

# Ich bin dann mal weg

Bei der Arbeit alles geben und trotzdem fürsorgliche Eltern sein – das fällt besonders in der Agenturbranche schwer. Selten gelingt der Spagat. Doch die Beispiele MetaDesign, Sabath Media und Scholz & Volkmer zeigen, dass es möglich ist.

.....

Sinnlos? Alleinerziehender Vater mit zwei kleinen Kindern im Vorschulalter sucht Vollzeitjob in einer Agentur. Aussicht auf Erfolg dürfte eine solche Bewerbung kaum haben. Jörg Wadle hat 2008 dennoch geschafft, wovon Alleinerziehende kaum zu träumen wagen. Die kleine Designagentur Sabath Media im südpfälzischen Kandel bot dem Vater nicht nur eine Stelle, sondern auch noch eine Position als Teamleiter an. „Das ist schon etwas Besonderes in dieser Branche“, sagt der Asset Manager.

Dem stimmt auch Sebastian Vogt zu, Gründer der Beratungsagentur für Personaler „get and keep“.

Zwar gingen auch einige der großen Agenturen mit vereinzelt Work-Life-Balance-Projekten schon in die richtige Richtung, erzählt er. Aber gerade bei kleinen Agenturen mit unter 50 Mitarbeitern – würde oft aus Personalgründen anders als bei Sabath Media – noch nicht gehandelt. Dabei legen die Fachkräfte in der heutigen Zeit immer mehr Wert auf die richtige Balance in ihrem Leben. „In den 80ern herrschte noch die Kultur vor: Rödeln bis zum Umfallen. Die Personaler haben das durchgemacht und stehen jetzt Junioren gegenüber, die freitagabends lieber in den Biergarten wollen“, sagt Vogt. Weil aber die Jagd nach den besten Köpfen das „totale Überlebensthema“ werde, müssten die Agenturen umdenken. „High Potentials“ wandern oft genug in andere Wirtschaftsbereiche, wie Industrie oder IT-Branche, ab. Die bieten bessere Gehälter, Aufstiegsmöglichkeiten und vor allem bessere „Haltepakete“ mit flexiblen Arbeitszeiten und Trainings, so Vogt. Aber auch die Agenturwelt hat ihren Reiz: flache

Hierarchien, kreatives Arbeiten, spannende Aufträge. Der Vater Jörg Wadle wählte die Designagentur Sabath Media jedenfalls bewusst als Arbeitgeber. Zunächst kümmerten sich die Großeltern um seine Kleinen, wenn die Kindertagesstätte ihre Pforten am Abend schloss. Dennoch entschied sich der Vater nach einem Jahr gegen die Führungsposition in der Agentur: „Meine Kinder kamen eindeutig zu kurz.“ Der ständige Betreuungswechsel sei nicht gut gewesen. Gerade in jungem Alter bräuchten Kinder eine feste Bezugsperson. Sein Platz in der Agentur bleibt dennoch sicher. „Ich wusste, dass ich bei Bettina Sabath ein offenes Ohr habe“, so Wadle. Die Agenturinhaberin entwickelte mit dem Familienvater ein Konzept, mit dem er Beruf und Familie unter einen Hut bringen kann. Wadle arbeitet jetzt nur noch 30 Stunden in der Woche, die Tür zum Teamleiter steht ihm aber immer noch offen.

Der Familienvater profitiert dabei auch von dem Modellprojekt „Lebensphasenorientierte Perso-



Im Wohnwagen durch Europa: So was geht nur, wenn der Arbeitgeber mitmacht. Kai Lohberger nahm sich für seine Frau und drei Kinder vier Monate Auszeit. Der Business Development Director bei MetaDesign musste sich für das Sabbatical „nicht einmal groß querlegen“. Die Agentur zeigte ihm auf diese Weise ihre Wertschätzung für die vergangenen sechs Jahre. Ein Sabbatical bedeutet für Lohberger, das Familienleben „auf ein anderes Qualitätsniveau zu bringen“.

## „Die Werte der Mitarbeiter sind wichtig“

Bettina Sabath hat 1995 die Designagentur Sabath Media gegründet. Zur Freude der Belegschaft ist Personalpolitik ihr Lieblingsthema. Ihr Wissen gibt sie in der Beratungsagentur „Junifeuer“ seit 2011 an Personaler weiter.

