

persönlich

DIE ZEITSCHRIFT FÜR WERBUNG, MARKETING UND MEDIEN. IN ASSOCIATION WITH *Advertising Age* März 1998.

JUNG & MATZ

AG.

Inernes Arbeitsgespräch, das für jeden Etat stattfindet. Ein AG beinhaltet Abstimmungen, Informationen, Briefings o. ä. und bringt alle Beteiligten auf den neusten Stand. Teilnehmer sind alle, die unmittelbar mit dem jeweiligen Job zu tun haben (bitte immer nur so viele Teilnehmer wie nötig und immer pünktlicher Beginn).

Amme.

Es gibt vier Ammen: eine für den Kontaktbereich, eine für die Services, eine für den Art- und eine für den Textbereich. Die Ammen stehen allen Neuen in der Startphase als Ansprechpartner zur Verfügung. Es sind alle JvM-Hasen, die den einen oder anderen Tip für das schnelle Zurechtfinden in unserer Agentur geben können. (Wer sie sind, erfährt Ihr in der Personalabteilung.)

Andrucke.

Andrucke (und Fortdrucke) von Anzeigen, Follern, Mailings etc. auf Originalträgermaterial zur Abstimmung mit dem Art Director; Terminabsprache macht die Produktion. Gelagert werden die Andrucke im Produktionsarchiv. Wichtig: Immer dafür sorgen, daß genügend Andrucke vorrätig sind.

Anrufbeantworter.

Mittags und abends bitte immer einschalten. Auch wenn man mal länger von seinem Platz weg ist, sollte das Band laufen. Wer länger als einen halben Tag außer Haus ist, muß sein Telefon auf den Empfang umstellen. Der Standardtext lautet: „Hallo, hier ist (Vorname/ Nachname). Ich bin zur Zeit nicht am Platz. Bitte hinterlassen Sie eine Nachricht, ich rufe Sie zurück.“

Anzeigen-Logo.

In jeder Anzeige sollte das JvM-Logo am Rand eingebaut werden – aber immer eine Generalgenehmigung vom Kunden einholen!

Arbeitsphilosophie/Agenturphilosophie.

Genaueres darüber findet man im goldenen JvM-Büchlein. Darin steht das Ziel der Agentur – und was es mit dem Trojanischen Pferd auf sich hat etc. (→ Leitbild)

Arbeitszeit.

Wir arbeiten von 9.00 bis 18.00 Uhr – und länger, wenn nötig. Pünktlichkeit ist oberstes Gebot. Dann wenn man später kommt, erreichen einen die Kunden nicht, und es reißt der Schlenker ein. (Siehe Pünktlichkeit.)

Atelierrunde.

Findet alle zwei Monate mit allen Grafikern und ADs statt. Es geht insbesondere um die Zusammenarbeit mit den anderen Bereichen in der Agentur. Jeweils am letzten Dienstag im Monat.

Ateliersheriff.

Trägt den Stern, um für allgemeine Ordnung und Sauberkeit im Atelier zu sorgen. Er hat ein waches Auge für alles, was im Atelier fehlt, zu viel verbraucht wird oder bestellt werden muß. Das Amt des Ateliersheriffs wird ein Jahr lang ausgeübt! Wer es ist, weiß das Personalbüro.

Außenminister.

Der Außenminister schafft Instrumente, stellt sie vor, optimiert sie (vom Short & Snappy-Briefing bis zum 6-Augen-Gespräch). Er hat ein offenes Ohr für jeden Verbesserungsvorschlag. Außerdem wird er für Special-Events – intern wie bereits auch extern – eingesetzt, z.B. für Einnordung, Learning-Runde, Montagrunde.

Belegexemplare.

Oberstes Gebot: immer genügend von allem! Die Teamassis müssen dafür sorgen, daß von jeder Anzeige, von jedem Folder, von jeder produzierten Kleinigkeit genügend im Hause ist. Anzeigenbelege sollten ordentlich in die dafür vorgesehenen Ordner einsortiert werden. Alles andere bitte ebenfalls sorgfältig archivieren. Wenn jemand einen Beleg benötigt, bitte der Tramassi Bescheid sagen. Selbstbedienung ist verboten!

Bergfest.

Ein Gespräch, das nach der Hälfte der Probezeit stattfindet. Hier wird offen über die Leistung der vergangenen Monate gesprochen, und die Sichtweisen werden abgeglichen. Grundlage des Gesprächs ist der Beurteilungsbogen. (→ Beurteilungsbogen)

Beschlußbericht.

Präzise und genau, dabei kurz und knapp – so sollte ein Beschlußbericht aussehen. Alles, was im Meeting mit dem Kunden beschlossen wurde, wird in diesem Bericht festgehalten. Er dient als vertraglich fixierte Arbeitsgrundlage und muß spätestens drei Tage nach dem Meeting an das Team verteilt werden und den Kunden vorliegen. Zu finden unter Formulare JvM „Beschlußbericht“.

