

CROSSMEDIA etabliert 35-Stunden-Flex-Woche dauerhaft

Düsseldorf, 26. Juli 2022. Zum 1. Januar ist 2022 ist die unabhängige Mediaagentur mit einem neuen Arbeitsmodell gestartet – zunächst als sechsmonatiges Test- und Lern-Projekt. Nach erfolgreichem Abschluss der Testphase verkündet Gründer Markus Biermann nun, dass das „Future Work“-Modell dauerhaft eingeführt wird.

Gewagt, getestet, geglückt – so lassen sich die vergangenen sechs Monate New Work bei Crossmedia beschreiben. Seit Januar hat die unabhängige Mediaagentur ein neues Arbeitsmodell ausprobiert, das die Wochenarbeitszeit bei vollem Lohnausgleich auf 35 Stunden reduziert, über den Tag hinausgehende Gleitzeit mit Überstundenausgleich eingeführt und die freie Wahl des Arbeitsortes ermöglicht hat. Nun ist klar: Der Test lief so gut, dass Crossmedia das Modell auch in Zukunft fortführen wird. Der Independent gibt damit seinen Mitarbeitenden die Chance, ihre Arbeit freier und selbstbestimmter zu gestalten, als es bei den meisten anderen Agenturen oder Unternehmen aktuell möglich ist – und sieht bereits erste positive Auswirkungen.

Ein wesentlicher Faktor für die Entscheidung, ob das Modell über die Testphase hinaus etabliert werden soll, war die Zufriedenheit der Mitarbeitenden. Und die scheint gegeben: In einer internen Umfrage zum Ende der Testphase haben sich 100 % für eine Fortführung des Modells ausgesprochen. Bei Dreiviertel der Befragten stößt das Konzept nach sechs Monaten auf volle Zustimmung, ein Viertel sehen sich auf einem ausbaufähigen, aber sehr gutem Weg. 88 % der Teilnehmenden kommen mit der Flexibilisierung der Arbeitszeit bestens zurecht und geben an, dass die Qualität ihrer Arbeit sowie die Kundenzufriedenheit auch bei geringerer Arbeitszeit positiv ist. Darüber hinaus bestätigen 60 %, dass ihre Motivation seit der Einführung deutlich gestiegen ist, da sie sich u. a. wertgeschätzt fühlen. 58 % geben zudem an, dass ihre Produktivität zugenommen hat. Für einen Großteil der Befragten liegt der Schlüssel für den Erfolg des Modells vor allem in einer noch besseren Teamarbeit, dem Hinterfragen der eigenen Arbeitsweisen und einer sehr offenen Kommunikation mit Kolleg:innen und Kund:innen.

Crossmedia-Gründer Markus Biermann dazu: „Ich habe eigentlich nie daran gezweifelt, dass der Test erfolgreich verlaufen wird. Aber gerade zu Beginn brauchten wir etwas, bis wir uns eingegroovt hatten und dann fragt man sich natürlich schon, ob man den richtigen Weg eingeschlagen hat. Heute können wir aber sagen: Die Entscheidung war vielleicht gewagt, aber sie war richtig und sie differenziert uns am Markt. So konsequent, wie wir New Work leben, machen das aktuell nur ganz wenige.“

Managing Partner Andrea Schroeder, die an der Entwicklung des Konzeptes beteiligt war und den internen Change-Prozess maßgeblich moderiert hat, ergänzt: „Wir bekamen von allen Seiten gespiegelt, wie einig und positiv wir auf allen Ebenen an diese nicht unerhebliche Veränderung herangegangen sind. New Work heißt ja nicht nur andere Arbeitszeiten – es bedeutet auch, die eigene Arbeitsweise auf den Prüfstand zu stellen und sich mit einem neuen Verständnis von Führung auseinanderzusetzen. Das ist nicht unbedingt ein Selbstläufer. Dass wir das innerhalb nur eines halben Jahres bereits so gut geschafft haben und sogar schon erste positive Auswirkungen spüren, darauf können wir zurecht stolz sein.“

Über CROSSMEDIA Future Work

Seit dem 1. Januar 2022 gilt bei Crossmedia eine neue Zeitrechnung: Die Arbeitszeit der Vollzeitkräfte beträgt 35 statt 38 Wochenstunden; auch die Stunden der Teilzeitkräfte werden anteilig reduziert. Anfallende Überstunden werden über ein Zeitkonto ausgeglichen und die Arbeitszeit kann, mit Ausnahme des Sonntags, flexibel auf vier bis sechs Wochentage aufgeteilt werden. Ebenso flexibel ist es auch um den Arbeitsort bestellt, der komplett frei gewählt werden

kann – ohne Quote für Home oder Office. Das Projekt ist in den vergangenen Monaten durch mehrere Zwischenbefragungen bei der Belegschaft sowie durch externe Workshops auf Führungs- und Teamebene begleitet worden, sodass Problematiken und Hürden frühzeitig erkannt und aufgelöst werden konnten.

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. Zum Kundenportfolio gehören u. a. Aktion Mensch, Bundeswehr, Etihad, Gustavo Gusto, heycar, LichtBlick, LIDL, Suzuki, Tamaris und Tommy Hilfiger.

www.crossmedia.de | www.crossmedia.com | www.xmvoice.blog

Pressekontakt

CROSSMEDIA GmbH
Ann-Sophie Altmeier
Hildebrandtstraße 24 A
40215 Düsseldorf
fon: 0211.86652.171
mobil: 0173.1735260
altmeier@crossmedia.de