

ARB EIT SWE LT

Die Arbeitswelt von Agenturen kann sehr unterschiedlich sein. In Vorabendserien sind sie ein Sammelbecken von Mate-Tee schlürfenden Hipstern. In Hollywood-Filmen die Bühne für egozentrisch-cholerische Despoten. Und in der Wirklichkeit sind sie oft (wie in einer Sekte) Ersatz für Heimat, Familie und Freunde. Die braucht man bei täglich 14 Arbeitsstunden eh nicht mehr.

Während die Klischees leben und gelebt werden, hat sich hinter den Kulissen ein Paradigmenwechsel vollzogen. In Zeiten der Digitalisierung laufen die alten Rollenspiele ins Leere. Die Agentur als eingeschworene Gemeinschaft hat sich überlebt. Für jeden Job gibt es einen Spezialisten. Den gilt es zu finden und in ein virtuell-reales Team zu integrieren. Nicht maximale Agenturauslastung lautet heute die Managementparole, sondern maximale Agenturleistung. Die neuen Techniken und Strukturen können dabei helfen.

„MAN MUSS SICH IMMER MAL FRAGEN, WAS MAN TUN WÜRDE, WENN MAN SEIN EIGENER NACHFOLGER WÄRE. DIESE GEISTIGE RESET-FUNKTION FÜHRT ZU INTERESSANTEN EINSICHTEN.“

Giovanni di Lorenzo, Chefredakteur „Die Zeit“

EDITORIAL

Liebe Leserinnen, liebe Leser,

alles auf Null setzen, Gedanken neu denken und nicht nur anders, von oben auf Gewohntes schauen, um eine Übersicht zu bekommen. Die Reset-Taste ist kompromisslos radikal: Alles Überflüssige und Überholte verschwindet – für immer. Kein Wunder, dass sie bei Firmenkernen so gefürchtet ist wie der Rote Knopf bei den Staatskernen. Danach gibt es kein Zurück.

Die Idee der Agentur ist so alt wie die der klassischen Werbung, rund 150 Jahre. Kreativität als Dienstleistung, erdacht in klosterähnlichen Hipster-Communities, die immer etwas zu laut, etwas zu schrill, etwas zu flach agieren. Aber immer einen guten Unterhaltungswert haben. Gedanklich und geschmacklich sind sie unangefochten auf der Höhe der Zeit. Unternehmerisch sind sie – nüchtern betrachtet – auf dem Stand von vor 150 Jahren.

Die letzte Wirtschaftskrise hätte ein Alarmzeichen sein können: Die alten Systeme funktionieren nicht mehr. Die starren Strukturen machen die Agentur als Modell lebensbedrohlich angreifbar. Die Digitalisierung hat derweil Lösungsmöglichkeiten aufgezeigt: Sie bietet u.a. flexible Strukturen, einen globalen Kompetenzpool, geringere Overheadkosten... Von den großen Agenturen werden solche Optionen schlichtweg missachtet, bei den kleineren entstehen (lockere) Netzwerke, die meist nicht mit unternehmerischem Leben gefüllt werden – und entsprechend wieder vom Markt verschwinden.

Nach einjähriger Diskussion hat ssp formfaktor ein neues Agenturmodell eingeführt. Rund zehn erfahrene Allrounder mit unterschiedlichen Spezialisierungen bilden in einem Partnermodell so etwas wie ein Kompetenzcluster. Alle sind Unternehmer, arbeiten also bewusst auch in anderen Kontexten, um von kreativen und technischen Neuerungen nicht abgekoppelt zu werden. Die Projektteams stellen sich nach den jeweiligen Kundenanforderungen zusammen – und lösen sich nach Projektende auch wieder auf. Die Agentur ist mit ihrer Infrastruktur die operative Basis, die u.a. für die Qualitätssicherung verantwortlich zeichnet.