Besucher.

Bitte laßt keinen Euch Fremden wie Pik 7 irgendwo in der Agentur stehen. Zum einen ist das nicht besonders höflich und zum anderen nicht

ratsam, denn der- oder diejenige könnte ja auf die Idee kommen, Fernseher, Portemonnaies, Ideen etc. zu klauen. Also: Einfach mal kurz nachfragen, um wen es sich handelt. Grundsätzlich gilt: Besucher immer am Empfang abholen und auf dem Weg durch die Agentur begleiten. In den Ateliers herrscht Besucher-Verbot.

Beurteilungsbogen.

Zweimal pro Jahr gibt es eine Beurteilung aller Mitarbeiter durch die Geschäftsleitung. Der Beurteilungsbogen wird von jedem JvM-Mitarbeiter für sich selbst und parallel von den Chefs für jeden erstellt und dann gemeinsam besprochen. Er umfaßt die Themenbereiche Fachwissen, Sorgfalt, Einsatz, Teamgeist und Ideen. Diese werden, wie früher in der Schule, von 1 bis 6 beurteilt und durch Beispiele verdeutlicht.

Briefings.

Werden vom Kunden bzw. Kontakter formuliert. Sie beinhalten die Aufgabenstellung an die Agentur – zur Gestaltung einer Kampagne, eines TV-Spots etc. Briefings müssen immer in schriftlicher Form erfolgen und mit dem Kunden perfekt abgestimmt sein. (→ Short & Snappy-Briefing)

Brückentage.

Sind von der Agentur festgelegte Tage im Jahr, an denen die Agentur geschlossen ist – meistens sind das Tage zwischen einem Feiertag und einem Wochenende und die Tage zwischen Weihnachten und Neujahr. Jede Kontaktgruppe ist dafür verantwortlich, ihre Kunden eine Woche vorher per Fax zu informieren. Dieses Fax wird vom Chefsekretariat aufbereitet und ist im „JvM-Transfer-Ordner“ gespeichert. Den aktuellen Stand der Brückentage gibt es im Personalbüro. Die Brückentage werden von den Urlaubstagen abgezogen.

Bücher.

Es gibt eine JvM-Bibliothek im Art-Bereich. Wer sich dort oder von irgend jemandem ein Buch ausleiht, muß es nach Gebrauch auch wieder zurückbringen – versteht sich. Falls Ihr neue Bücher für einen Kunden braucht, immer erst die Kosten vom Kontakter freigeben lassen. Bestellungen unter Angabe der Jobnummer, Rechnung an die Tramassi.

Büchlein.

Besteht aus verschiedenen Seitentypen. Es gibt: – Büchlein-Anfang; – Büchlein-Innenseite (nur Text); – Büchlein-Reproseite (mit Abbildung); – Büchlein-Schluß (Standard-Schlußseite, in die eingetragen werden muß, wer das Büchlein

geschrieben und wer es geprüft hat und die wieviele Präsentationen es ist).

Die einzelnen Büchleinseiten findet man im Computer unter Formulare JvM „Büchlein-Formulare!!!“. Die aktuelle Präsentationsnummer findet Ihr im Computer unter „JvM-Verwaltung“ im Ordner JvM „Büchlein-Archiv“.

Büchlein-Archiv.

Jedes Büchlein bekommt eine Nummer. Aktuelle Büchleinnummern findet Ihr unter „JvM-Verwaltung“ im Ordner JvM „Büchlein-Archiv“. Das Original wird bei den Chef-Assistentinnen abgegeben und dann von ihnen archiviert.

Büchlein-Binden.

Das Büchleinmaterial (Spiralen, Büchleintitel, Büchleinrückend) liegt unter der Bindemaschine. Die Repros müssen immer mit der Headline und der Copy im Textmanuskript verglichen werden. Auf der Titelseite müssen Datum und Ort der Präsentation stehen. Bitte darauf achten, daß der Büchlein-Titel immer genau im ausgesetzten Feld steht. Der Kopierer muß gesäubert werden, bevor kopiert wird. Schmutzige Seiten sind die achte Todsünde! Jedes Büchlein soll nach Fertigstellung noch einmal gründlich auf Rechtschreibung, Sauberkeit und Seitenzahlen durchgequakt werden. (→ Büchlein-Archiv)

Chefsekretariat.

Sie sind die Assistentinnen der Chefs und führen den Chef- und die CD-Terminkalender, machen die Koordination von Terminen, sind für die Reiseplanung der Chefs zuständig. Sie aktualisieren ständig die Agenturpräsentation (Sarg- und Dia-Präsentation, Showreels), machen die Pappen- und Dia-Archivierung, betreuen Neugeschäft bei Anbahnungen, aktualisieren den JvM-Pressepiegel und sind für Award-Einsendungen zuständig.

CI.

