

30 JAHRE GHOST. COMPANY

30 JAHRE VOLLES LEBEN



ghost.company

ghostcompany.com

Ein Rückblick aus der damaligen Zukunft

Was macht Mann, wenn er feststellen muss, dass Tangens, Cotangens und Hypotenusen nicht unbedingt fixe Bestandteile des Lebens werden sollten bzw. können? Wenn oft das Wort mehr zählt als das Bild? Wenn die Erkenntnis kommt, dass es zumindest so viele unendliche Anreihungen von Buchstaben gibt, die aber stärker sind als die unendlichen Folgen an Zahlen.

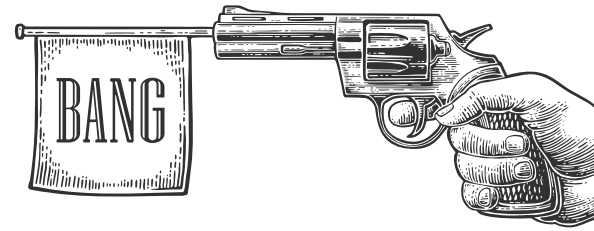
Manche bauten mit 10 Jahren laute Apparaturen technischer Art, ich schrieb meine erste Zeitung. Mit Durchschlagpapier auf Vaters Adler Schreibmaschine, die prinzipiell im 2-Finger-System malträtiiert wurde. Von ihm und von mir. Ich fand vor 2 Jahren noch so ein Zeitungsexemplar und stellte fest, dass es von „Täglich alles“ und von „Heute“ gar nicht weit entfernt war ... bis auf den Erscheinungsintervall.

HAK fertig, ab ins Berufsleben. Das Leben war unbeschwert schön (Corona, was machst du nur aus uns?). Ich war sozial gut verankert. In Perchtoldsdorf. Bei den Heurigen. In meiner Clique. In meinem unglaublich offenen und toleranten Elternhaus. Im Hard Rock.

Aber welcher Job?

Klassische Büroarbeit schien gänzlich ungeeignet. Die Ferienjobs am Bau und bei Aichelin in der Abteilung, die täglich jede Menge Kisten nagelte, waren viel spannender als der in der Buchhaltung. Die mich ja auch nicht wirklich wollte. Beim Überqueren der Lindengasse mit einer Schachtel mit Endlosausdrucken hat der Wind eben diese Ausdrücke über die Lindengasse geweht. 30 Meter lang. Ich faltete, auf der Straße stehend, Seite für Seite wieder in die Kiste. Mit Nebengeräuschen. So ca. 10 Autohupen und 30 mehr oder weniger schrille Stimmen mit zum Teil sehr kreativen Kraftausdrücken boten Unterhaltung. Das war's dann mit Buchhaltung & Co.





Branchenstart

**Citroën Österreich suchte einen Leiter der Promotionabteilung.
100 Bewerber. Ich wollte diesen Job unbedingt. Und bekam ihn mit 21 Jahren.**

Spannend, viel gelernt – und festgestellt, dass ich meine Zukunft in der Werbung sah, aber als Kreativer – nicht als Kunde. Der TV-Spot zur Einführung des Citroën BX war von mir, als Kameramann und Producer engagierte ich Peter Kasperak, später Kameramann und Producer von Elisabeth Spiras Alltagsgeschichten. Ich wechselte die Seiten nach 5 Jahren und ging zur Jirgal Werbegesellschaft. Als kreativer Kontakter oder besser kontaktender Kreativer. Ich tauschte Citroën-Modelle wie Visa (!), LNA (!), GSA und CX gegen Etats wie Cartier, Neckermann, Safaripark Gänserndorf, Touropa Austria, Ericsson Computer, Wiggins Teape, Caravelle Seereisen, Telenorma oder Daihatsu. Ich wechselte von der ersten Ehefrau zur zweiten. Natürlich war sie Kundin.

Der Start in ein völlig neues Leben begann. Gewerbeprüfungen absolviert (ja, akademisch geprüfter Werbekaufmann). Ich machte mich selbstständig. Als Texter, Konzeptionist, Stratege und Drehbuchautor.

