

Text: Natalie Gommert Foto: Stefan Gloede

POWERFRAU IN MÄNNERDOMÄNE

Andrea Vock ist seit 1992 Inhaberin der UVA Kommunikation und Medien GmbH

Geht nicht, gebt's nicht! Ein Satz, ein Motto, eine Lebensmaxime. Zumindest für Andrea Vock. Mit Qualität, Engagement, Spaß und Kreativität lebt und arbeitet sie nach dieser Maxime. Die studierte Kommunikationsdesignerin, erfolgreiche Unternehmerin und zweifache Mutter hat damit viel erreicht.

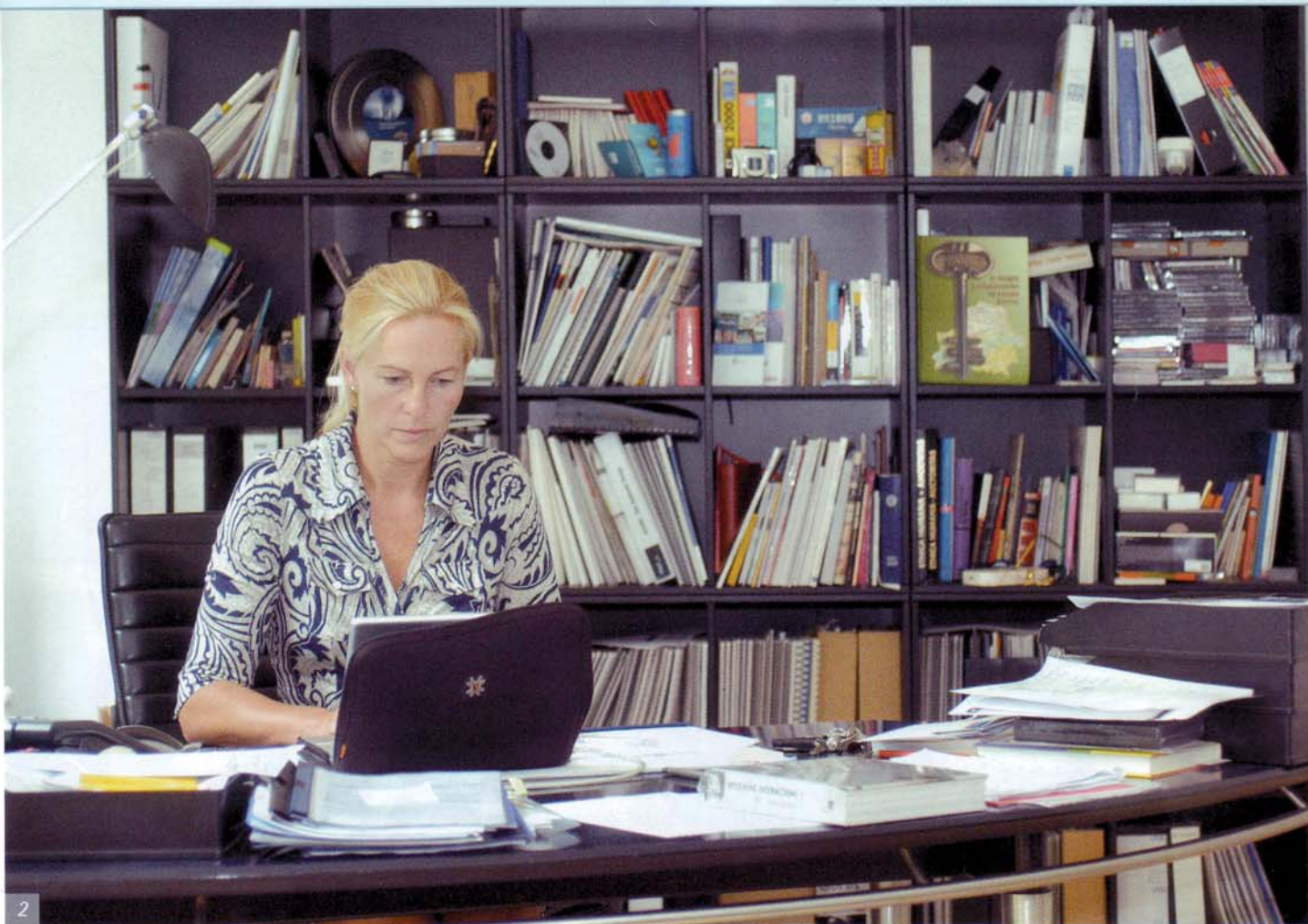
In einer Männerdomäne hat sie sich durchgesetzt, haufenweise nationale und internationale Preise kassiert, Lehraufträge übernommen und erst kürzlich wurde sie auch vom Bundeswirtschaftsministerium in die Designpreisjury der Bundesrepublik Deutschland berufen. Geboren wurde Andrea Vock in Bad Homburg. Die Region, in der sie aufwuchs, war für sie gekennzeichnet durch Natur und Stadtnähe (Frankfurt/Main), ein hohes Lebenspotential. "Es war alles da", erinnert sie sich. Vom Luxuriösen bis zum Ländlich-Einfachen reichte die Spanne, die sie auch in ihrer neuen Heimat wieder gefunden hat. Sie wohnt heute in Babelsberg, ihre Werbeagentur, die

sie 1992 gründete, hat ihren Sitz in der Villa Rühmann in der Karl-Marx-Allee. "Ursprünglich wollte ich ja nach Berlin", erzählt sie in ihrem Büro mit Blick auf den grünen, mit Bäumen durchsetzten Garten. Ein Makler brachte sie damals nach Potsdam und zeigte ihr ein Haus. Das Haus war schrecklich, aber die Umgebung toll. Und da diese Umgebung sie eben an ihre Heimat im Taunus erinnerte, stand der Entschluss fest. Potsdam sollte es sein. Hier ließ sie sich nieder, heiratete und gründete die Werbeagentur "UVA".