Für unseren Agenturnamen gibt es nur zwei Schreibweisen:

1. Jung von Matt**2. JvM**

Das Logo – Jung von Matt – entweder weiß auf Grün oder grün auf Weiß. Bei Schwarzweiß-Umsetzungen immer positiv schwarz auf Weiß. Unsere Hausfarbe ist ein blaustichiges Grün. Für die Umsetzung mit Omnicrom- oder Pantone-Folien paßt das Pantone 5535 C am ehesten. Unsere Hauschriften sind „Stempel Garamond Roman“ und „Helvetica Condensed Bold“. Basisschrift ist die „Stempel Garamond Roman“. Für Headlines und Hervorhebungen bitte immer die „Helvetica Condensed Bold“

verwenden. **Absolut tabu** sind andere Hervorhebungstechniken wie Unterstreichungen, Versilien, Kursivschriften etc.

Schriftgrößen sind ebenfalls festgelegt und dürfen nicht verändert werden. Copies und Hervorhebungen: 12 pt. Headlines: 17 pt. Ein CI-Wart sorgt dafür, daß alle Formulare CI-gerecht aufbereitet sind. Kleine Gimmicks aus dem Überraschungsei und Nutella-Glas-Aufkleber auf den Computern etc. sind den Chefs ein Dorn im Auge.

Computer.

Sind super-empfindlich und super-teuer. Deshalb bei Problemen bitte immer dem Mac-Wart Bescheid geben und niemals selbst ramkoltern, wenn man keine Ahnung hat. Bitte immer den Mac ausschalten, wenn's nach Hause geht. Jeder, der neu ist, erhält eine Schulung. Achtung: Wichtige Dokumente immer auf dem Server sichern.

Computerspiele.

Sind, genau wie nicht auf JvM lizenzierte Software-Programme, unter Androhung von Schadensersatz verboten.

Creative Director.

Das ist der kreative Entscheider eines Teams. Es geht nichts aus dem Haus, ohne daß der zuständige CD sein Okay gegeben hat.

Denkzettel.

Der Denkzettel ist für das Gelingen von Film- und Fotoproduktionen von elementarer Bedeutung. Der zuständige Kreative hat die Pflicht, vor jeder Produktion den Denkzettel zu erstellen und mit dem CD abzustimmen. Bei wichtigen Projekten muß Jean-Remy ins Boot geholt werden. Nach endgültiger Abstimmung erhält die FFJ bzw. das Art-Buying eine Kopie. Das Formular findet Ihr unter JvM-Formulare im Computer.

Drucker.

Wir haben die verschiedensten Drucker, die mit allen Computern vernetzt sind. Genauere Informationen erhält man in der Computerschulung. Bei Problemen immer den Mac-Wart fragen.

DTP.

In der DTP werden Layouts, Textmanuskripte und Strich-Illus zu reprofähigen Einzelzeichnungen. Herstellungsaufträge für Einzelzeichnungen werden durch den Kontakt persönlich abgegeben und durchgesprochen.

E-Day.

Findet 1mal im Jahr mit Geschäftsleitung, Kontaktern und Effizienzern statt, um über die Werbewirkung unserer Kampagnen zu informieren.

Effizienzplanung.

Das sind Eure Kollegen, die überwachen, wie unsere Werbung arbeitet. Sie helfen Euch mit Media- und Marketingunterlagen, wenn es zum Beispiel darum geht, einen Markttag vorzubereiten. Außerdem helfen sie Euch mit Rat und Tat bei der Vorbereitung von wichtigen Präsentationen. Versorgt sie mit allem, was Beleg für Werbewirkung sein kann: Absatzzahlen, Testergebnisse, Fachartikel etc.

Eigenwerbung.

Alle Eigenwerbungsaktivitäten (auch Einsendungen zu Wettbewerben) müssen mit der **Kundennummer 00001** ausgezeichnet werden. Es sind nicht weiterberechenbare interne Kosten (I-Kosten). Unser Infobüchlein (dt./engl.) wird vom Chelsekretariat aktualisiert und ausschließlich von dort versendet. JvM-Folder und -Showreels (dt./engl.) sind ebenfalls dort zu finden.

Einnordnung.

Für neue Mitarbeiter findet ein Informationsmeeting statt. Der Außenminister vermittelt jedem Neuling einen Überblick über die Kampagnen, erklärt die Arbeitsweise bei JvM und spricht über die zehn beliebtesten Anfängerfehler. Danach ist man offiziell eingependelt, und dann kann auch nichts mehr schiefgehen.

Empfang.

Der Empfang hilft jedem immer gern weiter. Der Job einer Empfangssekretärin beinhaltet Telefondienst, Anmeldungen und Abmeldungen der Mitarbeiter, Materialbestellung, Ordern von Kurieren, Konfi-Buchung, Getränkebestellung, Aktualisieren von Adressenlisten etc. Bei Urlaub wird das Telefon auf den Empfang umgeschaltet.

Factbook.