Ihre Mitarbeiter sprechen von einer entspannten und herzlichen Atmosphäre bei der Arbeit. Eine gute Work-Life-Balance bedeutet ihnen als Agenturinhaberin viel. Wie kommt das?

Nur mit motiviertem Personal hat ein Unternehmen auf lange Sicht wirtschaftlichen Erfolg. Um einen Mitarbeiter wirklich zu motivieren, darf seine private Situation nicht vergessen werden. Das erfordert eine Vertrauensbasis zwischen Führungskraft und Mitarbeiter. Gerade in unserem Berufszweig wird eine gute Work-Life-Balance immer wichtiger. Der Nachwuchs möchte zwar Karriere machen – allerdings nicht mehr um jeden Preis. Um die jungen Potentials zu halten, müssen die Agen-

turen ihre Werte achten. Work-Life-Balance ist auch für mich wichtig, schließlich habe ich zwei Kinder.

Trotz der rastlosen Werbebranche ein ausgeglichenes Privatleben: Ist das möglich?

Die Personalpolitik droht immer im alltäglichen Geschäft unterzugehen. Man muss sich eben feste Zeiten dafür nehmen. Wir haben aber auch Unterstützung bekommen durch das Institut für Beschäftigung und Employability (IBE) der Fachhochschule Ludwigshafen. Das IBE führte mit uns 2009 bis 2011 das Modellprojekt „Strategie für die Zukunft – Lebensphasenorientierte Personalpolitik“ durch. Der einzelne Mitarbeiter soll in jeder Lebensphase optimal versorgt sein. Wir haben dann für jeden Mitarbeiter einen individuellen Entwicklungsplan erstellt und ein Weiterbildungskonzept für alle.

Was hat sich seitdem bei Sabath Media verändert?

Am Anfang waren die Mitarbeiter eher skeptisch, auch wegen des unaussprechlichen Namens des Modellprojekts. Als ich sie stark in das Projekt miteingebunden habe, kam die ganze Sache ins Rollen. Aus eigener Initiative riefen die Mitarbeiter zum Beispiel einen Yogakurs ins Leben. Das Projekt „Mitarbeiter schu-



Bettina Sabath, Gründerin von Sabath Media in Kandel

len Mitarbeiter“ hat sich bis heute fortgesetzt. Ich schaffe für solche Dinge den Rahmen, wie die Räumlichkeiten. Wichtiger sind aber die individuellen Lösungen wie flexible Arbeitszeiten.

Sehen Sie Ihre Agentur als Ausnahme, oder tut sich mittlerweile etwas in der Branche?

Ich kenne keine Agentur in unserem Bereich, die solche Projekte praktiziert oder lebt. Die meisten glänzen mit Design-Awards. Ich beschäftige mich lieber mit Menschen. Natürlich setze ich dabei gute Arbeit voraus. Aber die entsteht viel besser auf einer persönlichen Ebene – auch der Kunde fühlt sich dabei wohler. Die Geschäftsführung muss viel Arbeitszeit investieren und sich intensiv mit dem Thema Work-Life-Balance beschäftigen. Es erfordert auch viel Einfühlvermögen. Man muss Vertrauen schaffen, indem man Vertrauen gewährt.

INTERVIEW: JANINE GRAF



Oben: Baby Mayla trägt das T-Shirt „Nachwuchs und Volkmer“ von der Agentur seiner Mama. „Scholz und Volkmer“ erlebte in den letzten Jahren einen regelrechten Babyboom. Für die Eltern werden Teilzeitleösungen und Home Office angeboten.

Links: Die „Sportfreunde Volkmer“ machten ihrer Agentur Scholz und Volkmer schon bei so manchem Skyliners Company Cup Ehre

