


[< zurück](#)

Geschäftsidee

Sieg für die Helden

Eine Geschäftsidee, die wirtschaftlichen Erfolg verheißt, spannend, kurz und unterhaltsam zu präsentieren – das war die Vorgabe des Wettbewerbs „Die beste Geschäftsidee“. Jetzt steht der Hamburger Regionalsieger fest: Andreas Kirsche. Mit seiner „Agentur für Helden“ vermittelt er Unternehmen Referenten, die aus der Masse herausstechen.

Durch einen Artikel in der Frankfurter Allgemeinen Sonntagszeitung (FAS) und die Internetseiten der Handelskammer wurde Andreas Kirsche auf den Wettbewerb „Die beste Geschäftsidee“ aufmerksam. Gesucht wurde nicht nur eine wirtschaftlich tragfähige Idee, sondern ein Unternehmer, dem es auch gelingt, diese in einem Exposé zu vermitteln, das, knapp gefasst bei maximal 1000 Anschlägen, „Glaubwürdigkeit, Spannung und auch einen Schuss Humor“ enthielt. Der Wettbewerb soll Existenzgründer ermutigen, bei denen es – so die Erfahrung der IHKS – häufig weniger an der Vision an sich hapert, als daran, diese möglichen Kunden schmackhaft zu machen.

„Da habe ich nicht lange überlegt und mein Exposé eingereicht“, erklärt Kirsche, Gründer der „Agentur für Helden“. Mit Erfolg: Bei der bundesweiten Aktion, zu der die FAS, der DIHK und 71 Industrie- und Handelskammern Gründer und junge Unternehmer aufgerufen hatten, hat eine Experten-Jury unserer Handelskammer den Unternehmer zum Hamburger Regionalsieger gekürt.

Kirsche, Jahrgang 1961, studierte Kommunikationswissenschaft, Freie Kunst, Geschichte und Romanistik. Nach einer Beschäftigung als Art Director in Werbe- und Designagenturen ist er seit Anfang der Neunziger Jahre selbstständig. Der Gründung einer Event-Agentur folgte 1995 der Aufbau der „Agentur für Veränderung“, die vorwiegend für größere Unternehmen Strategien für das interne Marketing bei Veränderungsprozessen entwickelt. „Daraus ist im Laufe der Zeit die Idee meiner Agentur für Helden entstanden“, sagt Andreas Kirsche. Seit Sommer 2006 vermittelt das Unternehmen ungewöhnliche Referenten, insbesondere für Veranstaltungen, die bei Mitarbeitern neue Impulse auslösen und ihnen neue Perspektiven aufzeigen sollen.

Ein Beispiel: Mitte vergangenen Jahres bat Airbus die Agentur, eine Veranstaltung für seine Führungskräfte zu organisieren, mit dem Ziel, die Mitarbeiter auf potenzielle Schwierigkeiten innerhalb des Unternehmens vorzubereiten. „Auf diesen Wunsch hin konzipierten wir eine Veranstaltung unter dem Motto: Gegenwind nutzen!“, berichtet Andreas Kirsche. Er organisierte eine Regatta mit insgesamt 20 Segelyachten in Warnemünde. Das Ziel für die Teilnehmer: sich von Widrigkeiten und Turbulenzen nicht überraschen zu lassen, sondern zu lernen, diese frühzeitig zu erkennen, möglichen Gegenwind zu nutzen und rasch zu reagieren, um jederzeit auf dem idealen Kurs zu fahren. Teil der Veranstaltung war ein Vortrag von Meeno Schrader, Meteorologe und im Segelsport als einer der weltbesten Wittertaktiker bekannt, mit dessen Unterstützung es schon der Extremseglerin Ellen MacArthur gelang, einen spektakulären Weltumseglungsrekord aufzustellen. Auch die Engländerin MacArthur gehört inzwischen zum Referentenpool der Helden-Agentur. Im Anschluss an Schraders Vortrag hatten die Airbus-Mitarbeiter dann ausreichend Gelegenheit, die zuvor erworbenen Kenntnisse auf dem Revier der Ostsee anzuwenden.

„Eindrucksvolle Erfahrungen regen zur Nachahmung an“, hat Agenturgründer Kirsche festgestellt, „so entstehen neue Spielräume und Möglichkeiten, etwas zu bewirken, das die Zukunftsfähigkeit eines Unternehmens maßgeblich beeinflussen kann.“ Alle Referenten gehören zu einem interdisziplinären, international besetzten Pool, der laufend erweitert wird. Er umfasst neben Experten aus Hochschulen unter anderem auch Zukunftsforscher wie den amerikanischen Soziologen Richard Florida oder Eckard Minx, Unternehmer wie den Musikmanager Tim Renner, den Fitness-Innovator Werner Kieser und den PR-Fachmann Bernhard Fischer-Appelt, aber auch Bestseller-Autoren und weitere Profis aus dem Sportbereich wie Walter Vogel, den Alpin-Chef des Deutschen Ski-Verbandes. Als Ergänzung zu den Vorträgen bietet Andreas Kirsche stets auch weiterführende Konzepte an, die die Agentur gemeinsam mit den Kunden entwickelt. Was alle Punkte miteinander verbindet, ist das persönliche Motto von Andreas Kirsche, das maßgeschneidert auf die Ausschreibung des Ideen-Wettbewerbs war: „Keep it simple, straight and surprising“ – „Mach' es einfach, direkt und überraschend“.

Jürgen Mehnert
juergen.mehnert@hk24.de
Telefon 36 13 8 388

Dokumentation

Das Siegexposé:

„Die Agentur für Helden ist eine neuartige Redneragentur. Sie vermittelt für Veranstaltungen in Unternehmen ganz besondere Referenten: Innovatoren, Querdenker, Vernetzer, Kommunikatoren. Menschen, die alle eines gemeinsam haben: Sie stehen für neue Perspektiven. Für mutige Lösungen. Und für innovative Konzepte. Also genau das, was Unternehmen heutzutage dringend brauchen. Der Begriff „Held“ ist so auffällig, wie nahe liegend. Denn: Helden sind mutig. Helden gehen Probleme an. Helden überwinden Schwierigkeiten. Helden konzentrieren sich auf ihre Stärken. Der Gründer, Andreas Kirsche, ist ein gefragter Kreativer. Seit mehr als 10 Jahren engagieren ihn große Unternehmen, die Veränderungen und Zukunftsstrategien an ihre Mitarbeiter kommunizieren wollen. Aus dieser Arbeit ergab sich die Geschäftsidee der „Referenten zum Weiterdenken“. Mit großer Resonanz bisher. Airbus, Coca-Cola, Continental und TUI sind nur einige der Kunden, die bereits erfolgreich Helden eingesetzt haben. Unter www.agentur-fuer-helden.de gibt es reichlich Anregung für alle, die sich ebenfalls frische Ideen ins Unternehmen holen wollen.“

hamburger wirtschaft, Ausgabe Januar 2007