Eine Zusammenstellung aller für die Betreuung eines Kunden/Produktes wichtigen Zahlen, Daten, Fakten und Informationen. Sinn und Zweck ist es, eine einheitliche Arbeitsbasis für Kunden und Agentur sowie eine Grundlage für die Tagesarbeit der Beratung zu haben. Alle Factbooks haben einen einheitlichen Look:

- CI-grüne Ordner;
- einheitliche Gliederung;
- einheitliche Beschriftung;
- ordentliche Klarsichtüllen.

Der Kontakt ist dafür verantwortlich, daß die Fakebooks immer auf dem aktuellen Stand sind.

F-Kosten.

Sind Fuck-Kosten. Also Kosten, die durch Agenturfehler entstanden sind und nicht weiterberechnet werden können. Daß diese Kostenklasse vermieden werden muß, brauchen wir nicht zu betonen. F-Kosten werden von der Buchhaltung nur bearbeitet, wenn eine Erklärung über die Entstehung beigelegt ist. Post-it-Zettel reicht.

Formulare.

Ihr findet alle Formulare auf dem Server im Ordner „JvM-Formulare“. Formulare selbst zu basteln ist strikt verboten. Über Anregungen für neue Formulare und Verbesserungen freut sich der Innenminister.

Freie Mitarbeiter.

Eigenmächtig einen Freien zu buchen ist strengstens verboten. Alle Anfragen und Buchungen laufen ausschließlich über unser Personalbüro.

Frontbericht.

Ist eine monatliche Info für alle. Die Effizienzplanung präsentiert in der ersten Montagsrunde des Monats Schönes und Schlapptes über unsere Kampagnen. Der Frontbericht beinhaltet alles, was sie im vergangenen Monat über unsere Kampagnen herausgefunden hat.

Frühstück.

In der Küche der Glashüttenstraße gibt es jeden Morgen von 8.30 bis (Punkt) 9.00 Uhr ein leckeres, kostenloses Frühstück. Nach Beendigung der Speisung stellt jeder sein Geschirr in die Geschirrspülmaschine.

Garantieheft.

Das ist ein Heft, in dem niedergeschrieben ist, welche sieben Dinge die Agentur ihren Mitarbeitern sieben Jahre lang garantieren will (gültig bis 30. September 2003). Erhalten alle neuen Mitarbeiter im Personalbüro.

Gastronomieliste.

Wichtig für Kundenessen. Hier sind alle guten Restaurants aufgeführt. Falls jemand einen neuen Tip hat, bitte immer an die Chef-Assistentinnen weitergeben.

Geburtstagsfax.

Der Kontakt ist dafür verantwortlich, daß unsere Kunden pünktlich zum Geburtstag einen Gruß erhalten. Dafür gibt es ein Formular mit dem schönen Namen „Geburtstagskerzen“.

Ein kurzer individueller Text reicht, Geschenke machen wir nicht.

Geheimhaltung.

Agentur-Interns, neue Kampagnenentwicklungen, Neugeschäftskunden und dergleichen sind **nicht** nach außen zu tragen.

Getränke.

Getränke sind umsonst und werden vom Empfang bestellt.

Gewinnerglückwunsch.

Sollten wir eine Wettbewerbspräsentation verloren haben, stürzen wir uns nicht vom Fernsehturm, sondern schicken dem Gewinner ein Glückwunsch-Fax. Die Chef-Assistentinnen kümmern sich darum.

Goldene Präsentations-Büchlein.

Alle Büchlein mit Jubiläums-Präsentationsnummern wie 50, 450, 950 oder mit Schnapszahlen werden in Gold gebunden. Das Material gibt es im Chelsekretariat.

Handout.

Es kommt bei kleineren Präsentationen zum Einsatz. Die Textseiten werden einfach mittels eines Tacklers zusammengeheftet.

Hausmeister.

Unser Hausmeister ist die gute Seele der Agentur. Er kümmert sich um alles, was defekt ist, beaufsichtigt Handwerker und unsere Putzleute. Außerdem ist er für Umzüge und Umbauten zuständig.

Heimattest.

Eine schöne JvM-Tradition. Mitarbeiter, die nicht aus Hamburg kommen, organisieren für alle eine Party. Programme: kulinarische Spezialitäten und ein Vortrag über die Besonderheiten der Stadt (Dia-Show, Vortrag, Vortanzen oder sonstwas). Als Etat pro Event stellt die Agentur max. 2.500,- DM zur Verfügung.

Hilzefrei.

Heißt unser Sommerfest, das an einem heißen Sommertag stattfindet. Es gibt drei Optionen übers Jahr - keinen festen Termin. Ob es stattfindet, entscheidet kurzfristig das Seewetteramt.

Infosion.

Ist ein Sieben-Minuten-Vortrag innerhalb jeder Montagsrunde - zu einem bestimmten Fachthema. Die Themen und die Referenten werden vom Cheftreff festgelegt. Jeder Mitarbeiter, der

sein Spezialwissen weitergeben möchte, ist aber auch herzlich dazu aufgefordert. In der ersten Montagrunde des Monats ist das Info-Thema immer der Frontbericht der Effizienzplanung.