nalpolitik“, an dem Sabath Media teilgenommen hat. Seitdem spielen dort private Lebenssituationen wie Kinder, Pflege oder Weiterbildung eine große Rolle bei der Mitarbeiterentwicklung. „Das sind Schicksale, die man nicht einfach vor der Agenturtür zurücklassen kann“, sagt Bettina Sabath, deren Lieblingsthema Personalpolitik ist. Welche Unterstützung der Einzelne braucht, findet sie meist bei einem sehr offenen Mitarbeitergespräch heraus. Neben den individuellen Lösungen ist der Agenturalltag durch gewisse Freiheiten wie Yoga und Massage etwas entspannter. Eine individuelle Lösung hat auch Kai Lohberger gesucht und gefunden. Der Vater von drei Kindern arbeitet als Business Development Director bei der Werbeagentur MetaDesign. Für seine Familie nahm er sich eine Auszeit von vier Monaten – ein Sabbatical. Im Wohnwagen bereisten Lohberger und seine Familie viele europäische Länder bis nach Portugal und zurück. Während der ganzen Zeit stand er seiner Agentur nicht zur Verfügung: „Sie haben sich nur einmal nach mir erkundigt.“ So etwas ist nicht selbstverständlich und muss früh konkret geplant werden. Bereits ein Jahr zuvor hatte Lohberger seine Abteilungsleiterin angesprochen, die sich noch mit dem Vorstand abstimmen musste. „Die Agentur zeigte mir durch das Sabbatical ihre Wertschätzung, schließlich hatte ich schon über sieben Jahre für MetaDesign gearbeitet.“ In dieser Zeit habe die Arbeit einen sehr großen und die Familie einen eher kleineren Teil in seinem Leben ausgemacht – deshalb der

Wunsch nach einer Auszeit. Denn das „Füreinander Zeit nehmen“ sei im Alltag schwierig, „in der Agenturbranche vielleicht noch etwas schwieriger – man muss eben termingerecht liefern“. Die gelungene Balance zwischen Termindruck und Privatleben ist bei der Wiesbadener Kreativagentur Scholz & Volkmer schon lange und deutlich intensiver als bei vielen anderen Dienstleistern Thema. Die Junioren freuen sich über entspannende Teamaktivitäten wie Basketball, Tanzen und Grillpartys. „Bei den Senioren wird das Privatleben dann wieder wichtiger“, sagt Geschäftsführer Peter Post. Die Lösungen für ein ausgeglichenes Arbeits- und Privatleben sollten aber nicht von oben, sondern von den Mitarbeitern selbst kommen. Dafür sei es wichtig, eine Kultur der offenen Kommunikation zu fördern. „Wenn man nicht aufpasst, arbeitet man an den Leuten vorbei“, so Post. Er könne natürlich nicht jede Kritik in eine Maßnahme umsetzen, aber nach einem Gespräch sehe man eher, wo der Schuh drückt. Ein Mitarbeiter habe zum Beispiel vehement auf eine Gehaltserhöhung bestanden, bis herauskam, dass es nur um den Kita-Beitrag ging. Den hat Scholz & Volkmer dann ausnahmsweise übernommen. Tatsächlich: Scholz & Volkmer erlebt seit einigen Jahren einen regelrechten Kinderboom – ob es dabei einen Zusammenhang mit der Suche nach individuellen Lösungen für die Eltern gibt, sei dahingestellt. „Wir finden das großartig, da hat unsere Branche einiges aufzuholen“, kommentiert Post. Die jungen Mütter und Väter müssen bei

Scholz & Volkmer ihre Arbeitsplätze nicht räumen. Stattdessen werden sie mit Teilzeit- und Home-Office-Regelungen unterstützt. Wie auch Christine Römpf, Mutter der 14-monatigen Lotta, die nach ein paar Monaten Elternzeit wieder in Vollzeit arbeitet – zweimal die Woche von zuhause aus. Bei ihr trifft eher der Ausdruck „Life-Work-Balance“ statt „Work-Life-Balance“ zu: „Ich bin froh, dass ich in der Arbeit einen Ausgleich finde.“ Trotz allem sieht Post die Maßnahmen der Agentur erst am Anfang – wie die der gesamten Branche: „Es bessert sich schon. Doch wir sind noch lange nicht da, wo wir sein sollten.“ Viele Agenturen legten zudem mehr Wert auf Public Relations als auf echte Veränderungen: „Das eigentliche Thema der Work-Life-Balance ist aber nicht die Massage zwischendurch, sondern der Umgang mit dem Workload.“ Die Arbeitslast müsse bei flexiblen Arbeitszeiten fair verteilt werden und die Mitarbeiter müssten sich gegenseitig vertreten können. Mit den flexiblen Arbeitszeiten hat der alleinerziehende Familienvater Jörg Wadle bei Sabath Media seinen Goldweg gefunden. „Jetzt reiht sich alles optimal ineinander: Morgens bringe ich meine Kinder weg und hole sie nach Büroschluss rechtzeitig wieder ab.“ Dank der 30-Stunden-Woche und der Ganztagschule kann er heute gleichzeitig eine qualifizierte Arbeit leisten und trotzdem ein fürsorglicher Vater sein.

JANINE GRAF