

Wer nur auf die Exit-Strategie hinarbeitet, ist kein hingebungsvoller Gestalter

*Maike Janssen über Arbeit zwischen Selbstverwirklichung und Unternehmensentwicklung
Interview: Joana Breidenbach*

Die Berliner Agentur Wigwam will „Partner beim Aufbruch in eine gerechtere, ökologische Gesellschaft begleiten“. Dabei orientieren sich die Kommunikationsberater auch in ihrer eigenen Arbeit an einer Vielzahl von New-Work-Ideen. Geschäftsführerin Maike Janssen berichtet im Interview mit Joana Breidenbach von ihren Erfahrungen mit der Arbeit von morgen: was das für das eigene Team bedeutet, welche Kunden dazu passen – und wie man schließlich damit Geld verdient.

Was ist Wigwam genau, und was macht ihr?

Wigwam ist eine Kommunikationsberatung, die sich als Inkubator von gesellschaftsverändernden Ideen sieht: Wir wollen das Gute in der Welt besser machen. Angefangen hat das Ganze als Social-Media-Beratung für NGOs, mittlerweile arbeiten wir auch mit am Gemeinwohl orientierten Unternehmen, Stiftungen und Institutionen zusammen. Wir versuchen gemeinsam mit unseren Kunden, interne und externe Kommunikation menschlicher, konsequenter und zukunftsfähiger zu machen. Dabei sind wir der Prototyp für das, was wir empfehlen, selbst: Wigwam ist nicht nur Dienstleister, sondern ein eigenes sozialunternehmerisches, das regelmäßig reflektiert und neu justiert wird.

Wigwam hat sich ja als Organisation schon auf den Weg in die Zukunft der Arbeit gemacht: Was genau ist euer Ziel, und welche Veränderungen habt ihr umgesetzt?

Wir loten aus, wie Verantwortung und Macht in einem wachsenden Unternehmen so verteilt wer-

den können, dass für alle Teammitglieder und das Team im Ganzen der optimale Rahmen entsteht. Die Pole, zwischen denen wir uns da bewegen, heißen Selbstverwirklichung und Unternehmensentwicklung, gesellschaftliches Engagement und wirtschaftliche Interessen, kollektive Führungsstrukturen und effiziente Steuerung. Wigwam ist für uns ein sensibles Ökosystem, das wir hegen und pflegen wollen.

Dazu haben wir u.a. viele regelmäßige Teamtreffen installiert, vom täglichen Helpdesk bis hin zu mehrtägigen Teamausflügen dreimal im Jahr. Außerdem hat jede/-r im Team eine Runde, in der sich über Emotionales ausgetauscht wird. Das fördert das gegenseitige Verständnis und hilft, viele Konflikte früh zu erkennen. Auch in den Geschäftsbereichen Finanzen und Controlling, Personal und Teamentwicklung und Außenkommunikation ist das Team involviert, und im Bereich Teilhabe entwickeln wir gerade ein neues Modell. Das Ziel soll sein, Verantwortung bzw. Teilhabe und Mitsprache noch direkter miteinander zu koppeln.

Warum habt ihr euch dazu entschieden, anders zu arbeiten als vorher? Gab es einen Auslöser oder Treiber im Team?

Der wichtigste Treiber war wahrscheinlich unsere Intuition, der zweitwichtigste unser Unwissen. Niemand von uns hat vor Wigwam schon mal eine eigene Firma gegründet, aufgebaut und erfolgreich geführt. Aber wir waren von Anfang an erfolgreich damit, unserem Bauchgefühl zu trauen und keine Firma nach Schema F zu bauen. Erst als wir größer wurden und immer mehr kollektive

Berufserfahrung im Team hatten, wurde uns klar, dass wir mit diesem Ansatz tatsächlich relativ selten sind. Das Vertrauen in herkömmliche Businesspläne, Investorentipps und den Sound des Silicon Valley ist unter Gründern ja extrem groß – dabei muss ein junges Unternehmen ja erst einmal ein Gefühl für die Gemeinschaft und eine Vision für das größere Ganze entwickeln. Wer nur auf die Exit-Strategie hinarbeitet, ist nicht gerade ein hingebungsvoller Gestalter, oder?

Als Sozialunternehmen habt ihr ja nicht nur monetäre Ziele mit Wigwam: Hängen für dich soziale Ziele und New Work zusammen, oder ist das nur ein Zufall?

Wir benutzen den Begriff „Sozialunternehmen“ selbst nicht für unsere Beschreibung. Warum auch? Wigwam ist eine GmbH, die Kommunikationsdienstleistungen auf hohem Niveau anbietet, und das nicht nur für den Non-Profit-Sektor. Wir wollen uns nicht in eine Nische verkriechen, wir

wollen viele werden! Und das meine ich nicht im Sinne des eigenen Wachstums, sondern im Sinne der Idee: Wir wollen anstecken!

Man kann heute in Berlin eine erfolgreiche Agentur betreiben, die von glücklichen Mitarbeitern geführt und mitgestaltet wird – und das, ohne von einer Stiftung oder einem Kredit zu leben. Wir wollen mehr Menschen ermutigen, den Sprung in die Selbstständigkeit zu wagen und den eigenen Gestaltungsspielraum selbstbewusst zu nutzen. Ihr könnt das, echt!

Und wenn soziale Ziele bedeuten sollen, dass Arbeit sich wieder nach den Menschen richtet und nicht andersherum – dann ist es zumindest unser Traum, dass das zur Arbeitswelt der Zukunft dazugehört. Soziale Ziele im engeren Sinne: nö, kein Muss. Aber wer sich selbst mag und auch sein Unternehmen und außerdem die Welt, in der er lebt, der verhält sich doch eigentlich immer irgendwie sozial.

Maïke Janssen ist seit 2012 Geschäftsführerin der Kommunikationsberatung Wigwam. Nach 4 Jahren in dieser Agentur, die keine sein will, kann sie ohne Ironie feststellen: Ein Wigwam-Jahr sind 7 Menschen-Jahre.

Miterlebt hat sie in dieser Zeit schon: 1 Umbenennung, 2 Ausgründungen und 2 Geschäftsführerwechsel, aber auch die Verzwanzigfachung des Umsatzes und einen Teamzuwachs von 3 auf 25 Personen (plus 7 Babys).



Maïke Janssen