Innenminister.

Er sorgt dafür, daß die Instrumente bekannt sind und gelebt werden. Er sorgt für Disziplin und Einsicht in die bestehenden Regeln (vom Frühstück bis 9.00 Uhr über Fahrradständer bis hin zur Last-Minute-Agenda). Außerdem ist er als Macher zuständig für Preislisten, Factbooks, Orgarunde etc.

Jahresfahrplan.

Vom Controlling werden immer am Anfang eines jeden Jahres die Termine, die alle betreffen, festgelegt und bekanntgegeben. Brückentage, Hitzefrei, Weihnachtsfeier etc.

Joker.

Ist ein Extra der Agentur, das dem Kunden außerhalb der normalen Betreuungsarbeit serviert wird. Das kann eine VdF-Idee, ein TV-Spot, ein Klo-türaufkleber oder sonstwas sein. Ideen darf jeder haben. Der Kontakt ist dafür verantwortlich, daß der Kunde mindestens 2x im Jahr gejokert wird. Die Joker werden in der Orgarunde vorgestellt.

JvM

JvM technik.

JvM technik ist unsere erste Tochter. Wie der Name schon sagt, kümmert sich unsere Tochter vorrangig um Kunden mit technischer Ausrichtung. JvM technik sitzt in der:

Glashüttenstraße 79 (6. Stock)
20357 Hamburg
Telefon: 4 32 42-0

JvM am Main

JvM am Main ist unsere Agentur bei Frankfurt. Sie wurde am 1. Januar 1998 gegründet und sitzt in der:

Heyne-Fabrik, Ludwigstr. 180 d
63067 Offenbach
Telefon 0 69/8 29 06-0

JvM an der Isar.

JvM an der Isar ist unsere Agentur in München. Auch sie wurde am 1. Januar 1998 gegründet und sitzt in der:

Schwere-Reiter-Str. 35
80797 München
Telefon 0 89/30 63 26-0

JvM-Galerie.

Vor wichtigen Präsentationen werden bei uns die Ideen dem Hausfrauentest unterzogen. Die Testpersonen bewerten, jeder für sich, die Ideen im Schulnoten-System. Das ausgefüllte Formular wird von der zuständigen Teamassi ausgewertet, und die Ergebnisse werden dem CD übergeben. Das Formular findet ihr im Ordner „JvM-Formulare“.

JvM-Hausordnung.

Eine Hausordnung hängt in jedem Klo. Die Einhaltung ist Pflicht.

JvM von außen.

Ist eine monatliche Zusammenstellung aller neu erschienenen Artikel mit, um und über Jung vom Matt. Sie wird vom Chefskretariat erstellt und archiviert und liegt in allen Küchen aus.

JvM-Wart.

Es gibt mehrere Warte:

- einen Material-Wart, der für Materialnachschub sorgt;
- einen Zeitschriften-Wart, der Ordnung im Zeitschriften-Archiv hält;
- einen Mac-Wart, der bei allen Computerproblemen hilft;
- einen CI-Wart, der u. a. alle Formulare auf CI-treue überprüft;
- einen Ateliersheriff, der für allgemeine Ordnung und Sauberkeit im Atelier sorgt und für alles, was hier fehlt, zuviel verbraucht wird oder bestellt werden muß, ein waches Auge hat. Das Amt des Wärters übt man sechs Monate aus, das des Ateliersheriffs für 1 Jahr. Wer welcher Wart ist, steht auf der Warteliste. Einfach den Empfang fragen.

KG.

Kundengespräch, das entweder im oder außer Haus stattfindet. Auf ein KG folgt immer ein Beschlußbericht, um das ganze Team zu informieren. (→ Beschlußbericht)

Konferenzräume.

Unsere Konfis werden für AGs und KGs über den Empfang reserviert und gebucht. Wobei KGs Vorrang haben. Für Bewirtung ist die Teamassi zuständig. Nach jedem Meeting müssen die Konfis sauber und ordentlich hinterlassen werden (alle Geräte ausschalten).

Konkurrenzanalyse.

Der Grundsatz: so praktisch wie möglich, so theoretisch wie nötig. Die jeweils kostengünstigste Lösung nutzen, wenn sie den Zweck erfüllt. Die Mittel: Sammeln von Anzeigen,

Spots, Publikationen aus Fachzeitschriften etc. Bestellung (ggf. inkognito) von Geschäftsberichten und Firmenbroschüren der Konkurrenz. Wenn Mafo, dann eventuell bestehende Abo bei den Instituten nutzen, da Rabatte. Die Effizienzplanung fragen, ob sie schon Material hat. Müssen dennoch Infos bestellt werden, bestellt der Kontakt. Eine aktuelle Adressenliste der Verlage und Institute liegt beim Empfang.

Krank.