Die Vorteile für den Kunden liegen auf der Hand: größere Flexibilität, kürzere Reaktionszeiten, einen Ansprechpartner, kaufmännische Verbindlichkeit mit einer Agentur als Vertragspartner, geringere Kosten. Auf Agenturseite entsteht eine neue Arbeitswelt, die nicht mehr nach Hierarchien, sondern nach Kompetenzen aufgebaut ist. Wir haben uns darum erlaubt, diese siebte Ausgabe von FAKTOR uns selbst zu widmen, dem Team und seinen Arbeiten. Dabei geht es uns nicht darum, zu zeigen, was wir machen, sondern wie wir unsere Themen angehen.

Ich freue mich auf Ihre Rückmeldungen und wünsche Ihnen eine anregende Lektüre.

Ihr Hans Scheurer



Prof. Dr. Hans Scheurer
Geschäftsführer, Beratung



HUNDE UND KINDER GEH'N IMMER ...

Es gibt die Berufsbezeichnung Agenturhund. Das ist der Vierbeiner, der nach Ansicht der Psychologen für ausgesprochen gutes Betriebsklima verantwortlich ist. Aber in Wirklichkeit liegt sein Wirkungsradius nicht im Inneren. Er strahlt als Botschafter nach außen. Seine Message: Hier geht's besonders locker zu, denn hier arbeiten Tier- (und Menschen-)Freunde. Und um dies zu untermauern, werden die Hunde mit konkreten Aufgabenbeschreibungen zu realen Mitarbeitern: „Haussicherheit“, „Teamanimateur“, „Konfliktlotse“. Damit sind sie in Wirklichkeit ein Statussymbol. Und wie das mit Statussymbolen so ist, sie kaschieren genau das Defizit, das sie als Stärke hervorheben sollen. Wir plädieren für einen ideologiefreien Umgang – nicht nur mit Vierbeinern.



