



Sein statt Schein

Von Hannover aus
international erfolgreich

Monika und Stephan Probst von "Drive"

Text: Claudia Schuh; Bilder: Helge Krückeberg





Langfristige Beziehungen

Vielleicht ist das eins der Rezepte für den Erfolg der Eheleute Probst: Sie pflegen langfristige Beziehungen. Das gilt zum einen natürlich für die Ehe der beiden. Seit dem gemeinsamen medienwissenschaftlichen Studium sind sie ein Paar. Langfristig sind auch die Geschäftsbeziehungen von Drive, darunter die zur Sparkasse Hannover. „Von Beginn an hat uns die Sparkasse ruhig und besonnen begleitet“, berichtet Stephan Probst.

Monika Probst ergänzt, dass die Ansprechpartner „immer verlässlich für uns da sind.“ Ob es um Auslandszahlungen geht oder um Fragen der Altersvorsorge und Versicherungen für die Mitarbeiter – die Probsts finden es angenehm, alle Finanzdienstleistungen in einer Hand zu wissen. Auch ihre Privatkonten führen sie bei der Sparkasse und bezeichnen das Ganze als „eine gut gewachsene Beziehung“.

Familiär und familienfreundlich

Gut gewachsene Beziehungen pflegen die Probsts auch zu ihren Mitarbeitern: „Wer zu uns passt, den wollen wir natürlich gerne halten“. Dass diese Aussage bei Drive keine leere Floskel ist, spürt man an der familiären Atmosphäre in den Agenturräumen. „Für uns als Familienunternehmen ist es naheliegend, dass wir uns bemühen, auch ein familiengerechter Arbeitgeber zu sein. Lebens- und Arbeitszeitmodelle sollten gut aufeinander abgestimmt sein“, so Monika Probst.

Dem Oberbürgermeister war es jedenfalls eine Auszeichnung mit dem Stadt-Hannover-Preis wert, dass es bei Drive gerade auch für Frauen zahlreiche Möglichkeiten gibt, Beruf und Familie unter einen Hut zu bringen. Das fängt bei der Kinderbetreuung im Büro an und hört bei flexiblen Arbeitszeiten und Home Office noch lange nicht auf. Das Paar ist zu Recht stolz darauf, einige Crewmitglieder der ersten Stunde noch immer an Bord zu haben.







„Drive ist kein Parkplatz“

Der Name der Medienagentur im Stadtteil List ist Programm. „Drive steht für Antrieb, für Energie, fürs Anpacken und Probleme lösen“, so Monika Probst. „Das ist unser Anspruch an uns selbst, aber auch an unser Team. Wir bleiben nicht stehen, sondern entwickeln uns ständig weiter.“ Nach dem Prinzip „fordern und fördern“ wird jeder Einzelne bei Drive unterstützt, sein Potential zu entfalten. „Wir leben ja hier in Hannover nicht auf einer Insel, sondern müssen mit internationalen Mitbewerbern Schritt halten“, so Stephan Probst.

„Und um als digitaler Dienstleister immer an der Speerspitze der Entwicklung zu stehen, brauchen wir Innovationen.“ Deshalb haben die Probsts „Drive my project“ eingeführt: Einen Teil der Arbeitszeit soll jeder Mitarbeiter dazu nutzen, eigene Projekte und Ideen zu verfolgen, weil aus echtem Interesse Kreativität erwächst und so Innovationen entstehen.

Dialogisches Prinzip

„Wir sind schon sehr lange digital unterwegs“, so Stephan Probst „und wissen, dass sich ständig etwas verändert. Genau das lieben wir.“ Die Agentur gewinnt viele Neukunden über das Internet. Ein Beispiel ist etwa der Konzern, der ganz bewusst nach einer mittelständischen Agentur mit internationaler Kompetenz suchte. Warum mittelständisch? Weil es dem Kunden wichtig ist, dass er feste Ansprechpartner hat.

Bei Google ist er fündig geworden. Drive entsprach seinen Suchkriterien, wurde daraufhin von ihm zum Pitch eingeladen und konnte auch dort überzeugen: mit der Sicherheit, von den Agenturhabern persönlich betreut zu werden, mit Fremdsprachenkompetenz und last but not least mit internationaler Erfahrung. Sie ist also kein Hexenwerk, die Vertriebsstrategie von Drive, sondern eine gelungene Mischung aus professioneller Suchmaschinenoptimierung und überzeugenden, kompetenten Ansprechpartnern.

„Weil wir nicht nur als Agentur viel Erfahrung mit digitaler Kommunikation haben, sondern auch persönlich digitale Medien intensiv nutzen, kauft man uns das Knowhow in diesem Bereich ab“. Stimmt! Worthülsen und digitaler Nonsense haben hier keinen Platz. Das dialogische Prinzip der Kommunikation, wie es im Social Media-Bereich benötigt wird, ist bei Drive eine Haltung und kein leeres Verkaufsargument.

Echtheit zählt

Echt und authentisch ist bei Drive übrigens nicht nur die Haltung: Die Schreibtische sind aus Echtholz, und an den Wänden hängen Kunstwerke: Gemälde eines befreundeten hannoverschen Künstlers, handsignierte Zeichnungen, großformatige Fotografien.

Stephan Probst ist aber auch selber Künstler. Mit leichter Hand bringt er Zeichnungen und ganze Comics zu Papier – zur Entspannung nach einem langen Arbeitstag oder zur Unterhaltung der vier Kinder, und natürlich immer wieder auch im professionellen Kontext.

Hobbies und Familie

A propos Entspannung: Im Gespräch mit den Probsts entsteht der Eindruck, dass ihnen die Trennung zwischen Arbeit und Privatleben gar nicht so wichtig ist. Vielmehr integrieren sie ihre Hobbies ins Berufliche: Monika Probst verbringt als leidenschaftliche Sportfotografin viel Zeit am Rand des Fußballplatzes beim Nachwuchsleistungszentrum von Hannover 96, für das Drive auch die Kommunikation mitgestaltet.

Ihr Ehemann kann seine Begeisterung fürs Zeichnen in der Agentur ja ohnehin an vielen Stellen einbringen. Da das Paar sich Arbeit und Kinderbetreuung teilt, bleibt allen Beteiligten am Ende noch genügend Zeit für gemeinsame Aktivitäten. Schließlich ist Drive ja ein familienfreundliches Unternehmen – das gilt auch für die Chefs!





Erfolg kann man planen! Im FirmenkundenCenter der Sparkasse Hannover beraten wir Sie gern.

Termin vereinbaren 