Wer krank ist, meldet sich morgens bis 9.00 Uhr beim Empfang oder bei der Personalabteilung. Dauert es länger als zwei Tage, braucht man einen gelben Schein vom Arzt. Den bekommt dann umgehend die Personalabteilung.

Kreativenrunde.

Sie findet alle zwei Monate, jeweils am letzten Dienstag des Monats, statt. Die Kreativenrunde ist eine Pflichtveranstaltung für die gesamte Kreativemannschaft (exkl. der Praktikanten).

Kundenzufriedenheit.

Einmal im Jahr schicken wir einen Beurteilungsbogen an alle Kunden, mit dem er die Leistung der Agentur benotet. Das gibt dem Kunden die Gelegenheit, sich neben dem alltäglichen Geschäft mit uns auseinanderzusetzen. Dadurch können mögliche Probleme frühzeitig erkannt und gelöst werden. Die Chefetage wertet die Beurteilungen aus. Die Ergebnisse werden innerhalb der Teams und mit dem Kunden besprochen.

Kuriositätenordner.

JvM-interner Ordner, in dem alle kuriosen Dinge des Jahres gesammelt werden. Das können lustige Kunden-Briefe, alberne Fotos, spektakuläre Dialoge aus Meetings (sofort aufschreiben) o. ä. sein. Das eine oder andere wird dann in der Montagrunde oder auf der Weihnachtsfeier gezeigt. Sammelstelle: Chefskretariat.

Last-Minute-Agenda.

Wird für jedes Kundenmeeting erstellt und muß spätestens 24 Stunden vor Gesprächsbeginn beim Kunden vorliegen. Angaben sind: Datum, Ort, Teilnehmer Agentur/Kunde, Uhrzeit und voraussichtliches Ende sowie die Besprechungspunkte und das benötigte technische Equipment. So gibt es auf beiden Seiten keine bösen Überraschungen und keine zwei Meinungen über den Anlaß des Meetings. Zu finden unter „JvM-Formulare“.

Leitbild.

Unser Leitbild ist im goldenen JvM-Büchlein niedergeschrieben, das jedem neuen Mitarbeiter

ausgehändigt wird. Darin ist nachzulesen, was wir wollen und wie wir es erreichen werden.

Mannschaftsaufstellung.

Sie zeigt auf, wer für welchen Etat arbeitet. Die aktuelle Mannschaftsaufstellung bekommt ihr immer über den Empfang. Verantwortlich ist die Personalabteilung.

Manöverkritik.

Nach jeder Präsentation findet innerhalb von 24 Stunden eine Manöverkritik statt. Dort wird kritisch beleuchtet, was gut und was schlecht gelaufen ist. Teilnehmer ist das ganze Team. Sinn ist nicht eine eventuelle Schuldzuweisung bei Fehlern, sondern, aus jeder Präsentation etwas Lehrreiches zu ziehen.

Marktforschung.

So praktisch wie möglich, so theoretisch wie nötig. Die Effizienzplanung muß immer eingebunden werden.

Meetings.

Termine, Ort und Anlaß der Meetings werden für die gesamte Woche vor der Montagrunde festgelegt und in die Wilde Woche eingetragen. Sind Kunden dabei, sollte ein Konfi reserviert werden (Empfang). Alle Termine werden in der Montagrunde verlesen und überprüft. Pünktlichkeit ist bei Meetings oberstes Gebot. Generell gilt: Meetings immer so kurz und so klein wie möglich halten.

Mitarbeiterbefragung.

Jedes Halbjahr bekommen alle Mitarbeiter den „Bist Du glücklich bei JvM?“-Bogen. Elf Punkte sollen nach Schulnoten-System beurteilt werden. Sinn und Zweck dieser Befragung ist, die allgemeine Stimmung in der Agentur festzustellen, Schwachpunkte aufzudecken und abzustellen.

Montagsrunde.

Beginnt montags Punkt neun Uhr. Für alle. Wer zu spät kommt, muß leider draußen bleiben. Hier wird das Neueste in Sachen Menschliches, Fachliches und Kreatives besprochen, die Termine für die Woche werden festgelegt und in der Wilden Woche festgehalten. (→ Wilde Woche)

New Business.

Ist Chefsache und immer geheim. Deshalb kriegt jedes Neugeschäft einen Decknamen. Wenn wir an einem Neugeschäft arbeiten, heißt es: Klappe halten. Vor allem bei Kontakt mit Kollegen aus anderen Agenturen und abends beim Bier.

Orgarunde.

Jeden letzten Donnerstag im Monat um 17.00 Uhr treffen sich die Berater, Kontakter, Teamassis, das Controlling, jeweils ein Repräsentant der Service-Abteilungen und der Inneaminister. Der Termin ist äußerst wichtig und somit eine Pflichtveranstaltung. Die Standard-Agenda umfasst die Punkte Aktuelles, Organisatorisches und Strategisches. Außerdem berichten die Teilnehmer über lehrreiche Begebenheiten aus dem Tagesgeschäft. Von jeder Orgarunde wird ein Beschlußbericht geschrieben.