Caspar Wüdrich
Design, Art Direction, App-Entwicklung, UX



Ricarda Frenzel
Design, Art Direction, Projektkoordination



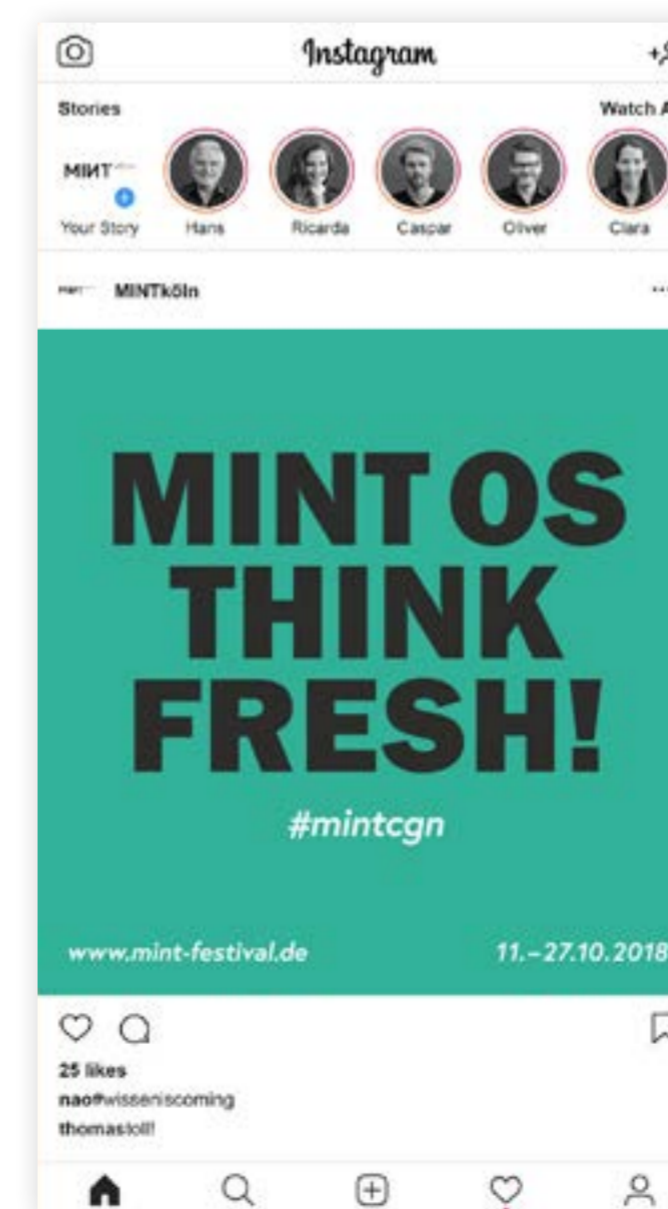
Fabian Jonek
Design, Assistenz



X + Y = ZZZ...

Mission: Impossible? Hört sich so an. Naturwissenschaft und Technik gehören zu den abgeschlagenen Verlierern auf der nach unten offenen Beliebtheitsskala deutscher Schüler. Gleichzeitig zeigen erfolgreiche Fernsehformate (von der „Sendung mit der Maus“ über „Galileo“ bis „Wissen macht Ah!“), dass dem nicht so sein muss. Hier scheint ein schwerer Fall von Vermittlungsdefizit vorzuliegen. Schulische Didaktik ist offensichtlich kein Erfolgsgarant. Die Stadtbibliothek Köln will es anders machen. Mit einem MINT-Festival (100 Veranstaltungen in 14 Tagen) geht es nicht ums Büffeln, sondern ums Tüfteln. Selbermachen statt Nachmachen. Ausprobieren statt auswendig lernen. Und die Zielgruppe wird mit einer Social-Media-Kampagne angesprochen, die ebenfalls nicht erklärt, sondern neugierig machen will.

CHEMIE CHEMIE YEAH // WENN DU DENKST, DEIN SMARTPHONE IST SCHLAUER ALS DU, BIST DU BEI UNS RICHTIG! // TÜFTELN STATT BÜFFELN // WENN DU MEINST, MAN MÜSSTE LABORFÜCHSE BEFREIEN, BIST DU BEI UNS RICHTIG! // WENN DU TROCKENEIS BEI LANGNESE KAUFEN WILLST, BIST DU BEI UNS RICHTIG! // KLEIN π MACHT AUCH MIST // ALLE HASSEN HAUSAUFGABEN // WENN DU PRINTEN FÜR KEKSE HÄLTST, BIST DU BEI UNS RICHTIG! // MACH'S MIT <STYLE> // WENN DU SCIENCE SLAM FÜR EINE SERIÖSE SCHLAMM SCHLACHT HÄLTST, BIST DU BEI UNS RICHTIG! // CHEMIKER FÜRCHTEN: KEINE REAKTION // WENN DU BEI ANDROID AN STAR-WARS DENKST, BIST DU BEI UNS RICHTIG! // AGGREGATZUSTAND: ÜBER FLÜSSIG // WENN DU DENKST, DASS ROBOTER DIE WELTHERRSCHAFT AN SICH REISSEN, BIST DU BEI UNS RICHTIG! // MEGAHERTZ: DIE GROSSE LIEBE // WENN DU MS-OFFICE FÜR EIN KREUZ FAHRTSCHIFF HÄLTST, BIST DU BEI UNS RICHTIG! // MOVE YOUR </BODY> // WENN DU BEI 3D AN GENICKSTARRE IM KINO DENKST, BIST DU BEI UNS RICHTIG! // WIR HABEN CHIPS UND COOKIES // WENN DU LINUX FÜR EINE FIGUR BEI DEN PEANUTS HÄLTST, BIST DU BEI UNS RICHTIG! // LEIT' MAL WEITER // WENN DU BEI SCRATCH AN DJ'S MIT PLATTENSPIELERN DENKST, BIST DU BEI UNS RICHTIG! // MATHE – DABEI SEIN IST ALLES // IMMER EINEN QUANTENSPRUNG VORAUSS // DRINGEND: UP-DATEN! // VAKUUM IM KOPF? // WISSEN IS COMING // WENN DU CODING FÜR EIN PROBLEM VON HUNDEBESITZERN HÄLTST, BIST DU BEI UNS RICHTIG!



