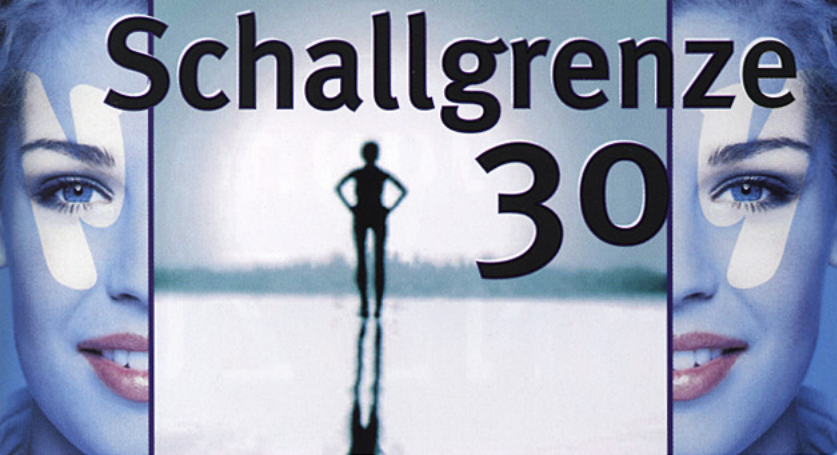


Schallgrenze 30



Seit Jahren arbeitet die Schmittgall Werbeagentur an der Grenze der selbstdefinierten Schallmauer. Das Ziel: Gleichbleibende Qualität.

.....● Er hat es geschafft. Mit 30 Mitarbeitern sitzt er auf einem der bewaldeten Hügel rund um Stuttgart, genießt den Ausblick und den Weitblick. Der gilt nicht nur für sein Agenturgebäude, sondern insbesondere für die Agentur-Positionierung: Bernd Schmittgall hat wohl eine der kreativsten Pharma-Agenturen Deutschlands. Mit 30 Mitarbeitern ist sie immerhin eine der größten oder gar die größte rein inhabergeführte deutsche Healthcare-Agentur. Schmittgalls Credo: „Trotzdem klein und kreativ bleiben.“

Ach, zwei Herzen schlagen da in seiner Brust

Gerade das fällt ihm seit Jahren zunehmend schwerer. Nicht in Punkto Kreativität, denn seit Jahren zählt die Schmittgall Werbeagentur GmbH zu den meist dekorierten Agenturen beim Pharma-Wettbewerb „Comprix“. Und in diesem Jahr waren die Schwaben wieder einmal auf dem Siegereppchen ganz oben – auf Platz 1. Schwer fällt dem Pharmawerber das klein bleiben. Ach, zwei Herzen schlagen da in seiner Brust: Das des Unternehmers, der seine Firma durch Höhen und Tiefen geschifft hat und weiß, dass es an der Zeit wäre, zu expandieren und die erreichte Positionierung, das Renommee und Image als Kreativagentur zu nutzen, um noch mehr Kunden zu betreuen. Kunden übrigens, die Schmittgall nicht akquiriert: Die kommen von alleine auf ihn zu. Und das in solcher Hülle und Fülle, dass er immer öfter ablehnen muss – und das fällt jedem Unternehmer sehr schwer.

Doch da ist das andere Herz, das Herz des Werbers, der sehr gut weiß, dass Kreativität und Wachstum fast zwei Antipoden sind, weil sich die Gauss'sche Verteilungskurve guter Mitarbeiter nicht per Diktum des Chefs verändern lässt. Doch der Schwabe hat ja nicht nur 30

Mitarbeiter, sondern wie er gerne von sich sagt, „30 der talentiertesten Werber.“ Natürlich blutet ihm trotzdem das Herz, wenn er wieder und wieder interessanten Kunden und Aufgaben absagen muss. „Denn draußen sieht man eine über Jahre, inzwischen Jahrzehnte gleichbleibende Agenturgröße, und das in einem Markt, der stark expansiv ist.“ Doch wenn er dann in Ruhe seine Showreel und Anzeigen der letzten Jahre Revue passieren lässt, kommt Stolz auf. Stolz auf seine Agentur und seine Mannschaft. Ein Team übrigens, das mit einem Fluktuationsfaktor von unter fünf Prozent pro Jahr höchst stabil ist, was für ein gutes Agenturklima spricht. „Und dafür, dass wir unsere Kunden mit hoher Kompetenz und Engagement betreuen. Denn wir muten ihnen nicht zu, alle eineinhalb oder zwei Jahre mit anderen Beratern oder Kreativen zusammenarbeiten zu müssen.“

„Wir haben jene übernommen, die von uns höchste Kreativität verlangen.“

So was spricht sich rum. Mit einem Kundenportfolio an Markt- und Meinungsführern und einem Neukundenstamm kann sich Schmittgall mehr als sehen lassen. Alleine im Jahr 2000 kamen Aufträge von Aventis (Lantus Optiset), Bayer (Saroten Tabs), Euro Telematik, Hoffmann-La Roche (Pegasys), LifeScan (One Touch Ultra) und Schering (Website) dazu, in diesem Jahr von Boehringer + Pfizer (Spiriva), Merz (Akatinol), Boehringer (Dulcolax Website) und Bayer (Almogran).

„Das sind nur 30 Prozent der Aufträge, die wir hätten übernehmen können“, meint - durchaus bedauernd - der agile Agenturchef. „Aber wir haben jene übernommen, die von uns höchste Kreativität verlangen, denn nur so kann ein spitzes Agenturprofil im Markt gebildet und gestärkt werden.“ ●

Agentur-Profil

Schmittgall Werbeagentur
Albstraße 14, 70597 Stuttgart
Fon 0711/ 60 44 60
Fax 0711/ 640 91 68
www.schmittgall.de
info@schmittgall.de

**Geschäftsführender
Gesellschafter:** Bernd Schmittgall
Gründungsjahr: 1978
Mitarbeiter: 30
Gross Income: 7,5 Mio. DM
Billings: 50 Mio. DM.

COMPRIX 2001 (TOP 5)

	Gold	Shortlist
Schmittgall (Stuttgart)	4	5
Publicis Vital (Frankfurt)	3	10
Heimat (Berlin)	3	1
Sudler & Hennessey 2 (Frankfurt)	2	6
Impiric (Frankfurt)	2	0



Bernd Schmittgall