

CROSSMEDIA feiert mit Spendenkampagne zehn Jahre Kultur am Standort Berlin

Ein Interview mit den Büroleitern Mete Atam und Sebastian Siewert

Berlin, 08. Oktober 2020. Im Rahmen ihres zehnjährigen Jubiläums haben die Mitarbeiter der Berliner Crossmedia mit Unterstützung von WallDecaux eine Digital City Light-Kampagne im Berliner U-Bahn-Netz entwickelt und geschaltet. Vom 29.09. – 05.10.2020 rotieren unterschiedliche Motive eigens ausgewählter Wohltätigkeitsorganisationen auf den Werbeflächen der U-Bahnhöfe, um verstärkt Aufmerksamkeit und Unterstützung zu generieren.

Mit der Aktion zeigen die Mitarbeiter der Agentur, wie Unternehmen mit ihren Fähigkeiten gemeinnützige und soziale Einrichtungen unterstützen können. Sie übertragen ihre eigene unternehmerische Kraft auf einen anderen Kontext, um einen kleinen Teil für Organisationen zu tun, die sonst sehr viel für andere tun. Da stellt sich die Frage: Aus welcher Kultur entwickeln sich solche Ideen? Um zu erfahren, wie die Crossmedia tickt, haben wir die Berliner Büroleiter Mete Atam und Sebastian Siewert zum Interview gebeten.

Das Office als Kulturzentrum

Ein Gespräch mit Mete Atam, Standortleiter Crossmedia Berlin, und Sebastian Siewert, Unit Director Berlin, über die Arbeits- und Unternehmenskultur der CROSSMEDIA in Kreuzberg.



Wie seid Ihr auf die Idee gekommen, Euer Jubiläum für eine Spendenkampagne zu nutzen?

Atam: Mit Media bauen wir Bühnen, um Marken zum Strahlen zu bringen. So ein Jubiläum wäre ein Anlass, sich selbst auf eine Bühne zu stellen. Das passt aber nicht zu uns. Wir wollten den Anlass lieber nutzen, um mit unserer Arbeit Organisationen Aufmerksamkeit zu verschaffen, die heldenhafte Arbeit leisten, aber selten im Rampenlicht stehen.

Siewert: Die Idee für die Spendenkampagne ist bei einem unserer Corona-Video Calls mit

dem gesamten Team entstanden. Bei der Auswahl der Organisationen war uns wichtig, wirklich jeden Kollegen miteinzubeziehen. Wir leben von der Vielfalt unserer Meinungen, Einstellungen und Charaktere, das sollte sich wiederfinden. Jeder sollte die Möglichkeit haben, mit der Auswahl eines Projekts eigene Herzenthemen einzubringen. Dank der Unterstützung unseres Partners WallDecaux können wir diese besondere Kampagne umsetzen.

Was macht die CROSSMEDIA Berlin aus?

Atam: Das Team, der Zusammenhalt und der Anspruch, die richtigen Dinge richtig gut zu tun. Das gilt sicher für Crossmedia im Ganzen, aber durch unsere Größe von 20 Köpfen und durch unseren Standort in der Hauptstadt verdichtet sich das noch einmal und wird so besonders spürbar.

Siewert: Unsere Kultur spielt dabei eine besondere Rolle. Sie ist für uns Kraftstoff und Klebstoff, definiert die Leitlinien, wie wir zusammenarbeiten.

Wie zeigt sich die besondere Zusammenarbeit im Agenturalltag?

Atam: Kommunikation ist nicht nur das, was wir machen, sondern auch essenziell für das „Wie“ und damit für die Qualität unserer Arbeit. Daraus ergibt sich, dass wir mit unserem Büro einen Ort, eine Begegnungsstätte, schaffen möchten, an den jeder gerne kommt, um sein Bestes zu geben. Der Weg zur Exzellenz beginnt bei uns mit einer starken Kultur. Teilhabe, Mitspracherecht und persönlicher Erfolg spielen hierbei eine große Rolle: Jeder kann, soll, muss sich aktiv einbringen und seine Ideen und Meinungen mit den anderen teilen. Daher ist das Büro so angelegt, dass die Interaktion zwischen Kollegen innerhalb der Teams sowie teamübergreifend gefördert wird – ob bei der Arbeit oder bei einer Runde Tischtennis im Hof.



Siewert: Die für uns wichtigste Erkenntnis dabei: Unabhängig von Alter, Geschlecht, kulturellem Hintergrund und speziellen Fähigkeiten – für den Wohlfühlfaktor ist entscheidend, dass jeder mitwirken kann, um die Arbeitsumgebung zu gestalten. Wir sehen unser Büro daher als Kulturzentrum, nicht nur als der Erfüllungsort des Arbeitsvertrags.

Viele Unternehmen sprechen über Corporate Social Responsibility. Wie sieht gesellschaftliche Verantwortung bei CROSSMEDIA aus?