DESIGN

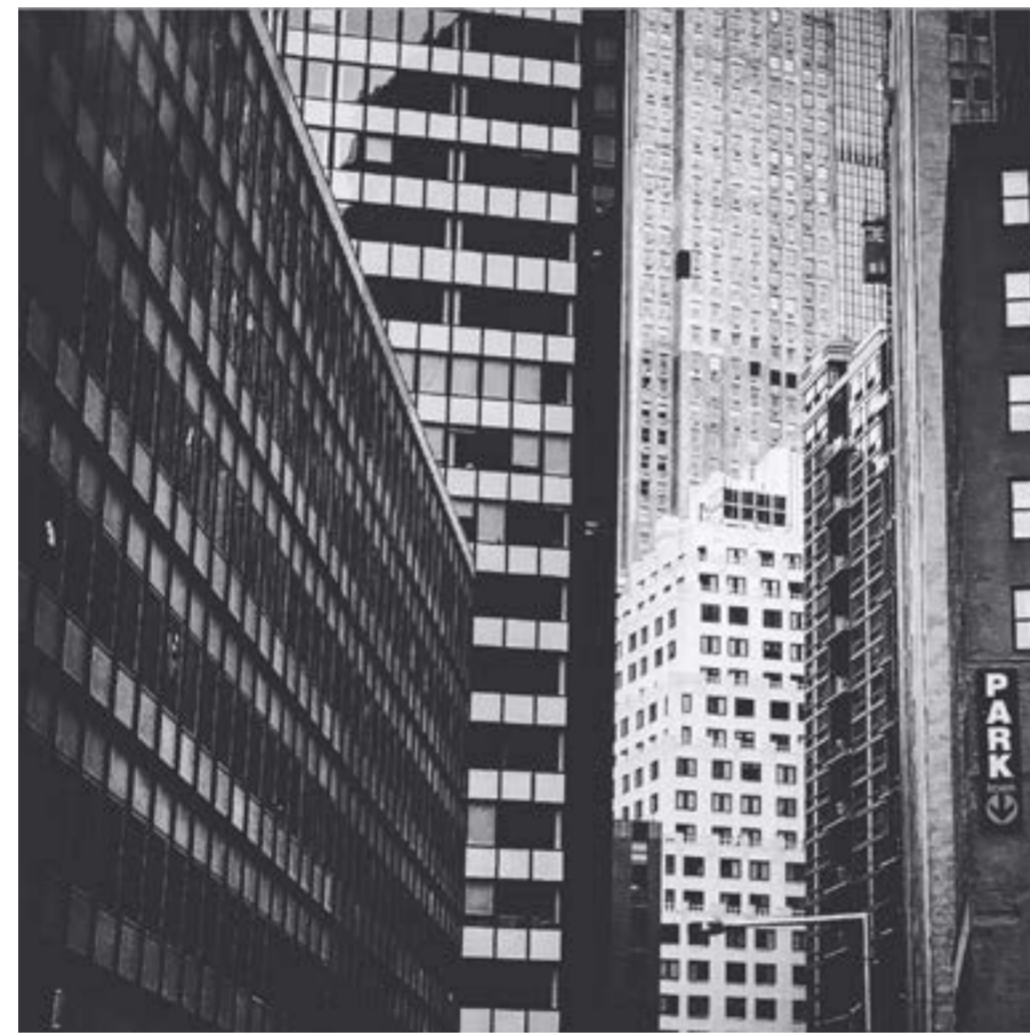
ALS KAMPF

Es gibt Designer, die benutzen ihre Ellenbogen. Das ist nicht regelkonform, aber sehr effizient. Andere wollen sich auch durchsetzen, bevorzugen aber ein klares Regelwerk. Wenn Isabel von Bentheim über ihren Sport, Kickboxen, redet, geht es, wie bei Designern üblich, auch um Schönheit. Die der Bewegungen, die eines fairen Kampfs, die der Variationsbreite von Angriff und Verteidigung. Beim Kickboxen ist, neben dem konventionellen Boxen, das Schlagen mit Händen und Füßen erlaubt. Dabei ist genauestens festgelegt, welche Trefferflächen beim Gegner zulässig sind. Es gibt unterschiedliche Varianten, ihn aus dem Gleichgewicht zu bringen. Handdrehschläge oder Lowkicks (Tritte auf den Oberschenkel) sind erlaubt. Eiserne Regel: Geht der Gegner zu Boden, darf nicht nachgetreten werden. Aus Fairness und weil es nicht schön aussieht.





```
<button onclick=  
"javascript:alert  
( 'You little rebel -  
I like you!' );  
window.open('http://  
www.ssp-formfaktor.de/  
rebel', '_blank', '' ) ;"  
Don't click this  
button</button>
```



WORKIN' 9 TO 5, OH WHAT A WAY TO MAKE A LIVIN'

Dolly Pardon

9 to 5 ist eine Möglichkeit der Büroarbeiten. Das alternative Modell: Bei 0 to 12 ist man immer auf Empfang – aber nie im Büro. Eine Methode, die Caspar Wüdrich gerade ausprobiert. Seine Entwürfe kommen derzeit aus Lissabon, Prag oder New York. Das Arbeitsmaterial passt in einen Rucksack. Der Arbeitsplatz wechselt: ein Café, die Bank im Park, die Wartehalle eines Flughafens, ein Schreibtisch in einer Co-Working-Station. Immer dabei: Die Kamera. Am Ende der Dienstreise bleiben tiefe Blicke.

Caspar Wüdrich
Design, Art Direction, App-Entwicklung, UX





LEISER WERDEN!

