

stein bei Himmer, Buchheim & Partner. Es wird nicht bloß für, sondern auch *mit* den Kunden gearbeitet. „Unsere Kunden wollen und genießen es auch, dass sie sich exzellent betreut und als Teil des kreativen Prozesses sehen“, führt Himmer aus, die in der Agentur die Beratungsagenten führt.

Die Agenturgröße von derzeit zwölf Mitarbeitern spiele dabei eine große Rolle. „Irgendwann geht durch zu viel Größe und Expansion die Kreativität verloren. Wir denken, es ist gut, eine gewisse Größe zu *behalten*“, ergänzt Buchheim. Auch nach innen sei die Agentur dadurch ein gut eingespieltes Team.

#### Neue Herausforderungen

Eine Besonderheit der Agentur ist die hohe Vielfalt ihrer Kunden. Das prägnanteste Beispiel ist dabei vermutlich Esterházy, bei dem es von der Land- und Forstwirtschaft bis zum Herbst Gold Festival in Eisenstadt um verschiedenste Bereiche geht.

„Das Schöne an unserem Beruf ist, dass wir einem Tag Spezialisten für eine Fluglinie wie die Austrian Airlines, für eine Tageszeitung wie den *Standard* oder für Telekommunikation, etwa mit A1, sind“, beschreibt Him-

mer die Vielseitigkeit der Agentur. Und Buchheim ergänzt: „Für mich war das die Faszination dieses Berufs – immer ein neues Aufgabenfeld zu haben.“

Bei der Frage nach potenziellen Wunschkunden haben beide Geschäftsführerinnen klare Vorstellungen im Kopf.

„Ich habe schon so ziemlich jede Branche gemacht – aber hatte noch nie eine Biermarke“, schmunzelt Buchheim, die bei Himmer, Buchheim & Partner für den Kreativbereich verantwortlich ist.

Himmer hat einen anderen Bereich im Visier: „Es gibt einen

”

*Die Kunden, die zu uns gekommen sind, die gehen auch nicht mehr so schnell.*

#### Eva Buchheim

Geschäftsführerin  
Himmer, Buchheim  
& Partner

“

Wirtschaftlichkeit her eine gute Ausgewogenheit“, so Himmer über die Philosophie des Unternehmens.

Überhaupt sei die jetzige Zeit, so beide Geschäftsführerinnen unisono, die schönste Zeit seit der Gründung; neben dem Umzug in neue Räumlichkeiten entwickle sich auch das Geschäft gut.

ten – ihr Geschäft wollten sie unabhängig halten und keine Fremdfinanzierung suchen.

„Es gab Quartale und Jahre, wo es Spitz auf Knopf stand, und dann wieder Zeiten, wo man aus dem Vollen schöpfen kann. Die Kunst ist, mit beiden Spitzen so umzugehen, dass immer die Balance gehalten wird“, so Himmer, und Buchheim ergänzt: „Wir haben ein paar Monate vor der Krise gegründet. Wenn man das durchgemacht hat – was soll noch passieren?“ Das persönliche Engagement der beiden Geschäftsführerinnen sowie die gute Beziehung zueinander prägt die Agentur. „Ich kann ganz persönlich sagen, dass wir mit unserer geschäftlichen Partnerschaft großes Glück haben“, führt Himmer aus und fasst zusammen: „Wir hatten harte und gute Zeiten, aber wir haben uns nie verkauft.“

#### Kreativität und Leidenschaft

Das Herzstück der Agentur, so Himmer, sei Kreativität und Leidenschaft. Was das Team angeht, zeichnet sich Himmer, Buchheim & Partner durch eine ausgewogene Mischung aus Jugend und Erfahrung aus. Dieses Angebot sei auch beim Kunden gefragt. „Kunden wollen auf der einen Seite absolute Stabilität – also den Etat jemandem anvertrauen, der schon länger auf dem Markt ist und eine gewisse Reputation hat, der auf der anderen Seite aber permanent mit neuen Ideen überrascht“, erklärt Himmer.

Am Ende stehe ein Qualitätsanspruch, der den des Kunden oft noch übertreffe. Buchheim fasst abschließend zusammen: „Es trifft sich alles perfekt zum 10-Jahres-Jubiläum – neue Räumlichkeiten und tolles Neugeschäft. In den nächsten Jahren sehen wir uns mit der wunderbaren Mannschaft, die jetzt da ist, gut aufgestellt – vielleicht noch mit einem Bier-Etat ...“



Sonja A. Himmer & Eva Buchheim arbeiten seit zehn Jahren zusammen.

”

*Die Krise hält einen auch extrem wach und beweglich. Es setzt eine ungeheure Energie frei, wenn Dinge aufgehen.*

#### Sonja A. Himmer

Geschäftsführerin  
Himmer, Buchheim  
& Partner

“

Bereich, in dem kein Stein auf dem anderen bleibt, und das ist die Finanzbranche. Da einen mutigen Kunden zu haben, der die Veränderung mitmachen will, das würde ich mir wünschen.“ Derzeit hat die Agentur 21 aktive Kunden, eine Expansion ist zwar denkbar, im Fokus steht aber die Qualität.

#### Gute Ausgewogenheit

„Die Betriebsgröße und der Anspruch, unsere Kunden selbst betreuen zu können, das verändert sich nicht. Starke Allianzen ja, aber die Größe hat sich bewährt und bietet auch von der

#### In der Krise geboren

Ins Auge springt das Gründungsjahr der Agentur: 2007, als sich die ersten Vorboten der Finanzkrise bereits bemerkbar machten, entschlossen sich die Geschäftsführerinnen zur Gründung der Agentur eine Zeit, die prägend war und ist.

„Das große Geschenk der Krise ist, dass du auch auf dem Boden bleibst, wenn einmal fette Jahre kommen“, erinnert sich Himmer an die mitunter auch schwierige Anfangszeit.

Die beiden Geschäftsführerinnen bewältigten mit ihrem Team auch härtere Zei-