

Creative Spaces

# Crossmedia fördert mutige Agentur-Kultur

*Media-Agenturen verdienten sich in den vergangenen Jahren den Ruf, nicht nur die Aussteuerung von Kampagnen verantworten zu können, sondern auch selbst Kreativität auf die Straße zu bringen. Crossmedia aus Berlin plaudert nach einer Dekade am Markt über kreative Räume, das Jubiläum und Agentur-Kultur in Corona-Zeiten.*

**new business:** Was braucht ein Raum generell, um Kreativität zu fördern?

**Mete Atam:** Wir glauben, dass Kommunikation unsere Arbeit besser macht. Kommunikation funktioniert besonders gut, wenn das Team gern zusammenkommt. Wir wollen einen Ort mit kollegialer Atmosphäre schaffen, der dazu einlädt, sich auszutauschen, um gemeinsam unser Bestes zu geben.

**Sebastian Siewert:** Dabei geht es uns um mehr als nur das Interieur. Lage und Umgebung, Ambition und Einstellung, Team und Kultur definieren letztlich unser "Büro". Dieses Zusammenspiel ist essenziell, weshalb wir unser Office auch mehr als Kulturzentrum denn Erfüllungsort des Arbeitsvertrags verstehen.

**nb:** Unternehmenskultur ist ein großes Thema - Wie wird aus einem Büro denn ein Kulturzentrum?

**Atam:** Wir messen Raum nicht nur in Quadratmetern, sondern auch in Freiheit und Verantwortung. Dafür braucht es die passenden Charaktere: direkt, hungrig, offen, tolerant – und eben auch bereit, mal den unbequemen Weg zu gehen, wenn er denn der richtige ist.

**Siewert:** Die Art und Weise, wie wir hier in Berlin miteinander agieren, haben wir in unserem eigenen Leitgedan-

ken verdichtet: "We care – We dare!". Er bedeutet für uns, dass wir zueinanderstehen, gemeinsam Verantwortung übernehmen und aufeinander aufpassen, um mutig für exzellente Ergebnisse zu kämpfen.

**nb:** Welches ist Ihr Lieblingsplatz in der Agentur – und warum?

**Siewert:** Der große Esstisch ist sicher der zentrale Punkt der Agentur, an dem alle Platz finden. Das hat dann schon etwas Familiäres; besonders, wenn einige noch selbst gekochtes Essen mitbringen.

**Atam:** Oder unsere Tischtennisplatte, die wir gern zur "Nachbesprechung" in den Hof schieben. Ansonsten hat sicherlich jeder seine spezielle Ecke. Der eine braucht Platz und läuft beim Telefonieren täglich einen Halbmarathon. Der andere sitzt am liebsten auf dem Boden, wodurch man bei uns auch gerne mal Kissen hinter einer kleinen Wand findet. Um den Kopf freizukriegen oder einfach nach Feierabend, nutzen wir unseren Konfi auch gern für einige Runden Mario Kart.

**nb:** Wer hat das Gestaltungskonzept der Räume entwickelt?

**Atam:** Unser Architekt Martin Beilmann begleitet Crossmedia schon seit der Gründung. Über die Jahre hat er ein



Foto: Jan Lachwig

Der Werbekaufmann Sebastian Siewert war u. a. bei UM in Nürnberg als Mediaberater und als (Senior) Mediaberater bei WallDecaux. Im November 2015 stieg er als Gruppenleiter von Crossmedia Berlin ein. Seit drei Jahren bildet er als Unit Director mit Mete Atam die Crossmedia Berlin-Doppelspitze.

Nach seinem Studium der Marketingkommunikation war Mete Atam 13 Jahre als Berater und Strategie für Kommunikation, Branding und Markenführung für Agenturen wie Heimat, MetaDesign und different tätig. Seit Oktober 2017 ist Atam Standortleiter von Crossmedia Berlin.



Foto: Jan Lachwig



Gemeinschaft In- und Outdoor: Das Crossmedia Berlin-Team pflegt seine Kultur mit Mittagessen in familiärer Atmosphäre und mobilen Tischtennis-Sessions.



Fotos: Jan Ladwig

gutes Gespür entwickelt, wie wir ticken und welch hohen Stellenwert Kultur bei uns hat. Damit hat er aus dem Gesamtkonzept der Agentur ein maßgeschneidertes Design für den Berliner Standort übersetzt. Das spüren die Kunden, das fühlt das Team in unseren Räumlichkeiten.

**Siewert:** Das offene Raumkonzept steht für gemeinsamen Austausch und lebhaftes Diskutieren. Mit dem Sperrholz vermitteln wir unsere Werte: bodenständig sein, gemeinschaftlich Anpacken und immer in Bewegung sein. Daher auch Kreuzberg: In der bunten Umgebung fühlen wir uns als Ideenkollektiv inspiriert und wohl – das passt.

**nb:** Crossmedia Berlin hat kürzlich zehnjährigen Bestehen gefeiert. Sie haben nicht klassisch die Sektoren knallen lassen, sondern eine Spendenkampagne gestartet.

**Atam:** Wir können uns auch gut ohne Anlass feiern. Zum Jubiläum muss es schon etwas mehr sein. Die Idee für die Spendenkampagne ist mit dem gesamten Team entstanden. Wir wollten mit unserer Arbeit gemeinnützige Organisationen feiern, die heldenhafte Arbeit leisten, aber selten im Rampenlicht stehen.

**Siewert:** Dabei soll die Kampagne auch uns widerspiegeln: mit Vielfalt den Unterschied machen. Wir leben von der Diversität unserer Meinungen, Einstellungen und Köpfe - das sollte sich wiederfinden. Daher haben wir allen Kollegen die Möglichkeit gegeben, mit der Auswahl eines Projekts eigene Herzensthemen einzubringen.

**nb:** Wie wirkt sich Corona auf die Raum-Nutzung aus?

**Siewert:** Spannend wird die Herausforderung, wie wir aus der Corona-Zeit lernen, die neue Normalität mit dem alten Normal zu verschmelzen: das Beste aus beiden Welten zu erarbeiten, Identifikationsthemen zu behalten und trotzdem die notwendige Agilität zu fördern.

**Atam:** Wir binden hier vor allem die Mitarbeiter mit ein. Sicherlich wird nicht alles realisierbar sein, aber es ist erstaunlich, wie klar der gemeinsame Nenner aller doch ist. Dabei geht es um weit mehr als die zukünftige Balance zwischen Home Office und Agentur, sondern vor allem darum, wie wir unsere Kultur weiterhin als unseren Kleb- und Kraftstoff nutzen können.

Interview: Vanessa Rummelhagen/Sophia Brodersen

## 10 JAHRE CROSSMEDIA BERLIN – SPENDENKAMPAGNE

Zum Jubiläum haben die Mitarbeiter des Berliner Büros mit Unterstützung von WallDecaux eine Digital City Light-Kampagne im Berliner U-Bahn-Netz entwickelt und geschaltet. Vom 29.09. – 05.10.2020 rotierten unterschiedliche Motive ausgewählter Wohltätigkeitsorganisationen auf den Werbeflächen der U-Bahnhöfe, um Aufmerksamkeit und Unterstützung zu generieren.

## CROSSMEDIA BERLIN

Gründungsjahr:	2010
Standortleitung:	Mete Atam und Sebastian Siewert
Mitarbeiter:	20
Weitere Standorte:	insgesamt 8 Büros in Deutschland, USA und Großbritannien
Größe:	321m <sup>2</sup>
Kunden:	Ärzte ohne Grenzen, BMW, Cosnova, Decathlon, Gustavo Gusto, Ovomaltine, Suzuki