Pappentaschen/-särgе.

Jeder Kundenberater hat eine eigene Kontaktertasche und seinen eigenen Sarg (beides mit Namen versehen) und ist für beides verantwortlich. Werden die Särgе nach einer Präsentation beim Kunden gelassen, sorgt der Kontakter dafür, daß sie wieder in der Agentur auftauchen.

Plakatwand.

Gemeint ist unsere Plakatwand in der Glashüttenstraße. Hier werden exklusiv unsere Plakate geliebt. Ist die Fläche einmal frei, kann jeder, der mal ein Plakat gestalten möchte, seiner kreativen Ader freien Lauf lassen.

PONR.

Heißt Point of no Return. Das Meeting findet immer 5 Werktage vor dem Präsentationstermin statt. Das ganze Team nimmt teil. Es wird endgültig festgelegt, welche Kampagne bzw. welche Motive in die Präsentation kommen.

Präsentationen.

Bei uns gibt es drei Formate: die Büchlein-Präsentation, die Sarg-Präsentation, die Dia-Präsentation. Das Format ist abhängig von der Anzahl der teilnehmenden Kunden. Findet die Präsentation außer Haus statt, muß unbedingt vorher gecheckt werden, wie der Präsentationsraum ausgestattet ist. (Gute Abdunkelung möglich? Technische Hilfsmittel vorhanden? Etc.) Im Zweifelsfall nehmen wir das gesamte Equipment mit. Der Präsentierende muß vor der Präsentation unbedingt die Präsentation üben und sich gute Argumente zurechtlegen.

Präsentations-Timing.

Gibt Auskunft über alles Wichtige für die Präsentationsvorbereitung (Abstimmungen, PONR, Büchleinabgabe, Präsentationstermin, Teamaufstellung, Präsentationsleiter etc.). Der Präsentationsleiter (meist der Berater) ist für das Timing und dessen Einhaltung verantwortlich. Zu finden unter Formulare JvM „Präsentations-Timing“.

Pünktlichkeit.

Bei uns wird größter Wert auf Pünktlichkeit gelegt. Das gilt für alle Termine. Egal ob Arbeitsbeginn, interne Meetings oder Kundentermine.

Quartalsplan.

Der JvM-Quartalsplan ist die aufs Quartal bezogene Vorausschau auf die zu erwartenden Umsätze und Kosten auf den einzelnen Erats. Die Angaben sollen möglichst exakt sein, um einen frühzeitigen Ausblick auf die Agenturauslastung zu ermöglichen. Am Quartalsende erfolgt dann ein Soll-Ist-Vergleich mit den tatsächlichen Werten. Der Abgabetermin der Pläne ist der 15. nach dem Quartalsabluß. Erstellt wird er über die Agenturverwaltung.

Rechtsanwalt.

Bei Unklarheiten in Rechtsfragen sollten Kontakter einen Rechtsanwalt zu Rate ziehen. Es empfiehlt sich jedoch, vorher mit dem Kunden zu klären, ob er die Kosten für die Rechtsberatung trägt oder ob er eine eigene Rechtsabteilung für solche Fälle hat. Die Adressenliste unserer Anwälte liegt beim Empfang.

Reinzeichnungen.

Reinzeichnungen werden von unserer DTP-Abteilung erstellt. Sie werden dem Kunden nach der vertragsgemäßen Produktionspreislise berechnet (siehe DTP).

Sandwichgespräche.

Zweimal im Jahr finden die Sandwichgespräche statt, bei denen jeder mit zwei seiner Chefs anhand unseres Beurteilungsbogens über die gezeigten Leistungen und die Perspektiven in der Agentur diskutiert. Der Beurteilungsbogen wird nicht nur von den Chefs, sondern auch vom Mitarbeiter vor dem Gespräch ausgefüllt. (→ Beurteilungsbogen)

Short & Snappy-Briefing.

Ist unser internes Briefing-Formular für die Entwicklung von Kampagnen. Hier werden alle wichtigen Punkte wie gemeinsames Ziel, Zielgruppe, Ist- und Soll-Image, Markt etc. festgehalten. Wichtig ist, daß alles kurz und präzise auf den Punkt gebracht wird. Das bedeutet, daß sich die Beratung tiefgründig mit der gestellten Aufgabe auseinandersetzen muß. Zu finden unter „JvM-Formulare“.

Statusbericht.

Hier wird der Status jedes Jobs für den jeweiligen Etat festgehalten; er wird wöchentlich erstellt. Verteiler: Team, Holger und Kunde. Zu finden unter Formulare JvM.

Taxi.

