

## **CROSSMEDIA ist PATRON OF WELCOMING OUT**

... und setzt damit ein klares Zeichen für Akzeptanz und Toleranz – Werte, die meist nur passiv statt aktiv gelebt werden.

**Hamburg, 16.06.2022. Akzeptanz, Vielfalt und Toleranz sind Eckpfeiler eines gemeinsamen Arbeitens. Alle von uns würden sich diese Attribute zuschreiben und bestätigen. Wichtig ist aber, dass Einstellung und Haltung nicht nur passiv bleiben, sondern auch aktiv bestätigt und gezeigt werden – mit der Initiative WELCOMING OUT aus Hamburg gehen wir diesen Schritt und supporten als Patron Werte und die aktuell laufende Bildungskampagne.**

CROSSMEDIA unterstützt die gesellschaftliche Bildungskampagne, die sich vor allem an die heterosexuelle Bevölkerung richtet und mit klaren Worten erklärt, warum es wichtig ist, ein einfaches Symbol offen zu tragen, welches die eigene Akzeptanz für LGBTIQ+ Personen ausdrückt. Zentrale Botschaft: Mach' den ersten Schritt und deine ohnehin vorhandene, positive Einstellung zu Diversity sichtbar!

Wir hoffen damit eine gesellschaftliche Bewegung auszulösen. Das machen wir zusammen mit der Kreativagentur CarlNann und Support u. a. von Beiersdorf, Facebook, Google, Otto, Ströer, WallDecaux und FC St. Pauli. Viele weitere werden hoffentlich noch in das Bündnis eintreten. „Vielfalt ist ein hohes gesellschaftliches Gut, das wir bei CROSSMEDIA fördern und fordern. Als PATRON OF WELCOMING OUT haben wir eine perfekt passende Plattform gefunden. Ich erwarte von mir und meinem Umfeld ein Wertesystem, das dem entspricht – mit WELCOMING OUT als Symbol kann ich das auch zeigen“, erläutert Gero Maskow, Geschäftsführer bei CROSSMEDIA, den Beitritt und die Unterstützung des Media Independents.

Viele Menschen haben zwar eine unterstützende Einstellung gegenüber LGBTIQ+ Personen, aber nur die wenigsten sprechen darüber. Gleichzeitig befürchten viele LGBTIQ+ Menschen, dass ihre sexuelle Orientierung bzw. geschlechtliche Identität von anderen nicht akzeptiert wird – ob in Familie, Alltag oder Job. Deshalb verbergen sie diese; und damit einen großen Teil ihrer Persönlichkeit. Die Bildungsarbeit passiert zum einen durch die Kampagne selbst, welche wichtige Informationen rund ums Coming-out in die Breite der Hamburger Gesellschaft trägt und hierbei durch vertiefende Formate auf Social Media und einer darauf ausgelegten Website flankiert wird. Auch Events mit inhaltlichem Bezug zu konkreten Anlässen wie bspw. dem CSD oder dem Diversity-Tag werden stattfinden.

Der Artikel ist in unserer Agenturzeitschrift NEW WORK TIMES 01/2022 erschienen.

## **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 600 Mitarbeitenden 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, Bifi, Bundeswehr, DER SPIEGEL, Fressnapf, LIDL, Suzuki und Tamaris.  
[www.crossmedia.de](http://www.crossmedia.de) | [www.crossmedia.com](http://www.crossmedia.com) | [www.xmvoice.blog](http://www.xmvoice.blog)

**Pressekontakt**

CROSSMEDIA GmbH  
Franziska Kook  
Hildebrandtstraße 24A  
40215 Düsseldorf  
fon: 0211.86652.442  
[kook@crossmedia.de](mailto:kook@crossmedia.de)