

## Der ganzheitliche TEMP-Ansatz ist gesund fürs Unternehmen

### Zur Person:

Rebekka Thor, Geschäftsführerin  
und Inhaberin



### Zum Unternehmen:

thor marketing Gmbh  
thormarketing.de  
Branche: Marketing  
Mitarbeiter: 8 feste, 4 freie  
Mitarbeiter

Ich heiße Rebekka Thor und habe 2004 die Thor Marketing GmbH gegründet. Wir sind eine Werbeagentur, die sich auf das Marketing für Apotheken spezialisiert hat. Im Moment entwickeln bei uns acht feste und vier freie Mitarbeiter individuelle Werbemaßnahmen für einzigartige Apotheken. Denn jede Apotheke ist anders, die Kompetenzen und Charaktere im Team sind nie gleich und auch Sortiment, Standort und Kundenstruktur wirken sich darauf aus, welche Werbemaßnahmen in einer Apotheke funktionieren und welche nicht.

Bevor ich meine Agentur ins Leben rief, war ich selbst in einer Apotheke angestellt. Mein damaliger Chef nutzte die tempus Zeitplansysteme und schenkte mir auch so einen Kalender. Ich liebte dieses kleine Organisationstalent und besuchte deshalb bei tempus zunächst ein Zeitmanagementseminar, las die Bücher dazu und war so begeistert, dass ich nach meinem Schritt in die Selbstständigkeit 2006 die TEMP-Lizenzierung in Bad Waldsee machte. Während dieses dreitägigen Seminars lernte ich die TEMP-Methode kennen und schtzen. Vor allem, weil ich darin das Potenzial sah, mich persönlich weiterzuentwickeln, und weil der TEMP-Ansatz ganzheitlich ist.

**„Genauso wie es für den Menschen gesund ist, auf Körper, Geist und Seele zu achten, hatte ich das Gefühl, dass der Blick auf die vier Bereiche der TEMP-Methode gesund für mein Unternehmen ist.“**

Besonders hilfreich bei der Umsetzung des Gelernten war für mich dieser rote Methodenordner, den man damals im Seminar bekam. Der war mein Handwerkszeug, an dem ich mich entlanghangeln konnte. Kaum zu Hause angekommen, entwickelte ich ein Unternehmensleitbild und definierte klare Visionen. Im zweiten Schritt legte ich Zielvereinbarungen mit den Mitarbeiterinnen und Mitarbeitern im Rahmen von Quartalsgesprchen fest. Das Thema Kundenorientierung war schon immer mein Anliegen, deswegen hatte ich ja eine Agentur mit mageschneidertem Werbeangebot für meine Kunden. Ich wollte Klasse, statt Masse. Die Handlungsempfehlungen für den Bereich „E“ (Erwartungen der Kunden) in der TEMP-Methode stießen bei mir also sowieso auf offene Ohren.

**„Führung ist Beziehung – und das WIR mustergültig zu leben, erfordert Mut und Konsequenz.“**

M – Mitarbeiter werden zu Mitunternehmern. Das war der Bereich, in dem ich damals richtig viel dazulernte. Nicht der Chef thront über allem, sondern das WIR steht im Mittelpunkt. Ich bin ein Beziehungstyp und dieser Ansatz passte perfekt zu mir. Das WIR leben wir bis heute in der Agentur, auch wenn meine Leute darauf manchmal skeptisch reagieren. Wir räumen zum Beispiel gerade unsere Großraumbüros neu ein. Darum klebte ich neulich Zettel auf den Boden, mit den Namen, wer an welchem Platz sitzen könnte, und forderte alle auf, sich auf ihren Zettel zu setzen und in sich reinzuhorchen, ob sie sich wohlfühlen. Das fanden meine Mitarbeiter seltsam. Am Ende rückten und schoben wir eineinhalb Stunden, jeder hatte an seinem neuen Arbeitsplatz ein Lächeln im Gesicht und ich bin beruhigt ins Wochenende gegangen.



Nach der ersten TEMP-Lizensierung war ich erst einmal geschockt, was ich alles noch verbessern muss. Ich bin Perfektionistin und wollte in allen Bereichen am besten in einem Jahr alles richtig gut umsetzen. Es fiel mir wahnsinnig schwer, anzunehmen, dass das gar nicht zu schaffen war. Dabei half mir die zweite TEMP-Lizensierung, die ich 2024 machte, wirklich sehr. Dort bekam ich viel positives Feedback von den anderen Unternehmern und auch von Jürgen Kurz dafür, was ich schon alles geschafft habe. Das nahm bei mir viel Druck raus und bestärkte mich in meinem Tun. 2024 hatten wir 20-jähriges Firmenjubiläum, auch das war ein Anlass, noch mal ein Lizenzierungsseminar zu besuchen. Dafür holte ich meinen roten TEMP-Ordner wieder raus und las meinem Team meine Visionen und Werte von damals vor, die ich mir während des ersten Seminars notiert hatte. Die wichtigste Botschaft, die ich damals schon mit nach Hause nahm:

**„Statt ständig in der Firma zu arbeiten, muss ich mich lösen, um an der Firma zu arbeiten.“**

Die Teilnahme an den Unternehmertagen oder an Webinaren, die in der Lizenzierung enthalten sind, finde ich ganz wunderbar, um sich auszutauschen und weiterzuentwickeln.

**„Mein Anliegen: Kunden sollen verstehen, wie wichtig es ist, Leitbilder gemeinsam mit Mitarbeitenden zu entwickeln.“**

Weil ich von der TEMP-Methode so begeistert bin, möchte ich mein Wissen und meine Erfahrung auch weitergeben: Mit einem Beratungskonzept, in dem es um die Erwartung des Kunden geht – mein Steckenpferd „E“ –, begleite ich im Moment drei Apotheken, die sich ein zweites Standbein als Gesundheitsberater und Präventionsexperten vor Ort aufbauen wollen. Dafür kommt hauptsächlich der Erfahrungsschatz zum Einsatz, den ich in all den Jahren selbst gesammelt habe. Manchmal baue ich aber auch das TEMP-Rad in Präsentationen oder Calls ein, um den ganzheitlichen Aspekt bei der gesunden Weiterentwicklung eines Unternehmens erläutern zu können. Und dafür spielen eben alle TEMP-Bereiche eine Rolle.