

CROSSMEDIA baut internationales Geschäft aus

Mit Federico Gai als Managing Partner und Julia Oomen-Jakubassa als Director verstärkt die inhabergeführte Mediaagentur ihr internationales Team auf Führungsebene und baut ihre Position als globaler Media-Independent aus.

Düsseldorf, 31.01.2023. Bei CROSSMEDIA stehen die Zeichen für das internationale Geschäft auf Wachstum. Das von den Standorten Düsseldorf, Berlin und Hamburg heraus agierende „Crossmedia International“-Team hat sich in den letzten zwei Jahren verdoppelt und bildet nun die größte Planungsunit innerhalb der Crossmedia. Die Berater:innen und Planer:innen arbeiten eng vernetzt mit den Crossmedia-Teams in London, New York, Philadelphia und Los Angeles zusammen. Im internationalen Kundenportfolio der unabhängigen Agentur finden sich globale Unternehmen unterschiedlichster Struktur und Aufstellung, darunter große Namen wie Tamaris, PWC, Tommy Hilfiger, S&P Global und Etihad Airways. Letztgenannten Etat konnte Crossmedia erst kürzlich verteidigen und damit die erfolgreiche und mit mehreren Awards ausgezeichnete Zusammenarbeit fortsetzen.

Mit Federico Gai hat die inhabergeführte Agentur im letzten Jahr die Führungsriege ihres internationalen Bereiches ausgebaut. Gai ist zunächst als Director eingestiegen und nun nach kurzer Zeit zum Managing Partner International befördert worden. Er kommt aus dem WPP-Netzwerk, wo er 20 Jahre lang in verschiedenen Funktionen in Italien, UK und Deutschland das internationale Geschäft mitgestaltet und verantwortet hat. Sein Schwerpunkt liegt im Digitalbereich, u. a. war er als Client Service Director bei Essence Global Germany verantwortlich für das B2C- und B2B-Geschäft von Google.

An seiner Seite ist Julia Oomen-Jakubassa, die letztes Jahr zur Client Service Director International ernannt wurde. Die studierte Medienökonomin ist seit 2014 bei Crossmedia am Standort Düsseldorf und hat zuletzt als Group Head erfolgreich den Etihad Account gemanagt.

„Mit Federico und Julia haben wir ein starkes, digital-orientiertes Führungsduo etabliert, das sich in Kompetenzen und Persönlichkeit perfekt ergänzt. Das internationale Geschäft wird für Crossmedia immer wichtiger und macht mittlerweile einen signifikanten Teil unseres Umsatzes aus“, sagt Sebastian Schichtel, Managing Director International bei Crossmedia. „Für viele global agierende Kunden ist unser Angebot eine willkommene Alternative zu dem Ansatz, den die meisten Networks fahren. Wir erwarten in diesem Jahr weiteres Wachstum und investieren in Strukturen, Personal und Tools“, so Schichtel weiter.

Erfolgreich anders: Unabhängige lokale Expertise mit zentralisierten Services und Standards statt Profitcentern und starren Strukturen

Wie so Vieles in Bezug auf Selbstverständnis und Struktur unterscheidet sich auch der internationale Ansatz von Crossmedia von dem der großen Networks. Anstatt ein starres Set aus Büros und Profitcentern zu unterhalten, setzt Crossmedia einerseits auf eigene zentrale, digitale Services und Analytics sowie andererseits auf ein agiles Netz von lokalen Partnern, das gemäß den Anforderungen des Kunden zusammengestellt wird und nach definierten Standards über eine zentrale globale Media-Infrastruktur gesteuert wird. Dass dieser Ansatz für Kunden attraktiv ist, bezeugen die großen Namen im internationalen Portfolio der Agentur.

„Andere Independents bemühen sich, im Internationalen die Strukturen der Networks nachzubauen. Unser Ansatz besteht aus Zentralisierung, wo möglich und flexibel einsetzbarer lokaler Expertise, wo nötig. So können wir auf der einen Seite bündeln, kontrollieren und Effizienzen heben und auf der anderen Seite sehr individuelle, marktspezifische Lösungen entwickeln“, fasst Federico Gai zusammen.

Julia Oomen-Jakubassa ergänzt: „Das Konstrukt entspricht maximal dem Crossmedia-Credo der erfolgreichen Unabhängigkeit – es gibt uns die Freiheit, die wirklich beste Lösung für den jeweiligen Kunden zu bauen.“

Über CROSSMEDIA

CROSSMEDIA ist die global unabhängige Mediaagentur für alle, die Wert auf ehrliche, transparente und nur den Kundenzielen verpflichtete Beratung legen. Gegründet 1997 von Markus Biermann in Düsseldorf und 2000 von Kamran Asghar und Martin Albrecht in New York, beschäftigt die Agentur heute an insgesamt acht Standorten [Berlin, Bielefeld, Düsseldorf, Hamburg, London, Los Angeles, New York und Philadelphia] über 600 Mitarbeitende und betreut Kunden wie **Etihad** Airways, Lidl, U.S. Bank, Hartford, Illva Saronno, Tommy Hilfiger, Lovehoney und White Castle. Die Agentur wurde 2018 in Deutschland als erste Agentur des Jahres ausgezeichnet (W&V) und 2020, 2021 sowie 2023 zum vierten Mal in Folge als einzige Mediaagentur zu einem der Top 5 „Best Places to Work“ [AdAge] in den USA gekürt. Für ihr flexibles Arbeitsmodell wurde CROSSMEDIA Deutschland 2022 vom Handelsblatt mit dem „Mindshift Award“ ausgezeichnet.

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