Lehrer kennen das Problem. Wenn es laut ist in der Klasse, hat man zwei Möglichkeiten: Erstens, man wird noch lauter und übertönt den Lärmpegel. Problem: Die Methode ist anstrengend – und im Ergebnis wird es nicht leiser. Zweitens, man reduziert das Stimmvolumen und liegt unterhalb des Lärmpegels. Der Lehrer holt sich so die Aufmerksamkeit zurück, die Schüler müssen reagieren. Nicht anders ist es bei der visuellen Reizüberflutung. Anstatt die Schraube des gestalterischen Overkills weiterzudrehen, kann man auf Reduzierung setzen. Optimierung durch Weglassen und Konzentration auf das Wesentliche.

Diese antizyklische Methode sichert nicht nur die Aufmerksamkeit, sie ist auch eine Rettung für Ästhetik und Verständlichkeit. Wer nicht schreien muss, kann sich ausdrücken. Die leisen Töne der Gestalter geben der visuellen Sprache ihre Kraft zurück. Man kann Akzente setzen und Nuancen betonen. So erfüllt man die Grundvoraussetzung, dass Design wieder funktionieren kann. Das Logo eines Unternehmenszusammenschlusses im Gesundheitswesen sichert Wiedererkennbarkeit, ist singular und will dem Unternehmensgegenstand gerecht werden. Ein Weg, dem optischen Hörsturz zu entgehen...



Eva Kräling
Design, Art Direction, Beratung

„VERFAHRENSPRACHE IST DEUTSCH.“

Agenturgeschäft mit Auftraggebern der öffentlichen Hand ist speziell: Es pendelt zwischen juristisch-verwaltungstechnischer Überkontrolle durch den Auftraggeber einerseits und einem regel- und gesetzfreien Raum andererseits. Da werden komplette Konzepte und möglichst auch deren Umsetzungsleistung als Angebotsanhang gefordert. Inzwischen bei vielen ausschreibenden Stellen ein Standard, der selbstredend nicht honoriert wird. Gleichzeitig entwerfen Juristen umfängliche Regelwerke, denen die Agenturen, deren Chefs und auch Mitarbeiter zu entsprechen haben. Diese Texte sind anstrengend, im Idealfall aber auch unterhaltsam.

