

Mitarbeiter, ein wichtiges Gut

Nur wer in gute Mitarbeiter investiert, wird auch für Kunden zufriedenstellende Arbeit leisten können.

Teamarbeit

Gerd Babits hat die Agentur 1984 als C.S. gegründet und unter dem Namen Strobelgas-se 2 weitergeführt. Gemeinsam mit dem Retail-erfahrenen Mario Strasser leitet er nun die Unternehmens- und Kommunikationsberatung saintstephens.

WIEN. Bei der Wiener Agentur saintstephens hat man sich dem Credo verschrieben, gemeinsam mit dem Kunden intensiv an dessen Marke und der Positionierung zu arbeiten und dabei natürlich die Kreativität nicht zu kurz kommen zu lassen.

„

Die Generation Y braucht weichere Strukturen, ist aber innerhalb dieser verlässlich und bringt die Effizienz, die gefordert wird; da muss man mit der Zeit gehen und offen für Neues sein.

Gerd Babits
saintstephens

“

Wobei man hier ehrlich zugibt, dass dies, obgleich wichtig, nicht die oberste Priorität für eine Marke haben muss. Die Wichtigkeit von Kommunikation und Mitarbeiterführung spiegelt sich auch in der eigenen Agentur wider. Hier gibt es keine fixen Arbeitszeiten, aber auch keine Sparmaßnahmen auf Mitarbeiterkosten, so Mario Strasser und Gerd Babits im medianet-Gespräch.



© saintstephens

„Wir vertrauen unseren Mitarbeitern und stehen im ständigen Austausch mit ihnen. Wie und wann sie die erforderliche Leistung erbringen, bleibt ihnen selbst überlassen, solange die Deadlines und Termine eingehalten werden. Die Generation Y braucht weichere Strukturen, ist aber innerhalb dieser verlässlich und bringt die Effizienz, die gefordert wird – da muss man mit der Zeit gehen und offen für Neues sein. Eine Marke kann noch so gut aufgebaut und vermarktet werden – wenn die Mitarbeiter die Ideologie nicht zum Kunden tragen, ist alles, was man für die Marke macht, umsonst.“ „Nicht nur das why?, how? und what? von Unterneh-

mensberater Simon Sinek sind wichtig, sondern ganz besonders auch das who?“, ergänzt Gerd Babits. Eine der wichtigsten Fragen in diesem Zusammenhang laut Babits und Strasser: Wer präsentiert die Marke und wie wird sie präsentiert?

Modell: #StartUpYourBrand

„In der heutigen Zeit ist Mitarbeiterfluktuation Thema in jeder Firma. Mit jedem Mitarbeiter geht Wissen verloren bzw. wird es an neue Mitarbeiter kaum weitergegeben. Bis man an einem Punkt ankommt, wo im Unternehmen nurmehr wenigen klar ist, was man mit seiner Marke vermitteln möchte. Und da kommen wir ins Spiel.

Unser Markenberatungsmodell #StartUpYourBrand bringt in überraschend kurzer Zeit Ergebnisse, mit denen man im Unternehmen sehr gut arbeiten kann“, sagt Strasser stolz.

Sieht man sich den fixen Kundenstamm – neben unzähligen Projektkunden – an, gibt ihnen der Erfolg recht. Namhafte Kunden wie ARA, Bronchostop, Wien Mitte The Mall, Millennium City, Stadt Wien, Businessparks Burgenland oder Pfizer schenken saintstephens ihr Vertrauen. Auch für Eisenstadt durften die gebürtigen Burgenländer jüngst die neue Markenidee entwickeln, die vom Bürgermeister präsentiert wurde und sich seither in der Landeshauptstadt verbreitet.