„Der Ghostwriter“ als Marke war geboren, ich machte mich rar, versteckte mich hinter den großen Geisteraugen des Logos.

Aber nicht lange

In meiner Ex-Agentur wurde ich entsetzlich nachbesetzt. Logische Folge: 3 Ex-Kunden suchten und fanden mich.

Citroën „fand“ mich ebenso. Nach 4 Monaten war bereits Schluss mit der Geheimnistuerei, ich war kleine Agentur mit 14-Stunden-Tag. Meine Frau kündigte den aufreibenden Managerjob bei Estée Lauder, weil sie mehr Zeit für das und die kommenden Kinder wollte. Beate eröffnete mit einer Teilhaberin einen Bioladen in Perchtoldsdorf. Also das mit „mehr Zeit haben wollen“ ... Als Kind Nummer 2 kam, sprang die Teilhaberin aus Angst davor, dass sie eventuell mehr arbeiten müsste, ab.

Das schaffen wir doch locker alleine oder?

Wir entwickelten uns prächtig. Also die Kinder, der Bioladen und die Agentur, die zu Hause im Wohnzimmer untergebracht war. So manche Nacht genoss die Familie das eindringliche und unnachahmliche Geräusch des 24-Nadel-Druckers. Fujitsu, der erste in Farbe. Gefüttert vom 4 MB Arbeitsspeicher des extrem schnellen 286ers. Puristisch monochrom.

Kind Nummer 3 wollte in das Chaos. Unbedingt. Gut so, heute sind Nummer 2 und 3 fixe Bestandteile der Agentur, Nummer 1 hat immerhin sein Büro in unserer Agentur. 3 Monate nach der Geburt von Kind Nummer 3 meldete der Vermieter Eigenbedarf an, aus Wien 23 wurde Kaltenleutgeben. 5 Personen und die Agentur mit der mittlerweile notwendigen Assistentin auf 80 m². Es war eine Notlösung, es war ein schlimmes Jahr. Ab, weg mit dem Wohnmobil. Das war vergleichsweise größer. Aber das Jahr hatte auch was Gutes: Wir haben schnell ein Haus in Perchtoldsdorf gefunden. Geleast, umgebaut, ein Haus für Agentur und Wohnbereich. So viel Platz! Na ja. Die Agentur entwickelte sich rasant. Zuletzt 6 Personen auf 40 m².

Expansion

Wir gründeten zusätzlich die Congress & Management GmbH. Ärztekongresse, Fortbildungen, Wirtschaftstagungen. Grundsätzlich eine weise Entscheidung!

1997 – Drama und Weichenstellung

Der Bioladen wurde verkauft. Die samstäglichen Stunden als Reserveverkaufsleiter waren passé, auch das Holen der Backwaren um 7 Uhr früh gemeinsam mit Kind 1 (fuhr wegen der frischen, sagenhaft guten Leberkäsemmel des Fleischers Philipp Schleidt mit) entfiel.

Dafür mein persönliches Drama. Sturz beim Wasserskifahren am Comosee im Juli, Gehirnblutung. Mit allem Trara. Beate, ja, die ehemalige Kundin und Nicht-mehr-Bioladen-Besitzerin, war ja frei – und übernahm mein Lebenswerk.

Diese Zeit ist ein Buch wert. **Darum ist hier Schluss.**



Beate

Stieg natürlich ein. Und nicht wieder aus.

Das war gut so! Somit gab es 2 Alphatiere in einem Unternehmen. Aber: Da war unglaubliche Energie. Wir stiegen in die Pharmabranche ein. Nach dem Motto: Das können wir schon lange. Stimmt! Wir waren ganz schnell ganz vorne. Beate kaufte Advertise 24 – und wir waren mit einem Schlag Österreichs größte Online-Schaltagentur. Zumindest für 2 Jahre. Martin (er gründete Advertise 24), das war eine tolle Zeit! Ach ja, Übersiedlung der Agentur in die Lohnsteinstraße in Perchtoldsdorf.

Ein ganzes Haus. Nur für die Geister.