KorruptionsG

Ein Eintrag im Sinne des §5 Absatz 1 Nummer 6 KorruptionsG richtet sich nach §§13 Absatz 3, 16 Absatz 4 Satz 2 und 3 Tariftreue- und Vergabegesetz Nordrhein West.

P3 x 530

Für die Ermittlung des Wertungspreises P wird wie folgt berechnet: $P1 + P2 + (P3 \times 530) = P$

???

Die nachfolgenden Preispositionen legen die vertragliche Vergütung abschließend und vollständig fest. Für Leistungen, die vertraglich geschuldet, hier aber nicht erwähnt sind, fällt keine gesonderte Vergütung an.

§13 ABSATZ 1 UND 2

Eine Verfehlung liegt vor, wenn durch eine natürliche Person im Rahmen einer unternehmerischen Betätigung Verstöße, die zu einem Ausschluss nach §13 Absatz 1 und 2 oder §16 Absatz 1 Tariftreue- und Vergabegesetz Nordrhein-Westfalen führen, von Bedeutung, insbesondere in Bezug auf die Art und Weise der Begehung oder den Umfang des materiellen Schadens, begangen worden sind.

A-### / Z-###

Es ist zu unterscheiden zwischen Ausschluss- und Zuschlagkriterien, wobei sie jeweils durch die nummerierte Bezeichnung in Klammern wie folgt kenntlich gemacht werden. (A-##) Ausschlusskriterium – Nichteinhaltung führt zum Ausschluss (Z-##) Zuschlagkriterium zur Bewertung der Angebote.

3 S1 NR.4 GWB

Auf die gesetzliche Rügeobliegenheit gemäß §160 Abs. 3 S1 Nr. 4 GWB wird hingewiesen.

L / P = Z

Aus der Gegenüberstellung der Gesamtleistungspunkte (L) und des Wertungspreises (P) ergibt sich die Kennzahl für die Wirtschaftlichkeit (Z).

TERROR

Darüber hinaus erkläre(n) ich/wir, dass keine Person, deren Verhalten unserem Unternehmen zuzurechnen ist, rechtskräftig verurteilt ist wegen §129a des Strafgesetzbuchs [Bildung terroristischer Vereinigungen] oder §129b des Strafgesetzbuchs [kriminelle und terroristische Vereinigungen im Ausland].

Clara Scheurer



New Business

EIN HOCH AUF DIE LIEBE EIN BIER ERZÄHLT EINE GESCHICHTE

Von Billy Wilder berichtet man, dass er seine besten Filmstorys vorab geträumt habe. Warum auf seinem Nachttisch immer ein Notizblock und ein Stift lagen. Eines Morgens wachte er auf und auf seinem Block stand „Boy meets Girl“. So fängt es immer an. Aber dann muss man sich entscheiden: Komödie oder Tragödie? Mitte des 16. Jahrhunderts schrieb Shakespeare die Liebesgeschichte, deren Handlungsmuster in allen möglichen Varianten bis zu Bernsteins Westside-Story reicht und bis heute immer weiter fortgeschrieben wird. Der Plot ist ungebrochen aktuell: Die Liebenden finden wegen ihrer verfeindeten Familien nicht zueinander. Heute braucht es keinen Familienstreit, es reichen ethnische, religiöse oder kulturelle Vorbehalte – und die Tragödie nimmt ihren Lauf. Wie bekannt endet die Story tragisch – mit dem Suizid der Akteure. Der Stoff, aus dem die Tränen sind...

