

Wie Erfolg nicht zu verhindern ist



Zur Person:
Bettina Sabath

Zum Unternehmen:
Sabath Media GmbH (www.sabath-media.de)
in Kandel (Südpfalz)
Branche: Werbung
Mitarbeiter: 37

Lassen Sie mich mit dem Fazit beginnen: „Wenn du mit der TEMP-Methode® arbeitest, kannst du es nicht verhindern, Erfolg zu haben.“ Das ist meine Erfahrung nach vielen „Stresstests“ in meiner expandierenden Agentur mit inzwischen 37 Mitarbeitern.

Als ich vor über fünf Jahren erstmals mit dieser Methode in Berührung kam, begeisterte sie mich so sehr, dass ich sie meinen Führungskräften präsentierte. Anhand der Selbstbewertung auf den vier Arbeitsfeldern Teamchef – Erwartungen des Kunden – Mitarbeiter – Prozesse hatten wir im Nu eine klare Vorstellung davon, wo wir schnell besser werden konnten. Viele andere Methoden sind ausschweifend und auch etwas kompliziert. Die [TEMP-Methode®](#) kommt unglaublich flink auf den Punkt.

Dazu drei Beispiele. Wir erkannten, dass wir unsere Außendarstellung komplett erneuern mussten. Daraufhin haben wir den Slogan „Meine neue Flamme“ für die Designagentur entwickelt. Mit Bild und Slogan fahren nun in unserer Region insgesamt 17 Autos – und zwar nicht nur die Firmenfahrzeuge, sondern auch Privatautos von Mitarbeitern, die dafür von uns lediglich Tankgutscheine bekommen. Die Außenwirkung ist enorm!

Unser Prokurist hat bei der Firma tempus eine Fortbildung in [Büro-Kaizen®](#) absolviert und dann unsere Teams geschult. Es ist bei uns jetzt alles perfekt organisiert, und die vielen Fragen, wo man was findet, gehören der Vergangenheit an. Dazu dient auch das neue Handbuch, das Anfängern wie Altgedienten (fast) alle Fragen zu unseren Prozessen beantwortet. Außerdem schließen wir in diesen Tagen die ISO-Zertifizierung im Qualitätsmanagement ab. Die TEMP-Methode® hat bei uns ihre Wirksamkeit so überzeugend unter Beweis gestellt, dass ich sie inzwischen in meiner zweiten Firma – dem Beratungsunternehmen „Junifeuer“ – bei interessierten Unternehmern und Führungskräften multipliziere.

Ein Geheimnis der [TEMP-Methode®](#) sind die Strategietage des Führungsteams. Bei uns sind das zwei bis drei Tage im Frühjahr wie im Herbst. Die müssen übrigens nicht immer im teuren Hotel stattfinden. Unsere letzte Tagung war auf einer Berghütte mit Sammelschlafräum für die Männer. Das ungewohnte Ambiente hat uns bei der Strategieplanung auf ganz neue Ideen gebracht. Die werden wir auch brauchen, denn bis in drei Jahren wollen wir die größte Werbeagentur in Rheinland-Pfalz sein. Ein ehrgeiziges Ziel – mit der TEMP-Methode® als Grundlage ist es aber auch ein realistisches.