Taxis bestellt der Empfang. Im Winter darf ab 20.00 Uhr und im Sommer ab 21.00 Uhr jeder, wenn er möchte, auf Kosten der Agentur mit einem Taxi heimfahren. Die Quittung muß, fein säuberlich ausgefüllt (Job-Nummer nie vergessen) und von der Teamassi und Carola oder Rolf abgezeichnet, in der Buchhaltung eingereicht werden. Dort wird auch das Geld ausgezahlt.

Teamblatt.

Das bebilderte Teamblatt dient dazu, jedem Kunden alle Teammitglieder, auch wenn sie keinen persönlichen Kontakt haben, vorzustellen. Jeder Neukunde erhält bei Beginn der Zusammenarbeit das Blatt „Ihr Team bei Jung von Matt“. Bestehende Kunden bekommen bei Änderung im Team eine aktualisierte Version.

Trendvideo.

Das JvM-Trendvideo dient uns als Argumentationsunterstützung bei Präsentationen und umfaßt eine Straßenbefragung von zielgruppenrelevanten Personen zu einem bestimmten Thema. Die Fragen müssen immer mit dem zuständigen CD abgestimmt werden. Für das Filmen und Schneiden ist die PFF zuständig. Bitte darauf achten, daß der Hinweisstext „Achtung: Dies ist keine repräsentative Umfrage ...“ nicht vergessen wird.

Übersetzungen.

Müssen Headlines, Copies etc. in eine andere Sprache übersetzt werden, beauftragen wir einen Übersetzer. Die Kosten werden in der Regel vom Kunden getragen. Die aktuelle Adressenliste zuverlässiger Übersetzer liegt beim Empfang. Achtung: Alle bereits übersetzten Headlines und Copies sind auf dem Server unter „Verwaltung“ im Ordner „Übersetzungen“ zu finden. Diese Übersetzungen sind verbindlich. Erst wenn sich dort nichts findet, wird ein Übersetzer beauftragt! Der Kontakt ist dafür verantwortlich, daß jede neue Übersetzung ins Motivbüchlein, in den Übersetzungsordner und ans Chefsekretariat geht.

Umzüge.

Alle sechs Monate wechselt jeder sein Büro. Dabei nutzen wir die Gelegenheit, wieder Ordnung in den Büros zu schaffen, indem ausgemistet wird.

Urlaub.

Wer Urlaub machen will, muß einen Urlaubszettel ausfüllen (gibt es in der Personalabteilung). Zeitraum und Vertretungen werden eingetragen,

Urlaubsfax.

Wann immer jemand aus dem Kontakt in den Urlaub geht, wird ein Fax an seine Kunden geschickt. Hier wird nicht nur der Name der Vertretung bekanntgegeben, sondern auch dessen Foto veröffentlicht.

Verlorene Präsentation.

Wird einmal eine Präsentation verloren, erhält der Kunde ein Anschreiben inklusive eines Fragebogens. Der Fragebogen soll, spontan vom Kunden ausgefüllt, Anhaltspunkte dafür liefern, warum es nicht geklappt hat und was wir beim nächsten Mal besser machen können. Die Gewinneragentur bekommt einen Glückwunschbrief. (→ Gewinnerglückwunsch)

Wie geht wat bei Jung von Matt?

Ist ein Einweisungsbüchlein für unsere Agentur. Jeder Neukunde erhält es nach Vertragsabluß. Darin wird kurz geschildert, wie was bei uns abläuft. Es soll dem Kunden helfen, seine neue Agentur schnell kennenzulernen und zu verstehen.

Wilde Woche.

Die Wilde Woche wird jeden Montag nach der Montagrunde von einer Teamassi erstellt. Sie enthält verbindlich alle wichtigen Termine der Woche, einen Ausblick auf die nahe Zukunft und wird an jeden Mitarbeiter verteilt. Zu finden im Server unter „JvM-Kontakt“. Bitte alle Termine schon am Freitag eintragen. Beim Eintragen achtet bitte darauf, daß kein Konflikt doppelt belegt wird und es keine personellen Überschneidungen gibt (Terminabsprache für die CDs immer mit dem Chefsekretariat).

Zahlungserinnerung.

Welche Rechnungen angemahnt werden müßten, gibt die Buchhaltung alle 14 Tage den Teamassis bekannt. Die Teamassis müssen sofort und gewissenhaft prüfen, ob die ausgewiesenen Rechnungen tatsächlich angemahnt werden sollen oder ob es einen Grund dafür gibt, dies nicht zu tun, und geben dementsprechend Rückmeldung an die Buchhaltung. Keine Rückmeldung bedeutet: Die Zahlungserinnerung geht kurzfristig raus.

Zeitschriften-Archiv.

Alle Abo-Zeitschriften wandern ins Archiv. Die Neuingänge werden fünf Tage lang als „Neu“ gekennzeichnet vor dem Archiv ausgelegt – und nicht mit nach Hause genommen. So hat jeder die Chance, sie mal in die Finger zu bekommen. Alle, die Freianweisungen bekommen, sind aufgefordert, die Zeitschriften nach Gebrauch der Agentur zur Verfügung zu stellen.