ich glücklich und auch ein wenig stolz, das Unternehmen und ein tolles Team als alleiniger Geschäftsführer weiterleiten zu dürfen.

Wie hat sich die Branche oder das Agenturgeschäft noch verändert über die letzten 20 Jahre?

Es war und ist natürlich eine wahnsinnig spannende Zeit. Die Veränderungen sind enorm. Ein banales Beispiel: Vom Schreibtisch konnte man sich während eines Telefongespräches damals nur so weit entfernen, wie es das Kabel am Hörer zuließ. Heute swipen wir uns am All-inclusive-Endgerät durchs Internet, bringen unsere komplette Plattensammlung darauf unter und schießen obendrein noch Fotos damit. Das Internet steckte seinerzeit noch in den Kinderschuhen. Mittlerweile reden wir vom automatisierten Targeting, von Personalisierung und haben Anforderungen, die wir damals noch gar nicht kannten. Außerdem haben mit Google, Facebook und Co. neue Player das Spielfeld betreten, die maßgeblichen Einfluss auf die Art und Weise haben, wie Werbung heute funktioniert. Dazu diese ganze Influencer-Welle – ich hoffe, zumindest das relativiert sich irgendwann mal wieder von selbst.
Ansonsten ist alles vielschichtiger, unverbindlicher und lockerer geworden. Verträge sind inzwischen eine Seltenheit. Große Unternehmen greifen zunehmend auf Einzelkämpfer zurück und scheuen nicht das damit verbundende Risiko. Statt im Konfi trifft man sich in der Cloud oder im Café um die Ecke. Und, und, und … Authentizität ist das Zauberwort. Aber auch wenn das klassische Agenturmodell ausgedient hat, so bleibt das wichtigste Instrument in dem Geschäft doch immer das Gleiche: Der gesunde Menschenverstand.

20 Jahre sind nun um. Was bedeutet das für dich persönlich?
Rückblicke haben ja immer so etwas Melancholisches. Das wäre für mich an dieser Stelle allerdings völlig fehl am Platz. Ich bin dankbar, dass ich damals den Sprung gewagt habe. Und ja, bei solchen Gelegenheiten wie einem Firmenjubiläum fühle ich es noch, dieses Kribbeln in der Brust und die Freude an einer Arbeit, die so viele unterschiedliche Facetten zu bieten hat. Entsprechend bunt und bereichernd erlebe ich dann auch die Rückschau der vergangenen Jahre. Es ist schließlich auch ein großer Teil meines Lebens, auf den ich da blicke. Was ich durch die Zeit zweifelsohne als besonders beglückend erfahren habe, das ist der hohe Anteil an

„Erfolg basiert meistens auf einer guten Mischung aus fundiertem Fachwissen und feinsinniger Intuition.“

zwischenmenschlichem Austausch, den die Arbeit als Geschäftsführer einer Agentur mit sich bringt. Das kann ich freilich nur so sagen, weil wir uns immer den nötigen Freiraum bewahrt haben. Wir verstehen uns nach wie vor als kleine, aber feine Kreativschmiede. Lösungen aus der Schublade gibt's anderswo. Wir sind keine AG oder ein schwerfälliger Tanker, der zur Deckung seines Overheads die Zahlen jagen muss und dessen Gesichter kommen und gehen wie die Gezeiten. Wollten wir auch nie werden. So blieb uns genügend Luft, um Kunden stets als Partner statt als bloßen Renditefaktor und Mitarbeiter als Teamkollegen statt als Humankapital zu verstehen. Für ein Fließband wären unsere Räume in der Speicherstadt ohnehin nicht geeignet.

Was empfiehlst du deinen Kunden?
Erfolg basiert meistens auf einer guten Mischung aus fundiertem Fachwissen und feinsinniger Intuition. Also: Kenne deine Zielgruppe und kenne dein Kommunikationsziel! Und: Höre auf deinen Bauch. Es ist ja erwiesen, dass Entscheidungen größtenteils aus dem Unbewussten heraus gefällt werden – und das in den ersten drei Sekunden beim Betrachten einer Werbung.

Gibt es ein Motto, das euch begleitet?
Unser zentrales Motto ist seit der Gründung stets dasselbe geblieben: „Werbung muss verkaufen." Punkt. Durch alle Hypes, Buzzwords und Marketingweisheiten hindurch ist das letztlich der Kern, auf den es ankommt und weshalb uns Firmen engagieren. Dieses Ziel ist unsere Richtschnur für die Arbeit mit unseren Kunden.
Daneben gibt es aber auch für die Art und Weise, wie wir intern mit den jeweiligen Aufgabenstellungen umgehen, so etwas wie einen Leitsatz. Nur wenn es Spaß macht, wird es auch gut. Die Freude bei der Arbeit entkrampft und ist so etwas wie der Garant für die notwendige Kreativität beim Schaffensprozess und die Qualität bei den Ergebnissen. Für mich als Chef bedeutet das eine Mitverantwortung für die Stimmung im Laden. Ja, das führt dann schon mal zu einem Rollenspagat vom Animateur bis zum Zirkusdompteur. Aber ich bin ja auch Familienvater von zwei Kindern. Das schult.

Christian, wenn du an deinen Job denkst, was macht dir am meisten Spaß?
Morgens von freundlich lächelnden Mitarbeitern meinen Kaffee serviert zu bekommen, das finde ich fantastisch. Kommt aber leider eher selten vor. Ansonsten treibt es mich jeden Tag von Neuem an, dass ich eben noch Brote verkaufe, im nächsten Moment Handy-Tarife, und nachmittags bin ich schon wieder gedanklich in Sachen Baumarkt oder Fashion unterwegs. Wenn das keine Abwechslung ist …
Oder wenn ich morgens bei Sonnenschein vom Parkplatz die Speicherstadt entlang in die Agentur gehe, es nach frisch geröstetem Kaffee duftet, irgendwo schon Film- oder Fototeams unterwegs sind, die Barkassen im Fleet mir mit einem lauten „Tuuuut" Guten Morgen sagen – das ist schon ziemlich einmalig. Vergisst man nur leider auch allzu oft im Alltag.

Was wärst du geworden, wenn nicht Werber?
Wenn ich das wüsste. Ich wollte schon als Kind kreativ arbeiten. Leider hat man mit 12 Jahren kaum Chancen, irgendwo in der Werbebranche unterzukommen. Deshalb habe ich erst als Eisverkäufer und Bürokaufmann gearbeitet. Danach dann Kommunikationsdesign studiert – bis ich endlich reif war, den Schritt in die Werbung und in die Selbstständigkeit zu gehen. Mal abgesehen von meiner Ausbildung war ich dann nie mehr irgendwo angestellt.

Hast du spezielle Ideen, die du gerne einmal umsetzen würdest?
Es gibt immer neue Ideen. Ständig. Ununterbrochen. Da werden bei mir Listen und Erinnerungen, Dokumente und Memos geschrieben, um Gedanken und Ideen festzuhalten. Ich könnte nie auf die Idee kommen, dass mir langweilig wird oder mir nichts mehr einfällt, was man tun könnte. Ja, klingt ganz toll – doch das kann auch manchmal ganz schön anstrengend sein …

Wo siehst du dich persönlich in 10 Jahren?
Irgendwo zwischen WEISS&KOHNEN und Amrum.

Interview: Philippe Patra
Fotos: Wolfgang Hildebrand
Dezember 2017