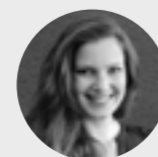
Wenige Jahrzehnte bevor Shakespeare „Romeo und Julia“ schrieb, ereignete sich genau diese Geschichte im Rheinland. Um das Jahr 1510 lebte in Deutz, das heute zu Köln gehört, ein Schneider, dessen Einkünfte kaum ausreichten, um seine Familie zu ernähren. Darum suchte er nach einer weiteren Einnahmequelle – und züchtete Kanarienvögel, die sich ob des schönen Gesangs gewinnbringend veräußern ließen. Allerdings: Das Federvieh sang auch, wenn die Nachbarn noch schliefen. Ein reicher Steuereinnahmer wurde so jeden Morgen aus dem Schlaf gerissen. Der Konflikt war vorprogrammiert. Während der eine seinen Schlaf nicht missen wollte, war der andere nicht bereit, auf seine Nebeneinnahmen zu verzichten. Der Streit eskalierte. Schließlich ging der übermüdete Steuereinnahmer zum Gegenangriff über: Er kaufte sich einen Ziegenbock. Den als „Düxer Bock“ bekannt gewordenen Vierbeiner fütterte er so schlecht, dass das Tier mit lautem Gemecker sein Futter einklagte und den Gesang der Vögel übertönte. Die lautstarke Posse machte den Konflikt und die Streithähne stadtbekannt.

Was die beiden Kontrahenten nicht wussten: Ihre Kinder hatten sich ineinander verliebt (Boy meets Girl). Allerdings konnten sie sich nur heimlich sehen und wurden schließlich getrennt, als sich der Schneider, als Unterlegener im Streit, außerhalb der Stadt eine neue Existenz aufbauen musste. Erst Jahre später, nach dem Tod der Väter, trafen sich die beiden in Deutz wieder. Jetzt kommt es zur entscheidenden Weichenstellung: Die Komödie kippt nicht in Richtung Tragödie. Vielmehr entfachte die alte Liebe neu und sie wurden, so die Story, für immer ein Paar. Seitdem erinnert der Düxer Bock, dem man in Rheinnähe ein Denkmal gesetzt hat, daran, dass Unmögliches sehr wohl möglich wird – wenn Liebe im Spiel ist.

Und was hat das alles mit Bier zu tun? Bier emanzipiert sich gerade. Das beschränkte Sorten-Angebot wächst derzeit kontinuierlich. Irgendwann wird es in guten Restaurants neben den Weinkarten auch Bierkarten geben – dann wählen wir die Biere zu den Menü-Gängen. Bier emanzipiert sich zum Kultprodukt. Und Bier wird, das ist ebenfalls neu, zum Storyteller. Geschichten von extravaganten Tüftlern und mutigem Entrepreneurship gibt es bereits. Ein Bier, das sich einer Liebesgeschichte widmet, ist neu. Der Neuzugang kommt aus Köln. Ein Bockbier, das nicht, wie sonst üblich, als Saison-Getränk hergestellt wird. Eines, das wohlschmeckend ist, was man nicht von allen Bockbieren behaupten kann. Und ein Bier, das die Liebesgeschichte um den Düxer Bock erzählt und im Claim seine Ambitionen offenlegt: Ein Hoch auf die Liebe.

Ricarda Frenzel

Design, Art Direction, Projektkoordination



NEIN!

Auch das ist gruselig. Oder nicht? Jeder von uns hat bestimmt reichlich Gründe dafür. Doch wer etwas entwirft, muss sich mit dessen Gegenteil auseinandersetzen. Und das ist gut so. Damit die Dinge anders bleiben als sie liegen.

WIR ALLE BRAUCHEN GRÖßERE AUTOS!

