

”

Werbeleute sind im tiefsten Inneren wie Kinder, und das, was gerade da ist und am meisten Lärm macht und am meisten blitzt, finden wir gerade am coolsten.

Dass es seinen Mitarbeiterinnen und Mitarbeitern gut geht, sei ihm persönlich sehr wichtig. „Deswegen machen wir ja auch so viel. Wir machen extrem viele Incentive-Geschichten mit unseren Leuten. Wir machen gemeinsame Ausflüge, Fortbildungen, und es stehen Fitnesscenter-Mitgliedschaften zur Verfügung.“ Die Gratis-Öffizial-Jahreskarte sei da fast schon obligatorisch. Mitarbeiter würden heutzutage durchaus Ansprüche stellen. „Das ist schon komisch, weil man ja als Unternehmer gewohnt ist, dass man selbst der ist, der Dinge vorgibt“, zeigt sich Bauer offen.

Weniger arbeiten, mehr Geld

Man müsse derzeit viel mehr auf die Menschen zugehen, als noch vor ein oder zwei Jahren. „Es ist halt momentan en vogue, dass man weniger arbeiten und mehr Geld verdienen möchte ... das geht allerdings so nicht auf“, lacht Bauer, „das muss man den Leuten ganz klarmachen, nach

Jürgen Bauer
Geschäftsführer
Omnes

“

dem Motto: Du kannst schon gut verdienen, du musst aber auch gute Leistungen abliefern.“

Das sei aktuell eine neue Situation, dies sei eine Umbruchphase, in der sich die Dinge neu ordneten.

Auf die Frage, was ihm mit seiner Agentur im abgelaufenen Geschäftsjahr so richtig gut gelungen sei, worauf er heute stolz sei, antwortet er: „Eine unserer größten Errungenschaften in den letzten zwei Jahren ist, dass wir so gut wie keine Kunden verloren haben – das ist eigentlich das Wesentliche für uns.“

Beste Betreuung

Das ist typisch Omnes. Wir haben den Kunden Nummer eins ja noch immer“, strahlt Bauer. „Uns geht es nicht um New Business die ganze Zeit. Sondern bei uns geht es eigentlich darum, die Kunden, die wir haben, bestmöglich zu betreuen.“

Und dementsprechend versuche man bei Omnes ausnahmslos alles, was möglich ist, für diese Kunden zu tun. Dies rentiere sich mehrfach, denn zufriedene Kunden seien die beste Werbung.

„Sie erzählen von uns, wir haben 90 Prozent der Kunden durch Mundpropaganda.“

Umso mehr freut er sich über Erfolge: „Wir haben sehr viele geile Projekte in den letzten zwölf Monaten gemacht. Ich bin vor Kurzem gefragt worden, welches Projekt unser coolstes und bestes war, jenes, auf das ich am

meisten stolz bin. Ich kann das gar nicht sagen. Jedes Projekt, das wir erfolgreich abgewickelt haben, macht mir in dem Moment gerade die meiste Freude. Dann kommt das nächste Projekt, und dann macht mir das die meiste Freude. Das ist so. Werbeleute sind im tiefsten Inneren wie Kinder, und das, was gerade da ist und am meisten Lärm macht und am meisten blitzt, finden wir gerade am coolsten.“

und das war völlig undenkbar, als ich begonnen habe im Jahr 2007. Das passiert uns jetzt gerade mit der KI, mit der Künstlichen Intelligenz. Alle sagen, das kommt – das ist schon lange da in Wirklichkeit. Wir sind da eh schon mitten drinnen. Für die Branche sehe ich es sogar eher als Chance, diese KI wird uns einfach in vielen Bereichen die Arbeit, die viel Zeit kostet, ein bisschen verkürzen.“



© Omnes

Überarbeitung der Serie mit modernerem Look & Feel von Omnes.

”

Es ist halt momentan en vogue, dass man weniger arbeiten und mehr Geld verdienen möchte. Das geht allerdings so nicht auf.

“

Auf die Frage, ob die Digitalisierung in diesem Tempo weitergehe, antwortet er deutlich: „Aber ja, das wird noch mehr. Ich kann mich erinnern, als ich begonnen habe, gab es auch schon Social Media, aber dafür wollten die Kunden damals kein Geld ausgeben. Wenn ich mir ansehe, wie viel Geld unsere Kunden heute für Social Media ausgeben oder für Digitalkampagnen, das ist exorbitant mehr als vorher

Der Vorteil von Omnes sei dieses Zusammenspiel der Möglichkeiten. Jürgen Bauer: „Dadurch, dass wir uns nie nur ausschließlich auf die Digitalkomponente spezialisiert haben, sondern dass wir immer darauf geschaut haben, dass wir sehr breit aufgestellt sind, sehen wir immer das Produkt oder die Dienstleistung als das Wichtigste und können darauf basierend anbieten.“