

Die „zeron ladies“ um Gründerin Vivian Stürmann (vorn, 2. v. r.) mit Senior Partner Timo Sieg.

EIN HERZ FÜR PR

Vivian Stürmann betreibt seit anderthalb Jahren die Düsseldorfer PR-Agentur **zeron**. Bei deren Gründung nahm sie von ihrem alten Arbeitgeber, der Werbeagentur cayenne, alle Kunden der PR-Unit und ihr ganzes Team mit. 2012 stieg Timo Sieg, Ex-Europa-Chef von Ketchum Pleon, als Senior Partner ein.

TEXT: Carina Reez

Ein modernes Strickkleid in eleganten Grautönen, ein ansteckendes Lächeln und schicke Pumps, in denen sie die Richtung vorgibt – mit ihrem souveränen Auftreten verbreitet Vivian Stürmann die Aura einer Anführerin. Sie selbst in den Mittelpunkt zu stellen und der PR-Agentur, die sie 2011 gründete, den eigenen Namen zu geben, scheint aber nicht ihr Stil. Sie sieht sich als Teil des Teams.

Die Ursprünge ihrer Firma, die den Namen zeron trägt, reichen lange zurück. Ab 2004 hatte Stürmann für die Düsseldorfer Werbeagentur cayenne eine PR-Abteilung aufgebaut und geleitet. Als das japanische Werbenetzwerk Dentsu ihren Arbeitgeber im Frühjahr 2011 kaufte, zog Stürmann aber nicht mit, sondern machte sich selbstständig. „Ich wollte keine Reportings und keine komplizierten Strukturen. Ich wollte mich auf die PR konzentrieren“,

sagt die Chefin, die von cayenne damals nicht nur alle Kunden der PR-Unit, sondern auch ihr Team mitnahm.

Vivian Stürmann ist überzeugt, dass man in der PR-Branche ein Meister der Details sein muss, sei es im Umgang mit Journalisten oder bei der Präsentation von Unternehmen in sozialen Netzwerken. Regelmäßige Seminare im eigenen Haus und die Ausbildung von Trainees sollen sicherstellen, dass dieser Anspruch erfüllt wird.

Zurzeit gibt es drei Teams aus je drei bis vier Festangestellten. Alle arbeiten für mehrere Kunden. „Ich halte es für wichtig, dass es in den Teams Bewegung und Abwechslung gibt. Das hält frisch und wach“, sagt Stürmann. Kommt ein neuer Kunde dazu, stockt die Geschäftsführerin ein Team auf. Oder sie baut, wenn der Auftraggeber groß genug ist, ein zusätzliches auf – wobei sie darauf achtet, neue und dienstältere

Mitarbeiter zu mischen: „Damit die zeron-Kultur weiterlebt und weitergegeben werden kann“, begründet sie.

Dass ihre Mannschaft ausnahmslos aus Frauen im Alter zwischen Anfang 20 und Mitte 30 besteht, sei keine bewusste Entscheidung, sagt die Chefin. Sie und ihre Mitarbeiterinnen würden schon mal „zeron ladies“ genannt, erzählt sie lächelnd und betont, dass sie natürlich auch Männer einstellen würde. „Die Frage ist, ob sich mit zunehmendem Wachstum noch ein Mann ins Team traut“, scherzt sie. Et was anderes sei das bei Timo Sieg. Der Ex-Europa-Chef von Ketchum Pleon stieg 2012 als Senior Partner mit einem kleinen Anteil ein. Wie hoch dieser ist, gibt Stürmann nicht preis. „Die letzte Entscheidung dazu kann auch gern in ein oder zwei Jahren fallen“, zitiert sie Sieg. Er bringe seine



strategische Kompetenz ein, aus dem Tagesgeschäft halte er sich heraus, so Stürmann. Sie kennt Sieg von der Marketingberatung Ifam, wo beide 1996 arbeiteten.

Anders als Sieg, der später Managementposten in großen Agenturnetzwerken übernahm, konzentrierte sich Stürmann auf klassische PR. „Ich komme aus der PR, ich habe meine Wurzeln in der PR, mein Herz brennt für die PR und für nichts anderes“, erklärt sie. Stürmann sieht sich als Kommunikationsfrau, die mit einem kleinen Dienstleister ihren Kunden ein gutes Preis-Leistungs-Verhältnis bietet und sich vor größeren Konkurrenten nicht verstecken müsse. Gefragt nach dem Vorteil von zeron, nennt sie die Schnelligkeit und Flexibilität der kleinen Truppe als größtes Plus. Nicht zu unterschätzen sei auch der Charme des persönlichen Umgangs mit Kunden in einer kleinen Agentur.

Stürmann ist überzeugt, dass Menschen nicht so einfach auszutauschen sind. Mit vielen Angestellten arbeitet sie seit Jahren zusammen. Alle „zeron ladies“ kommen aus der PR und haben bei namhaften Agenturen gearbeitet, darunter Media Consulta, Ketchum Pleon und fischerAppelt. Dass sie sich wohlfühlen, liegt der Geschäftsführerin am Herzen: „Wenn man so viel Zeit mit der Arbeit verbringt, warum darf sie nicht auch Spaß machen?“

Das Umfeld dürfte zum Wohlbefinden beitragen: zeron teilt sich mit der Kommunikationsagentur Rookie ein großzü-

giges Loft in den Düsseldorfer „Schwanenhöfen“, einer ehemaligen Produktionsstätte der Firma Henkel. Der Backsteinbau steht im Stadtteil Flingern, der sich im Wandel vom Arbeiterviertel zum Kreativquartier befindet. Hier ist alles auf Kommunikation ausgelegt, Wände hat lediglich der Besprechungsraum im Zentrum der Etage – und selbst die sind aus Glas.

zeron ist ein Full-Service-Dienstleister mit Fokus auf den Themen Food, Verbände und Entertainment. Den Sojasaucen-Hersteller Kikkoman betreut Stürmann seit 2004. Zurzeit fungiert zeron als externe Pressestelle für das Unternehmen. Weitere große Kunden sind der Internetanbieter Tele2, der Bundesverband der Glasindustrie und die Krombacher Brauerei.

Die Beziehung zu dem Bierproduzenten hat Stürmann über Jahre kontinuier-

lich ausgebaut: 2006 startete sie mit der PR für ein Produkt, inzwischen betreut sie Etats für sechs verschiedene Krombacher-Produkte. Eine Kundenbeziehung derart kontinuierlich auszubauen, ist aus ihrer Sicht ideal.

zeron sei mit sicheren Etats gut ins laufende Jahr gestartet, sagt die Geschäftsführerin. Genauer will sie sich zu den Zahlen nicht äußern. Mit dem Veranstalter der „Holi festivals of colours“ – einer Adaption des indischen Frühlingsfests, bei dem sich die Besucher gegenseitig mit buntem Farbpulver bewerfen – habe zeron einen weiteren wichtigen Kunden gewonnen. Die 1,2 Millionen Euro Honorarumsatz von 2012 werde sie im laufenden Jahr voraussichtlich toppen, gibt sich Stürmann schon jetzt sicher. <<

zeron
public relations

ADRESSE:	Schwanenhöfe/Erkrather Straße 234a, 40233 Düsseldorf
TELEFON:	0211/88921500
FAX:	0211/889215050
E-MAIL:	welcome@zeron.de
INTERNET:	www.zeron.de
GESCHÄFTSFÜHRER:	Vivian Stürmann
GRÜNDUNG:	2011
MITARBEITER:	10
HONORARUMSATZ 2012:	1,2 Millionen Euro