

„It takes twenty years to build a reputation and five minutes to ruin it.“

Ein Interview mit Roland Albrecht, dem Geschäftsführer von GoYa! Der Markenagentur. Die Fragen wurden von Dr. Anton Kühn gestellt.

1/ Wie kam es zu der Gründung von GoYa! in Heidelberg und Madrid? Und was unterscheidet die Markenagentur GoYa! von einer klassischen Werbeagentur?

R.A.: Ich habe vor GoYa! viele Jahre bei den Großen der Branche wie Serviceplan, LINTAS, EURO RSCG, Grey und BBDO im In- und Ausland gearbeitet. Und schon sehr früh war mir klar, dass ich irgendwann eine Agentur gründen will, die sich auf mein Lieblingsthema Marke und Kommunikation fokussiert und die eine andere Kultur hat. Als es 2005 nach der Krise wieder aufwärts ging, dachten wir, das ist jetzt der richtige Moment zum angreifen. Einen Monat nach der Agenturgründung wurden wir dann unerwarteterweise zum BMW Pitch eingeladen. Den konnten wir gewinnen und die folgenden auch. Für diese Erfolgsserie war - neben dem Quäntchen Glück, welches man immer braucht - unsere Positionierung als Markenagentur entscheidend. Bei uns ist der Ausgangspunkt immer die Marke in ihrer Gesamtheit und nicht die kreative Werbeidee. Für mich ist es vor allem dieses konzeptionelle Denken aus dem Ideenkreis der Marke, das uns von den Werbeagenturen differenziert und das neben unserer Erfahrung und Kompetenz der entscheidende Erfolgstreiber ist.

2/ Was sind die Unternehmensziele? Oder anders gefragt: Was wollen Sie mit GoYa! erreichen? Wo will GoYa! hin?

R.A.: Wir verstehen uns als eine der führenden unabhängigen Agenturen für Markenberatung und Markenkommunikation. Deshalb ist unser Ziel, dass Jahr für Jahr immer mehr Entscheider an GoYa! denken, wenn Sie jemanden für Ihre Markenherausforderungen und Kommunikationsaufgaben brauchen. Kurz gesagt, wir wollen Schritt für Schritt GoYa! zu einer ersten Markenadresse in Deutschland und Europa machen.

3/ Was können Unternehmen von GoYa! erwarten?

R.A.: Wir haben viel Erfahrung und sehr viel Kompetenz im Bereich Marken und Kommunikation. Der US-Investor Warren Buffet hat einmal gesagt: „It takes twenty years to build a reputation and five minutes to ruin it“. Ich finde, er hat Recht. Und weil das so ist, sollten Unternehmen nur echte Markenprofis an ihre Marken und ihre Kommunikation heranlassen. Ich denke, wir bei GoYa! wissen sehr genau, was wir tun. Und wie man Marken nachhaltig nach vorne bringt und die Marke in jeder Kommunikationsmaßnahme quasi lebendig macht, sei es nun via Flagship-Store, Anzeigenkampagne, Kundenmagazin, einem Salesfolder oder am Point of Sale.

4/ Arbeiten Sie eigentlich für B2C- oder B2B-Marken?

R.A.: Uns macht das konzeptionelle Denken in den Bereichen Strategie und Kreation sehr viel Spaß. Aus diesem Grund ist es für uns schlicht spannend, Lösungen für Marken und für Kommunikationsaufgaben zu entwickeln. Die Frage, ob lieber B2B oder B2C stellt sich deshalb nicht für uns.

5/ Mir ist bei GoYa! die sehr familiäre Atmosphäre aufgefallen. Wie kommt das?

R.A.: Das „Du“ oder das tägliche gemeinsame Mittagessen bei uns im Konfi oder auf der Neckarwiese ist Ausdruck unseres Bestrebens, Beruf und Privatleben enger zu verzahnen. Wir fühlen uns einfach in einer familiären, privaten Atmosphäre wohler und wie sich zeigt, wirkt sich das sehr positiv auf die Motivation, die Arbeitsatmosphäre und die Arbeitsergebnisse aus. Ich finde es einfach sehr angenehm und auch praktisch, mit Menschen zusammenzuarbeiten, mit denen ich mich gut verstehe und mit denen ich abends noch mal nebenan im Irish Pub Billiard oder bei mir im Club Tennis spielen kann.

6/ Ich würde Ihnen jetzt gerne noch ein paar Fragen mit eher persönlichem Charakter stellen. Was wären Sie geworden, wenn nicht Inhaber einer Markenagentur?

R.A.: Erst wollte ich Architekt, dann Journalist, dann Fußballer und Wissenschaftler werden. Journalist war ich, Fußballer und Wissenschaftler wäre ich fast geworden. Das Leben lässt sich eben nicht planen und ich finde es so auch viel spannender.

7/ Die Arbeit könnte so schön sein, wenn ...

R.A.: ... man nicht so viel arbeiten müsste. Im Ernst, ich bin mit meiner beruflichen Gesamtsituation sehr zufrieden, würde mich aber über ein wenig mehr Freizeit nicht beklagen.

8/ Es gibt in Ihrem Job nichts Schlimmeres als ...

R.A.: ... einen Pitch zu verlieren. Gott sei Dank ist mir das bei GoYa! bis dato nur zweimal passiert.

9/ Noch eine letzte Frage: Was machen Sie eigentlich, wenn Sie mal nicht arbeiten?

R.A.: Sport, Lesen, Schach, Kino, Reisen. Letzteres seit der Gründung von GoYa! aber viel zu selten.

Vielen Dank für das Gespräch!