

Interview am 6.3.09 mit Frank Neuhaus, dem Inhaber der Ad!Think Werbeagentur anlässlich seines 10-jährigen Firmen-Jubiläums.

Journalist: Zu Ihrem Geschäftsmodell habe ich bereits auf Ihrer Homepage viele gute Informationen gefunden. Ich würde mich aber nun noch über ein paar Informationen und Zitate freuen. Also: Wie würden Sie einem absolut Fachfremden erklären, was Ihr Unternehmen macht?

Frank Neuhaus: Die Ad!Think Werbeagentur bietet für überwiegend B2B-Unternehmen eine ganzheitliche und nachhaltige Marketing-Beratung mit einer Kombination aus Guerilla-Marketing, Online-Marketing, Presse-Arbeit und Seminaren. Meine persönliche Tätigkeit liegt dabei in der Ideen-Findung, kreativen Konzepten, dem Projekt-Management, Mitarbeiter-Schulungen und redaktionellen Texten.

Journalist: Danach noch ein paar allgemeine Fragen zum Unternehmen, die ich ihrer Webpräsenz nicht entnehmen konnte. Zunächst die Frage zur Unternehmensgeschichte: Was hat Sie vor 10 Jahren dazu bewegt, die Firma zu gründen, und wie waren die Umstände der Gründung? Was waren die Meilensteine Ihrer Firmengeschichte?

Frank Neuhaus: Bis zum Frühjahr 1999 war ich zuletzt in einer Nürnberger Agentur als Kundenberater, Kontakter und Unternehmenssprecher tätig und hatte dann das Bedürfnis, meine Ideen für die Präsentation und Vermarktung einer Agentur, für die Auswahl der Mitarbeiter und der IT-Infrastruktur, usw. selber in die Hand zu nehmen und hatte das Glück, dass mir ein Beratungs-Kunde in die Selbständigkeit gefolgt ist. Zu meinem letzten Arbeitgeber (und zu den vorherigen) habe ich übrigens bis heute ein freundschaftliches Verhältnis.

Meine Meilensteine waren:

Software-Entwicklung:

Im Frühjahr 2001 habe ich gemeinsam mit einem Partner ein webbasiertes Projekt-Management-System entwickelt, welches ich im Sinne eines wirklich funktionierenden Wissens-Managements einsetze, um Kunden-Projekte damit zu verwalten und welches beispielsweise mein Kunde Faber-Castell mal für zwei Jahre eingesetzt hat, um zwischen seinen weltweiten Niederlassungen Marketing-Projekte auszutauschen. Mittlerweile gibt es auf dieser Basis auch ein Content-Management-System, ein Bilder-Album sowie einen Online-Shop und bei allen Modulen legen wir großen Wert auf eine Google-Optimierung, was sich beispielsweise so auswirkt, dass meine Website seit Herbst 2005 unter den Top 5 mit den Begriffen "Werbeagentur + Nürnberg" gezeigt wird.

Online-Marketing:

Im Herbst 2001, als noch kaum einer den Begriff "Blog" kannte, habe ich begonnen, wöchentliche und größtenteils Agentur-unabhängige News auf meiner Website zu veröffentlichen, was mich unter anderem heute dazu befähigt, einen Kunden aus langjähriger Erfahrung dahingehend zu beraten, ob Aktivitäten zum Stichwort "Web 2.0" für ihn wirklich sinnvoll sind und was er dabei beachten

muss. Das man diesen Service sogar komplett outsourcen kann zeigt, dass ich das Blog eines Kunden unter www.audiovideum.de fast ausschließlich selber schreibe.

Anzeigen-Vertrieb und Agentur-Kooperationen:

Im Herbst 2003 kam die Münchener Werbeagentur "heller & partner" auf mich zu und fragte mich, ob ich den Vertrieb von Print-Anzeigen für das BMW-Kundenmagazin "emotion" in Nürnberg übernehmen könnte, was ich dann insgesamt 4 Jahre lang gemacht habe und wo später noch die Städte Essen und Dortmund hinzukamen. Die Erfahrung aus meiner Vertriebs-Tätigkeit, die übrigens zu 100% Erfolgs-honoriert war, lasse ich heute in meine werblichen Projekte mit einfließen und diese Kooperation war auch der Beginn einer bis heute andauernden Unterstützung von anderen Agenturen bei der Betreuung derer Kunden in den Bereichen Recherche, Beratung, Projekt-Management, Mitarbeiter-Schulungen und redaktioneller Text.

Journalist: Wie viele Mitarbeiter beschäftigen Sie? Wie war die Mitarbeiterentwicklung in den letzten Jahren, bzw. wie ist sie für die nächsten Jahre zu erwarten?

