

Christian Rättsch – Agentur-Architekt, New-Business-Motor & Team-Motivator

Seit nunmehr gut sieben Jahren führt Christian Rättsch die Saatchi & Saatchi-Gruppe in Deutschland. Als der heute 48-jährige Vater von vier Kindern im Oktober 2013 von der Deutschen Telekom auf die Agentur-Seite ging, hatte keiner damit gerechnet, dass er seinen neuen Job so lange und vor allem so erfolgreich ausüben wird. Es stand nicht gut um die damals in Frankfurt ansässige Agentur und auch im internationalen Saatchi-Network rumorte es zu dem Zeitpunkt.

Heute steht Saatchi & Saatchi wieder glänzend da. Ganz besonders gilt das für Deutschland. Das Headquarter befindet sich in Düsseldorf. Das Team ist hochmotiviert. Die deutsche Saatchi-Gruppe holt nicht nur viele neue Kunden, sondern weitet das Geschäft auch mit der bestehenden Klientel kräftig aus.

Wesentlichen Anteil daran hat der CEO Christian Rättsch, er ist der Motor des Erfolgs und der Motivator des Teams in Deutschland. Davon profitiert auch das weltweite Saatchi-Network, denn Auftraggeber wie Mondelez, Siemens Energy sowie T-Systems wurden 2020 aus Deutschland heraus überzeugt.

Herkules-Aufgabe Agentur-Zusammenführung

Für Christian Rättsch startete das Jahr 2020 mit einer Herkules-Aufgabe – nicht unerwartet, aber dennoch komplex. Die Publicis Groupe hat sich international auf die Philosophie Power of One verständigt und setzt die nun um. Der Job-Auftrag an Christian Rättsch lautete: Führe die drei Agentur-Marken Leo Burnett, Publicis und Saatchi in Deutschland zusammen. Solche Prozesse sorgen vielfach für eine Beschäftigung mit sich selbst und lähmen die nach außen gerichteten geschäftlichen Aktivitäten.

Mit einem wie CEO Christian Rättsch an der Spitze funktioniert das offenkundig ganz anders. Da brummt das Neugeschäft, da kommen Top-Leute von anderen Agenturen neu an Bord und es entsteht noch eine neue Unit für Bewegtbild und Online-Kommunikation – Saatchi Studio.

Pro Monat einen neuen Kunden/Etat

Die Bilanz in Sachen Neugeschäft 2020 ist für Saatchi & Saatchi Deutschland angesichts des Corona-Lockdowns ausgesprochen beeindruckend. Im Schnitt konnte pro Monat mindestens ein Kunde bzw. ein Etat neu hinzugewonnen werden. Dazu gehören auch solche Brocken wie

die oben erwähnten globalen Aufgaben Siemens Energy oder T-Systems.

Allemaal klangvoll sind die Namen der weiteren Auftraggeber wie etwa Axa, Boehringer Ingelheim, Lidl, AOK Bayern, Goodyear oder OPPO, die aufstrebende Smart-Marke aus China.

Bei den Big Pitches wie Postbank, Deutscher Sparkassen- und Giro-Verband, McDonalds sowie AOK Deutschland ging der Pokal nicht an Saatchi & Saatchi, aber das Team stand zumindest in der Endrunde.

Ausgebaut wurde das Geschäft mit Ferrero, mit Samsung, mit Walt Disney sowie mit BSH (Bosch Siemens Hausgeräte). Verloren wurde der Etat für die internationale Vaillant-Kampagne, nicht aber der Kunde, denn den Literatur-Etat betreut Saatchi weiterhin.

Hohe Sichtbarkeit

Ungeachtet des oben aufgeführten Arbeitsvolumens gehört Christian Rättsch zu den Agentur-Managern mit einer hohen Sichtbarkeit. Er ist regelmäßig als Gesprächs- oder Interview-Partner über die Branchen-Medien hinaus auch in Titeln wie F.A.Z. oder Handelsblatt anzutreffen. Bei LinkedIn hat er immerhin 65.000 Follower und seinen eigenen Blog christianraetsch.de pflegt er ebenfalls regelmäßig. (ps)

Foto: Saatchi&Saatchi



Der Saatchi CEO Christian Rättsch ist 2020 einer der erfolgreichsten Network-Manager in Deutschland.