Das schnell zu klein wurde

Für die Online-Unit wurde ein zweites Büro im Ort gemietet. Apropos online: Wir brachten als erste Agentur das Online-Game nach Österreich. Das Moorhuhn war da gutes Beispiel. Procter & Gamble (das tolle Spiel für Charmin mit sagenhaft vielen Spielern!), Raiffeisen, Sanova, Es funktionierte einfach alles.

Herbergssuche

Heurigen mieten und kühn umbauen, Campus in Brunn – Pläne gab es viele, um die Agentur wieder zusammenzulegen.

Dann das Angebot: In Perchtoldsdorf gibt es einen Grund zu kaufen, da kann man ein tolles Agenturhaus hinstellen. Die Finanzierung? Kein Problem. Damals. Heute sähe das wohl ganz anders aus. Wir bauen! Die company hat ein eigenes Geisterhaus. Mit Dachterrasse und Bar. 4 Etagen. Mutig für damals 12 Personen!



Aufwind

Kaum eingezogen – 2001 – kam gleich der erste Crash.

Die Internetblase platzt. Gleichzeitig eine große Insolvenz einer unserer Kunden. Die ist auch ein eigenes Buch wert! Was tun? Wir haben die letzten Reserven in eine Offensive gesteckt. Getan, gewonnen. Wir haben uns gut etabliert. Legendär: die tollen Kundenfeste im Geisterhaus. Auf das Heute bezogen klingt das unwahr wie ein Märchen.

Beate und ich haben unsere Rollen gefunden, die Reviere abgesteckt – und immer, bevor es krachen hätte können, sind wir 2 bis 3 Tage weggefahren. Neutraler Boden oder neutrales Wasser, keine Geister.

International

Zugegeben, Österreich ist nicht groß. Und es fällt nicht leicht, international aufzufallen. Also haben wir reagiert.

Filiale in Bratislava. Die war kein Verlustgeschäft, kam aber nie richtig in die Gänge. Das war sicher auch ein Sprachproblem – und das für mich als Texter. Gleichzeitig wurden wir von MAGNET gescreent. Ein amerikanisches Netzwerk eigentümergeführter Agenturen. Tolle Agenturen, tolle Meetings, zumeist weit weg. Wir haben viel gelernt, viele Trends mitbekommen, das Selbstbewusstsein gestärkt. Aber Jobs gab es für Österreich keine.

Mit der Gründung von **ghost.company Germany in München** mussten wir aus Konkurrenzgründen aus dem Netzwerk heraus.

Erste Erfolge in München!

Siemens, Grundig, Münchner Verkehrsverbund ... dann gab es leider einen Geschäftsführerwechsel. Und wir haben komplett danebengegriffen. Den großen Verlust – dafür reichte ein Jahr – haben wir aus Österreich abgedeckt. Aber Deutschland gibt es noch immer, ist für uns aus strategischer Sicht äußerst wertvoll.

So wie die Gründung von **ghost.company Switzerland**. Das ist unser erster Franchisepartner. Die D/A/CH-Region steht!

Es folgte der Wiedereinstieg in **MAGNET**, ebenso in **The Network One**. Im Jahr 2020 Ausstieg aus MAGNET, da sich das Netzwerk zu sehr auf den amerikanischen Markt konzentriert.

Congress & Management

Nach einigen guten Jahren gab es auch hier ein Problem: Kongresse wurden verloren und damit Verluste „gewonnen“.

Streit der Gesellschafter, Streitereien im Team. Wir haben die Ges.m.b.H. den Mitgesellschaftern abgekauft und das Unternehmen als **convention.group** in die ghost.company integriert. Kein Stein blieb auf dem anderen, aber es war gut so. Kehrtwende, die Unit ist wieder profitabel – und heute stark am Markt.

Der Niedergang der Preise

In diesen spannenden 30 Jahren gab es – auch weltweit – immer die gleichen Themen. Eines davon ist wirklich heikel: die Preise.