Die Werbeagentur begann im eigenen Haus, wir waren fünf oder sechs", sagt sie. Eines Tages klopfte dann der frühere Geschäftsführer des Filmhauses München ans Fenster und zeigte ihnen die Rühmann-Villa. Nach anfänglichen Schwierigkeiten - die Telefonver-

bindungen waren miserabel etc. - entwickelte sich das Unternehmen. "Es gab eine gute Zulieferstruktur", so Andrea Vock. Wichtig waren für gute Werbung natürlich die gute Druckerei, aber auch gute Filmstudios mit Toptechnik. Und so ging es Stück für Stück voran. Die Agentur wurde größer, Aufträge kamen von der Landesregierung, vom Wirtschafts- und vom Familienministerium, von der ZAB, vom Bundesfamilienministerium. Heute gehören auch das Bundespresseamt und das Bundespräsidialamt zu den Auftraggebern. Ihr Schwerpunkt liegt auf stark erklärungsbedürftigen Produkten, Kampagnen der Landesregierung und der Pharmazie. 2000 hatte Andrea Vock 33 Mitarbeiter, heute sind es etwas weniger, aber sie ist dabei, die Mitarbeiterzahl wieder aufzustocken. Sie liebt ihren Beruf. Gezweifelt hat sie zwi-

[1 & 2] Andrea Vock in ihrem Büro, der Rühmann Villa in der Karl-Marx-Straße [3] Einer von vielen Preisen der „Golden Eagle 2006“ [4] Andrea Vock im Gespräch



schendurch dennoch. Medizin oder Werbung waren die beiden Studiengänge, die sie sich nach dem Abitur vorstellen konnte. Pragmatisch und von den Eltern bestärkt, wählte sie die Werbung. Hier bekam sie sofort einen Studienplatz. "Das Studium war einfach", fand sie. Und so hat sie damals schon viel gearbeitet und gut Geld verdient. Doch nach dem Studium kamen die Zweifel. Als sie in ihrer ersten Werbeagentur einen Arbeitsplatz bekam und dort zunächst in die Dunkelkammer und zum Kaffeekochen geschickt wurde: "Ich

wurde wie eine Praktikantin behandelt". Nichts Ungewöhnliches in der Branche. "Die großen Agenturen hatten eine klare Hackordnung, jeder Neuling wird erst einmal kleingemacht." Doch sie setzte sich durch: Von der Junior- zur Artdirektorin bis zur Kreativdirektorin arbeitete sie sich hoch. Bei jeder Station wechselte sie die Agentur. Zwei Jahre schaffte sie so, doch dann reichte es ihr und sie machte sich selbstständig. "Ich wollte in meiner Agentur alles anders und besser machen", erklärt sie.

Die Zeit in den großen Werbeagenturen halfen ihr: So hatte sie den Goldenen Cannes Löwen für die Camel-Werbung als Senior Art Director bei McCann Erickson mit ihrem Team geholt. Eine Referenz, die ihr nutzte. Auch die Kontakte zur Universität hatte sie schon früher: "Ich habe immer wieder auch unterrichtet." Nach einer langjährigen Gastdozentinnen-Rolle am Institut der Hochschule der Künste in Berlin, dem IEB institut of electronic business, lehrt sie nun an der Uni Magdeburg und ist dort auch stellvertretende Vor-

POLITIK & WIRTSCHAFT

UNTERNEHMERPORTRAIT

sitzende am Institut für Medienmanagement. Die Verbindung zu Hochschulen sieht sie als wichtig an. "Reale Projekte zwischen Wirtschaft und Wissenschaft sind die Zukunft", betont sie. So ist für sie Babelsberg auch immer stärker der Hochschul- und Medienstandort. "Das war anfangs nicht so, das hat sich geändert", sagt sie rückblickend. 1992 spürte sie hier noch viel stärker das Feeling der großen Vergangenheit mit UFA und DEFA. Aber egal, ob Film oder Wissenschaft und Medien, Babelsberg ist auf jeden Fall ein Begriff in der Welt der Kreativen: "Egal, wo



3



ich hinkomme, Babelsberg ist bekannt." Und sie hofft, dass diese Kreativitätslandschaft noch stärker ausgebaut wird. "Vielleicht schaffen wir ja ein 2. Bauhaus." Doch schon jetzt ist Potsdam und Brandenburg für sie unschlagbar. Auch wenn man in München mehr verdient und Auftraggeber und Auftragnehmer dort fairer miteinander umgehen. Hier findet Entwicklung im Zeitraffer statt, hier kann man noch was bewegen und Dinge vorantreiben. "In den Alten Bundesländer sind die Strukturen festgeklopft."

Und auch privat schätzt sie Babelsberg: "Hier gibt es einfach alles, Familien, Alteingesessene, Neuzuzügler, Promis, Hasso Plattner." Für ihre Kinder sei Babelsberg einfach ideal, gute Kindergärten, gute Infrastruktur, viel Natur und die Stadtnähe, eine Struktur, wie eben in ihrer eigenen Kindheit.

Auch wenn man in München mehr Geld verdient, für Andrea Vock ist Geld nicht entscheidend. Und so mischt sie lieber in Pots-



dam weiter mit: Im Rotary, im Wirtschaftsrat, in der IHK, im Familienbeirat der brandenburgischen Landesregierung und als Handelsrichterin beim Landgericht Brandenburg. Und natürlich in der Werbung...