

Mehr Profil für Hannovers Werbелandschaft

Agentur Leipziger & Partner eröffnet Niederlassung im Medienzentrum / Branche sucht Mitarbeiter

VON FRIEDERIKE HARTMANN

Die PR-Agentur Leipziger & Partner eröffnet zum 1. März eine Niederlassung in Hannover. Vom Medienzentrum in der Stiftstraße sollen sechs Mitarbeiter Kunden aus Niedersachsen, Bremen oder Hamburg betreuen. Das Agenturnetzwerk, bislang in Frankfurt am Main, Berlin und Zürich vertreten, ist nach Angaben von André Chahoud, dem Leiter der Berliner Niederlassung, die erste internationale Agentur, die sich in Hannover ansiedelt.

In der Regel zieht es Agenturen eher nach Hamburg, Berlin oder Düsseldorf. Die 1970 gegründete Agentur mit 60 Mitarbeitern schwimmt insofern gegen den Strom: „Wir haben uns bewusst für Niedersachsen und Hannover entschieden“, sagt Chahoud. Die Region habe Potenzial, es gebe etwa viele mittelständische Unternehmen, die in ihren Bereichen Weltmarktführer seien. Die Agentur betreut neben internationalen Marken nach Chahouds Angaben vor allem größere



Kreativ: Thomas Philipp Reiter mit Cathrin Casselt und Helga Tiedtke.

Steiner

Mittelständler mit etwa 500 bis 1000 Mitarbeitern. Leiter der hannoverschen Niederlassung ist Thomas Philipp Reiter, zuvor Sprecher des niedersächsischen Ministeriums für Wissenschaft und Kultur.

● **Viel Arbeit in der Branche:** Die Wirtschaft hat nach Jahren der Flaute wieder angezogen, das merken auch die hannoverschen Werbe- und PR-Agenturen.

Viele von ihnen haben gut zu tun – und suchen sogar wieder zusätzliche Mitarbeiter. 2006 sei das bislang erfolgreichste Geschäftsjahr gewesen, sagt etwa Johannes Huwe, Geschäftsführer von Cybay New Media. „Die Budgets der Unternehmen für Werbung waren lange eingefroren, jetzt werden sie wieder freigegeben.“ Im vergangenen Jahr habe die Auftrags-

lage spürbar angezogen, meint auch Raik Packeiser, Geschäftsführer der PR-Agentur insignis. Viele Unternehmen hätten sich restrukturiert und wollten nun wieder „positive Dinge kommunizieren“. Konstant gewachsen sei trotz Krise der Online-Bereich, sagt Constantin Weimar, Geschäftsführer des WM-Team. Seine elf Angestellten sind ausgelastet: „Ich sage jede Woche ein, zwei Aufträge ab.“ Auch seine Kollegen Huwe, Matthias Schmidt-Rex von der Agentur Xenario oder Andreas Stein von steindesign suchen Mitarbeiter. Das ist unter anderem deshalb schwer, weil es den ambitionierten Nachwuchs oft nach Hamburg oder Düsseldorf zieht. Daher haben einige Agenturen in Hannover vor einem Jahr das Netzwerk „Werbehansel“ gegründet, das, so Schmidt-Rex, „der hannoverschen Werbелandschaft mehr Profil geben soll, gegenüber Kunden wie gegenüber Bewerbern“. Geplant sei etwa eine Kooperation mit der Fachhochschule, um die Absolventen „sehr früh für den Standort Hannover zu begeistern“.