Atam: Gesellschaftliche Verantwortung ist ein weites Feld, gerade im Bereich Medien. Crossmedia positioniert sich zum Beispiel ganz klar zur Wichtigkeit von Qualitätsjournalismus und der Rolle von Medien als Eckpfeiler der Demokratie.

Siewert: Mit unserer Jubiläumskampagne möchten wir außerdem ein deutliches Zeichen für soziales Engagement setzen. Grundsätzlich verfolgen wir mit unseren Engagements immer auch einen dezentralen Ansatz und ermöglichen Vielfalt, in dem wir Mitarbeitern Raum geben, beispielsweise an Friday for Future-Veranstaltungen teilzunehmen. Fest etabliert seit vielen Jahren haben sich bei uns Projekte wie die Rosinenbömbchen in der Vorweihnachtszeit – hier stellen alle Kollegen in den deutschen Crossmedia-Büros kleine Tüten für Obdachlose mit Hygieneartikeln, Lebensmitteln und einer kleinen persönlichen Nachricht zusammen. Außerdem haben wir dieses Jahr erstmals einen festen „Freiwilligentag“ ins Leben gerufen: Jeder Mitarbeiter darf sich einen Tag Arbeitszeit aussuchen, an dem er eine gemeinnützige Aktion seiner Wahl unterstützt.

Apropos Vielfalt und Eigenständigkeit: Wie haltet Ihr es mit der Vertrauensarbeitszeit?

Atam: Schon vor Corona hatten wir eine offene Haltung gegenüber Remote-Work, um Arbeit und Privates flexibler kombinieren zu können. Wir setzen hierbei auf Vertrauen, Verantwortung und Flexibilität. Solange eine ausreichende Internetleitung verfügbar ist, spielt der Ort eine untergeordnete Rolle für Remote-Work, das kann dann Berlin oder eben an der Ostsee sein. Zeitlich geben Kundenanforderungen den Rahmen vor, enge Abstimmungen im Team und die eigene Verantwortung für die Projekte setzen wir voraus. Das Ziel war und bleibt aber, im Büro

zusammen zu kommen, denn die Gemeinschaft zu erleben und gemeinsam kreativ zu werden, ist ein sehr wichtiger Teil unseres Arbeitslebens.

Habt Ihr eine Job-Devise, nach der Ihr Euch richtet?

Wir haben die Art und Weise, wie wir hier in Berlin miteinander agieren wollen in unserem eignen Leitgedanken verdichtet, der lautet: „We care – We dare!“. Dieser Slogan bedeutet für uns, dass wir zueinanderstehen, gemeinsam Verantwortung übernehmen und gegenseitig aufeinander aufpassen, um mutig für die beste Lösung zu kämpfen – und auch mal den unbequemen Weg zu gehen, wenn er der richtige ist.

„... und wie ist der ideale Mitarbeiter für CROSSMEDIA?“

Siewert: Wir haben die Art und Weise, wie wir hier in Berlin miteinander agieren wollen, in unserem eignen Leitgedanken verdichtet, der lautet: „We care – We dare!“. Dieser Slogan bedeutet für uns, dass wir zueinanderstehen, gemeinsam Verantwortung übernehmen und gegenseitig aufeinander aufpassen, um mutig für die beste Lösung zu kämpfen – und auch mal den unbequemen Weg zu gehen, wenn er der richtige ist.

Über CROSSMEDIA

CROSSMEDIA steht für unabhängige und differenzierende Kommunikationsberatung. Seit Agenturgründung 1997 hat sie sich als die Alternative zu den globalen Media-Networks etabliert. Mit insgesamt über 550 Mitarbeitern ist CROSSMEDIA mit acht Büros in Deutschland, den USA sowie Großbritannien vertreten. Als einzige Mediaagentur Deutschlands lässt sich CROSSMEDIA seit 2007 ihre interessenneutrale Mediaberatung im Sinne der Transparenz jährlich zertifizieren. Beim Deutschen Mediapreis 2018 erhält CROSSMEDIA für Haltung und stetige Weiterentwicklung die Auszeichnung „Agentur des Jahres“. Zum Kundenportfolio gehören u. a. Aktion Mensch, SuperRTL, Betway, DER SPIEGEL, Fressnapf, HeyCar, Tamaris und LIDL.

www.crossmedia.de | www.crossmedia.com

Pressekontakt

CROSSMEDIA GmbH
Franziska Kook | Judith Reckert
Hildebrandtstraße 24A
40215 Düsseldorf
fon: 0211.86652.442 | 194
kook@crossmedia.de | reckert@crossmedia.de

CROSSMEDIA Berlin

Mete Atam | Sebastian Siewert
Lichtfabrik
Kohlfurter Straße 41/43
10999 Berlin
fon: 030.6165708.358 | 346
atam@crossmedia.de | siewert@crossmedia.de