

achtung!-Räume schwer geflutet

Auf eine Team-Building-Maßnahme tippten manche Mitarbeiter von **achtung!**, als sie am letzten Juni-Tag gegen neun Uhr das Büro im Hamburger Stadtteil Hoheluft betraten. Doch weit gefehlt: Handwerker hatten unfachmännisch das Hauptwasserrohr des Gebäudes beschädigt. Etwa die Hälfte der insgesamt 2.000 Quadratmeter Fläche wurde geflutet, und die Hälfte der 130 Mitarbeiter schippte mit allem, was dazu taugte, um Computer und Mobiliar zu retten: Tupper-Schüsseln, Eimer, Kehrschaufeln.

Ihr heroischer Einsatz wurde von der anrückenden Feuerwehr ausdrücklich gelobt. Der Schaden belief sich auf geschätzte 60.000 Euro.

Und Geschäftsführer **Mirko Kaminski** wäre nicht Mirko Kaminski, wenn er die „nette“ Story nicht noch der „Bild“-Zeitung verkauft hätte. Sie erschien am folgenden Tag. ■



Nasse Füße: Feuerwehr und Mitarbeiter geben ihr Bestes

ZEHN FRAGEN AN ...



Christa Duve-Roth

wurde 1952 in Hamburg geboren. Von 1985 an hat sie in inhabergeführten Agenturen die Kommunikation von der Pike auf gelernt. 1991 gründete sie zusammen mit ihrem Mann Uwe Roth die Standpunkt Kommunikation GmbH in Dortmund. Sie ist in der Geschäftsleitung der Agentur tätig – bis 2005 als CEO Kundenbetreuung, seitdem trägt sie die Verantwortung für die kaufmännische Geschäftsleitung. Duve-Roth fungiert seit November 2008 als Vorstandsvorsitzende der Allianz inhabergeführter Kommunikationsagenturen (AIKA).

1. Welche Qualitäten sollte eine Agenturchefin haben?

Unternehmerisches Denken, soziale Kompetenz und Herzblut.

2. Was ist Ihr größter beruflicher Erfolg?

Die qualitative und quantitative Performance unseres Unternehmens kontinuierlich seit 18 Jahren verbessert zu haben.

3. Worin sehen Sie derzeit Ihre größte berufliche Herausforderung?

AIKA als die bekannt zu machen, die sie ist: Eine nach Qualitätskriterien ausgerichtete bundesweite Agenturallianz erfolgreicher inhabergeführter Agenturen.

4. Welche Kommunikationsleistung hat Sie am meisten beeindruckt?

Die Kommunikationsmöglichkeiten der technologischen Errungenschaften Internet, Mobilfunk und E-Mail.

5. Welches (Trend-)Thema halten Sie dieser Tage für überbewertet?

Jede Art von Prognosen in Sachen Wirtschaftskrise.

6. Welches ist Ihr Lieblingsclaim/-slogan?

„Kreativität muss verkaufen“ von Standpunkt Kommunikation GmbH.

7. Für welche(s) (noch zu erfindende) Marke/Unternehmen/Produkt würden Sie gern einmal tätig werden?

Für das Projekt „Ruhr2010“, damit eine heimische statt einer Hamburger Agentur ans Ruder kommt.

8. Vor welcher Kollegin/welchem Kollegen haben Sie besonderen Respekt und warum?

Vor allen, die ihr Business ehrlich und korrekt abwickeln.

9. Über welche Komiker/Humoristen können Sie lachen?

Über Volker Pispers, ... bis neulich“ muss ich schmunzeln.

10. Bitte ergänzen Sie. „Wenn ich einen Wunsch frei hätte ...

... würde ich ein Sabbatjahr einlegen, um vor Ort Schwedisch zu lernen.