Frank Neuhaus: Die Ad!Think Werbeagentur besteht nur aus mir und einem umfangreichen Netzwerk ausschließlich freier Mitarbeiter, die in ihrem jeweiligen Bereich sehr gut sind. Somit kann ich einem Kunden eine wirklich ganzheitliche Beratung anbieten und der Kunde zahlt nur die Menschen, die an der Lösung seiner Aufgabe beteiligt waren. Nachdem ich in meinem letzten Angestellten-Job schon teilweise mit freien Mitarbeitern gearbeitet habe, war meine Überzeugung, dass so etwas auch ausschließlich funktionieren kann, was sich in den letzten 10 Jahren bewährt hat und daher künftig auch nicht verändert wird.

Journalist: Wie ist Ihr Bezug zur Wirtschaftsregion in Nürnberg bzw. zur Metropolregion? Ist Ihr Unternehmen ausschließlich regional, oder auch national oder international ausgerichtet? Gibt es regionale Netzwerke, in denen Sie operieren?

Frank Neuhaus: Mein Schwerpunkt liegt seit Herbst 1996 in der Region, wobei ich beispielsweise auch mal Beratungs-Kunden in der Eifel hatte und für das BMW-Kundenmagazin "emotion" den Vertrieb von Print-Anzeigen neben Nürnberg, auch in Essen und Dortmund betreut habe. Bei Beratungs-Kunden bevorzuge ich zwar eine räumliche Nähe, aber meine Seminare, deren Programm ich gerade ausarbeite und die 2009 ein weiterer Schwerpunkt sein werden, werde ich bundesweit anbieten. Regionale Netzwerke nutze ich eher nicht, sondern schaffe mir meine eigenen Netzwerke und das beispielsweise über "Xing", wo ich seit April 2004 Mitglied bin und auch meine Kunden in der Erstellung ihres Profils sowie in der strategischen Nutzung berate. Darüber hinaus bin ich in folgenden Berufsverbänden Mitglied: In der "Gesellschaft für Arbeitsmethodik e.V." seit Anfang 1997, im "Marketing-Club Nürnberg e.V." seit Herbst 2000 und im "Marketingverein Metropolregion Nürnberg e.V." seit Anfang 2001.

Journalist: Was erwarten Sie für Ihr Geschäft in der nächsten Zeit? Sehen Sie auch für Ihr Unternehmen eine Krise am Horizont?

Frank Neuhaus: Eine Krise am Horizont? Meinten Sie nicht eher einen Lichtblick? ;-)

Nachdem mein Geschäftsjahr 2008 schon deutlich besser war, als 2007, gehe ich für 2009 von einer weiteren deutlichen Steigerung aus, da ich mir von meinem Seminar-Programm viel verspreche, auf das ich in Gesprächen in den letzten Wochen schon viel positives Feedback erhalten habe und ich werde die Unterstützung anderer Agenturen bei der Beratung derer Kunden voraussichtlich weiter ausbauen, was ich nun auch schon seit über 5 Jahren mache und was 2008 sogar mein umsatzstärkster Bereich war.

Journalist: Jetzt noch die Fragen zu ihrem Jubiläum: Haben Sie Ihr Jubiläum gefeiert? Wenn ja: Auch öffentlich, mit prominenten Gästen?

Frank Neuhaus: Ich habe es (noch) nicht gefeiert, werde es aber Mitte April im Rahmen meiner halbjährlichen Party für Kunden, Lieferanten, Kooperationspartner und Freunde nachholen. Das ist jedoch nicht öffentlich und es werden auch keine "prominenten" Gäste kommen, die man erwähnen könnte.

Journalist: Was fällt Ihnen sonst noch so zu Ihrem „Geburtstag“ ein? Ist Ihr Unternehmen schon „erwachsen“ geworden, oder sehen Sie sich noch immer als jugendlich-frisches Start-Up?

Frank Neuhaus: Durch meine 10-jährige Selbständigkeit und meine mittlerweile knapp 16-jährige Berufs-Erfahrung in der Werbe-Branche sowie durch meinen strategischen Ansatz sehe ich mich eher als etablierte (Marketing)-Agentur.

Journalist: Ich bedanke mich für die schönen Antworten und für die Zeit, die Sie sich für mich genommen haben.

Frank Neuhaus: Gerne und ich freue mich sehr, dass Sie etwas über mich schreiben werden. Ad (=Advertising) Think steht übrigens für Werbung Weiterdenken!

7.484 Zeichen inkl. Leerzeichen

Wir würden uns sehr freuen, wenn Sie diesen Text abdrucken und uns über die Veröffentlichung kurz informieren würden. Bei Fragen wenden Sie sich bitte an:

Ad!Think Werbeagentur e.K.
Herrn Frank Neuhaus
Stephanstraße 14
90478 Nürnberg

Telefon: 0911-2878-331
Fax: 0911-2878-336
eMail: frank.neuhaus@adthink.de
Website: www.adthink.de