Wir arbeiten heute wesentlich günstiger als zu Beginn, der Kostendruck ist enorm. Natürlich: Durch die Globalisierung entwickelten sich die Einkaufsabteilungen zum nicht immer fairen Feindbild. Österreichische Preise inklusive weltweiter Copyrights ... Jede Mechanikerstunde ist höher dotiert als der durchschnittliche Stundenlohn einer Agentur. Dabei verkaufen wir keine Stunden, sondern nachhaltige Leistungen, Kreativität, Gewinnbringer, Mehrwert ...

Weitere Themen sind: das Abschlagshonorar und die Agenturgröße. Mal wollten die Kunden extreme Spezialisten, mal Full-Full-Service. Ich habe oft gehört, die falsche Größe zu haben. Aber uns gibt es noch immer. Mit Full-Full-Service.

Das mit dem Abschlagshonorar ist noch immer nicht zur Zufriedenheit gelöst. Je mehr Agenturen zum Pitch eingeladen sind, desto geringer sind – zumindest mathematisch gesehen – die Chancen. Das endet dann immer in der Vernichtung von insgesamt vielen hundert Stunden, entlohnt mit einem Bruchteil des Aufwandes, wenn überhaupt. **Aber es gibt keine bessere Lösung – oder doch?**



Heute, 30 Jahre später

Ja, wir sind in Österreich ganz vorne gelandet. Allen Unkenrufen und Widrigkeiten zum Trotz. Darauf sind wir stolz.

Letztes Medianet-Xpert-Rating: **Nummer 1 in der Kundenzufriedenheit. Nummer 4 als Digitalagentur, Nummer 4 als Fullserviceagentur.** Als einzige Agentur waren wir in den letzten Jahren immer in den Top 5 in den beiden wesentlichen Bereichen. Das Experiment ist gelungen!

Ein Erfolg der Visionen, ein Erfolg des Bestrebens, immer Spitzenqualität abzuliefern. **Ein Erfolg all jener, die in der ghost.company und convention.group arbeite(te)n. Mittlerweile mit an Bord: unsere beiden Töchter. Super!**

Wie es weitergeht?

Ja, wir wollen die 30 Jahre feiern. Aber nicht online. Daher das Versprechen, diese Feier nachzuholen. Also so richtig, dafür sind wir ja bekannt. Und was unsere Zukunft angeht, da zitiere ich sehr gerne die Johnny Walker-Werbung: *Still going strong*. Wohin, das zeigt der Markt. Wir werden die Wege analysieren, einige wahrscheinlich neu anlegen, in jedem Fall höchst attraktiv dem Markt präsentieren und zum Begehen einladen.

So wie bisher – und dafür gibt es eine lange Liste guter Beispiele (kleiner Auszug!): Citroën Österreich, Wienerberger, BMW Austria, Hagebau, Hornbach, Durisol, Sanova, Pfizer, Novartis, Wyeth, Renault Trucks, Volvo Trucks, Boehringer Ingelheim, Sanofi, CSL Behring, Kraft Foods, Senna, Altadis/Gauloises, Vespa, Aristo, Nikon, Sempermed, Klinger Industries, Meda-Pharma, Mister Minit, Wirtschaftskammern, Wirtschaftsbund, ÖAAB, Angelini Pharma, Bayer Healthcare, Bayer Crop Science, Dagobert Invest, Gilead, B. Braun ...

Ehren

Wir durften schon viele Preise und Auszeichnungen in das Geisterhaus bringen. Großbritannien, Deutschland, Ungarn und Österreich, wo es natürlich die meisten gab. Goldene Hähne und Skalpelle, top Xpert-Platzierungen, Austriacus ... und viele weitere!

Morgen

Corona zeigt uns, dass der weite Blick ganz schnell getrübt sein kann, daher bewegen wir uns gerne und immer im Jetzt. Denn was macht eine Agentur, die an die Zukunft denkt, jetzt? Beweglichkeit, der Wille zu gewinnen, höchstmögliche Professionalität und speziell herausragende, einzigartige Kreationen sind das Erfolgsrezept für viele weitere Jubiläen.

Wir freuen uns auf jedes von ihnen, denn das beinhaltet eine Tugend, die wir ebenfalls sehr gut beherrschen: das Feiern. Am liebsten mit unseren Kunden.

Michael Mehler, Oberg Geist