

Creative Spaces

# Crossmedia: Hamburger Büro lädt zum Wohlfühlen ein

*Crossmedia Hamburg hat sich zum 15-jährigen Jubiläum neugestaltete Räumlichkeiten gegönnt. Client Service Director David Manschwedat, der hauptverantwortlich für das Makeover war, erklärt, warum es sich im neuen Büro besser arbeitet.*

**new business:** Das Hamburger Crossmedia-Team feiert dieses Jahr das 15-jährige Bestehen. Als Geschenk gab es ein 'generalüberholtes Büro'. Was wollten Sie Ihrem Team mit den neuen Räumlichkeiten im Stadtteil Ottensen bieten – verglichen mit den alten?

**David Manschwedat:** Ein Büro sollte längst nicht mehr einem Selbstzweck dienen. Noch besser – oder schlechter – drückt es das Synonym 'Arbeitsplatz' aus: Ein Platz, an dem ausschließlich gearbeitet wird, darf es nicht geben. Wie wäre es stattdessen mit 'Wohlfühlplatz', 'Zusammenplatz' oder 'Entfaltungsort'? Genau dies wollen wir nämlich unseren Mitarbeiter:innen bieten: einen Ort, in dem man sich aufhalten möchte, sich entwickeln und entfalten kann – oder einfach nur gemeinsam Zeit verbringen möchte für mehr Austausch. Die Räumlichkeiten bei uns waren nie darauf ausgelegt, maximal viele Menschen auf minimal wenig Raum zu pferchen. Individualität wird in unseren Offices großgeschrieben. Jetzt aber nochmal mehr, denn die Freiheit und der Mut zum Andersdenken haben wir nun noch schärfer definiert: Nur wenn jede:r meiner Kolleg:innen sich individuell ausdrücken, arbeiten und sich wohlfühlen kann, ist die Gesamtheit kreativ. Zehn Cent fürs Phra-

senschwein: Als Agentur sind wir nur so gut wie unserer Mitarbeiter:innen.

**nb:** Was braucht ein Raum, um Kreativität zu fördern?

**Manschwedat:** Wenn man seinen Mitarbeiter:innen zu- und auch in sich selbst hineinhört, ist das gar nicht so schwer. Zuerst: Weg von der Routine! Arbeite mal von zu Hause, mal im Büro, sitz mal am Platz X, stehe mal am Tisch Y. Umgib dich mit anderen Kolleg:innen. Lerne stetig weiter. Nimm dir Raum und Zeit für Gedanken – groß, klein, verrückt. Beispiel: Meine Düsseldorfer Kolleg:innen ziehen mittelfristig in ein neues Gebäude, in das auch Ideen der Teams einfließen werden. In unserem Intranet gibt es mit 'Creating X' eine eigens entwickelte Plattform, auf der alle von uns Anregungen einbringen oder auch diskutieren können. Dabei können es kleine und große Gedanken sein. So entstehen Identifikation, Wertschätzung und letztlich Raum für Kreativität innerhalb der Gemeinschaft.

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

**Manschwedat:** Darf ich auch zwei Antworten geben? Mein persönlicher Lieblingsplatz ist 'Planten un Blumen': ein verwinkelter Raum, der durch viele Pflanzen, indirektes Licht, die ein oder andere – unechte – Schlange und einer Zwitscherbox einen etwas surrealen Ort darstellt. Wenn ich mit Kunden über Cost per X spreche und aus dem Augenwinkel eine Liane hängen sehe, ist das in dem Moment ein Stress-Killer. Der Lieblingsplatz meiner Kolleg:innen scheint aber die neue Schaukel im Innenhof zu sein. Der Andrang ist so groß, dass wir sie in unser internes Platz-Buchungstool 'Desk Finder' aufgenommen haben. Natürlich mit einem Augenzwinkern.

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

**Manschwedat:** Das Konzept haben wir inhouse in Hamburg entwickelt. Wir waren eine kleine Gruppe von vier Kolleg:innen. Das war bewusst so gewählt, wir wollten keine Zeit verlieren. Geschrieben und analysiert wird

Timo Kronsbein, Markus Siegel und David Manschwedat (v.l.) leiten das Hamburger Team von Crossmedia.



Foto: Jan Laewig



Foto: Jan Ladhwig



Foto: Crossmedia



Foto: Jan Ladhwig

Die Agenturräume bei Crossmedia Hamburg sollen das Zusammensein, den Austausch und die eigene Entfaltung ermöglichen.

überall viel; es gibt viele Meinungen und Konzepte. Wichtig ist aber, dass man versteht, dass es hier keine Eins oder Null gibt, kein New-Work-Endergebnis. Vielleicht ist das, was wir gerade machen, in einem Jahr wieder obsolet. Dann müssen wir vielleicht nochmal ran und weiterentwickeln. Auf keinen Fall werden wir dann aber bereuen, jetzt diesen Schritt gemacht zu haben. Als ich unseren Gründer Markus Biermann irgendwann im ersten Quartal anrief und ihm von dem Projekt in Hamburg erzählte, startete ich mit den Worten: 'Ich werde dir keine Ideen-Papiere oder Kostenvoranschläge zeigen. Ich möchte, dass du sagst 'David, mach!'.

**nb:** Und das hat funktioniert, nehme ich an.

**Manschwedat:** Ja, das Go kam dann relativ schnell. Natürlich haben wir uns anschließend immer mal wieder ausgetauscht, aber es zeigt sehr schön, dass wir schnell gestalten können, im Zweifel unseren Kurs korrigieren, aber niemals hinterherlaufen wollen. Daher haben wir viel selbst gemacht. Natürlich haben wir uns in der Umsetzung dann lokalen Gewerken bedient, weil ich es auch keinem zumuten möchte, wenn ich einen neuen Lichtkreis anschließe oder den Pinsel schwinde. Bei der Wandgestaltung wurden wir von Marius Rehberg unterstützt, einem ortsansässigen Illustrator, der die weißen Wände mit Motiven zum Leben erweckte.

Interview: Sophia Fiedler

Foto: Jan Ladhwig



David Manschwedat: "Nur wenn jede:r meiner Kolleg:innen sich individuell ausdrücken, arbeiten und sich wohlfühlen kann, ist die Gesamtheit kreativ."

## AGENTUR-DATEN

|                    |   |
|--------------------|---|
| Name:              | CROSSMEDIA Hamburg  |
| Gründungsjahr:     | 2006  |
| Standortleiter:    | David Manschwedat, Markus Siegel und Timo Kronsbein   |
| Mitarbeitende:     | 30  |
| Weitere Standorte: | insgesamt acht Büros in Deutschland, USA und Großbritannien   |
| Größe:             | ca. 800 qm  |
| Kunden:            | Der Spiegel, DAK-Gesundheit, Easy-Park, LichtBlick, Plan International, Suzuki, Tamaris, Vanguard, Yogi Tea |