Die Städte sind groß. Die Straßen breit und weitläufig. Da ist Platz für noch mehr SUVs! Denn noch längst nicht alle fahren einen. Das soll sich ändern. Die Parklücken sind zwar eng und oft zu kurz. Die Fahrer sitzen immer höher, sind gepanzert und befinden sich in einer anderen Welt. Dieser neuen Welt sollten doch alle angehören. Die Demokratisierung der Straße – jedem sein eigener SUV! Das klingt nach Dada, doch es ist eine schöne neue Welt: Alle Parktaschen voll. Niemand kann mehr aussteigen. Lieferdienste bleiben stecken. Nichts geht mehr vor oder zurück. Ziel muss es sein, unsere Städte so zu verstopfen, dass sich nichts und niemand mehr bewegt. Alle haben die gleichen Probleme und fluchen über dasselbe. Alle sind gleich. Endlich.



Oliver Z. Weber
Text

THINK OUTSIDE THE BOX

Was, wenn Kommunikation gelänge? Über Worte, Zahlen, Symbole. Was, wenn das Gesagte, Präsentierte, Dargestellte ebenso ankäme wie es gemeint, exakt so rüberkäme wie es abgesendet würde? Eine Utopie. Klingt wie der Traum des sprechenden, lachenden Menschen. Könnte man meinen. Doch käme es eher einer Dystopie gleich. Es wäre elend, es wäre langweilig, nachgerade faschistisch. In Orwells 1984 sagt ein Funktionär des Großen Bruders, Ziel sei die Reduktion der Sprache auf möglichst ein Wort. Doppelgut plus reicht nicht mehr. Faszinierend wohl für den Totalitären. Gruselig für den Freigeist. Es gäbe Menschen wie uns nicht mehr, die über Projekte nachdenken, an Texten feilen, diese bebildern und kreativ darüber streiten, was man sagen und zeigen darf und was nicht. Keine babylonische Sprachverwirrung. Nix da Lost in Translation. Erneut: Gruselig.

INITIATIVE FÜR MEHR KINDERARBEIT!

Mehr Kinder bedeuten mehr Arbeit. Für die Eltern. Aber auch weniger Arbeit für alle. Die Kindheit verschwindet. Ein 12jähriger weiß heute so viel wie ein 20jähriger zu früheren Zeiten. Die Schule endet jedoch erst mit 17. Das ist spät. Typisch für die immer fauler werdenden Deutschen! Diese tote, vergeudete Zeit fehlt in der Wirtschaft und an Lebensarbeitszeit. Deutschland überaltert und wird immer mehr abgehängt. Nicht zuletzt von Ländern, die sich keinen kuscheligen Kinderluxus mehr leisten wollen. Denn wer arbeitet ist wertvoll. 70 Arbeitsjahre und mehr sollten daher kein Tabu mehr sein. Kinder haben mehr Energie und sind gleichzeitig formbar. Berufserfahrung muss also früher ansetzen. Es braucht daher Kinderarbeit für Deutschland. Für mehr Produktivität. Für uns. Denn sie sind unsere weltvollsten Güter.

FLAT EARTH FACTS

Tatsachen sind Unsinn. Nur ganz wenige sind es nicht. Die Tatsache beispielsweise, dass die Erde eine Scheibe ist. Sie ist zu verbreiten und weltweit als gesichertes, nicht hinterfragtes Wissen zu etablieren. Besser: Wieder zu etablieren. Zwar werden Menschen, die den Scheibencharakter unserer Welt weiterhin leugnen, nicht mehr mit Leib und Leben bedroht. Jeder soll auch weiterhin sagen können, was sie oder er will. Ja, man wird also weiterhin behaupten dürfen/müssen, die Erde sei eine Kugel. Auch wenn nichts darauf hinweist und alle Fakten dagegensprechen. Nur werden diese Menschen belächelt werden und damit leben müssen. Tatsachen müssen sich durchsetzen. Man muss nur die Augen öffnen und ihnen ins Angesicht blicken. Dann wird es allen wie Schuppen von denselben fallen: Die Erde ist eine Scheibe!