Eine Villa voller Ideen und Visionen

Seit Beginn des Millenniums ist „Fullservice“ eine gern benutzte Agentur-Bezeichnung. Die Digitalisierung der Branche fordert jedoch zunehmend Spezialisierung. Verschiedene Experten und interdisziplinäre Zusammenarbeit unter einem Dach und unter einem Management sind die Lösung. Unter dem Giebel der Babelsberger Villa ist das der Agentur ad modum erfolgreich gelungen. Zum zehnjährigen Jubiläum entstehen unter der Dachmarke drei Firmen mit unterschiedlicher Ausrichtung. Stets begleitet von der Vision und dem Enthusiasmus der beiden Geschäftsführer.

SITZ der ad modum GmbH in der Karl-Marx-Straße 73 in Potsdam-Babelsberg

MIRIAM PETZOLD,
freie Journalistin & Content-Marketer.

Babelsberg ist der kreativste Quadratkilometer Deutschlands, sagt man in Potsdam. Ist man vor Ort, empfindet man ihn zusätzlich als einen der schönsten. Gegenüber der legendären Truman Villa, in der Alten Post Babelsberg mit der Hausnummer 73, befindet sich der Sitz der Agentur ad modum.

Geschichtsträchtige Umgebung

Auch ohne Vorwissen spürt man in der Karl-Marx-Straße die historische Bedeutung des Ortes. Viele Häuser haben ein modernes Kleid bekommen, die meisten blicken auf den idyllischen Griebnitzsee. Bereits Ende des 19. Jahrhunderts war diese Straße begehrt. Es siedelten sich viele Leinwandstars der nahegelegenen Ufa-Studios an. In unmittelbarer Nachbarschaft wohnte bis 1935 Konrad Adenauer. 1945 residierten in der Straße J. W. Stalin und der amerikanische Präsident Harry S. Truman.

2011 zog die Agentur ad modum vom Berliner Kurfürstendamm ins beschauliche Babelsberg. Den Umzug und den notwendigen Umbau haben die beiden Geschäftsführer nie bereut. Heiko Haenler meint vielmehr: „Wir haben das Haus nicht gesucht, es hat uns gefunden.“ Zusätzlich macht das Denkmal des japanischen Steinbildhauers Makoto Fujiwara den Weg in das Innere der Agentur unverwechselbar. Neben der Villa liegt der Hiroshima-Nagasaki-Platz. „Der Gedenkort soll ein Denkanstoß sein und ein Zeichen setzen", beschreibt Uwe Fröhlich, der Vorsitzende des Hiroshima-Platz-Potsdam e.V., das Kunstwerk. Ohnehin fügen sich der große Granitstein und die beiden Steine – aus Hiroshima und aus Nagasaki – in das Gesamtbild dieses Ortes ein. Die Werbetreibenden im Inneren der Villa verleihen Firmen aus verschiedenen Ländern mit unterschiedlichen Philosophien eine einzigartige Identität. Die südkoreanischen Firmen Cheil, Samsung und Hangkook Reifen gehören zum Kundenstamm der ersten Stunde. Auch viele nationale Größen, wie Verbio, beegy, die Symrise AG, der Verein Downsyndrom Berlin e.V. und Berlin Partner, Vertreter des Wirtschafts- und Technologiestandorts Berlin-Brandenburg, sind Kunden der Agentur.

Motivationsantrieb: idyllische Umgebung

Mit Blick auf den Griebnitzsee und geschmackvoll ausgebauten Büros für die sechsundzwanzig Mitarbeiter ist die Atmosphäre in der alten Villa familiär-idyllisch. Per Zufall wurde das Haus entdeckt und zum Mittelpunkt gekürt. Jörg Ganal, der Geschäftsführer für die kreativen Umsetzungen, erinnert sich: „Als ich mit dem Fahrrad hier vorbeifuhr und das verwunschene, zugewucherte Haus sah, rief ich Heiko sofort an und sagte ‚Das ist es!‘ “ Kurzerhand entschlossen sich die Unternehmer, die alte Villa zu sanieren und ihren Firmensitz vom schicken

Fotos: Unternehmen

City-West-Berlin ins beschaulichere Babelsberg zu verlegen.

2006 hatten Heiko Haenler und Jörg Ganal die Agentur mit fünf Mitarbeitern ins Leben gerufen. Aber nicht nur die Agentur wurde gegründet, sondern, für den weiteren Erfolg sehr wichtig, auch eine ewige Freundschaft zwischen den Gründern und Geschäftsführern. Zunächst konzentrierte man sich auf klassische Kommunikation und Veranstaltungsdesign. 2008 kamen die Unit „Digitale Medien“ und zehn Mitarbeiter hinzu. Nahezu alle Mitarbeiter sind mit umgezogen und genießen jetzt die Idylle des Standorts. Im Inneren der Villa arbeiten die Mitarbeiter in großzügigen, geschmackvollen Räumen. Im ausgebauten Dachgeschoss sitzen die beiden Geschäftsführer an Schreibtischen auf Holzdielen und führen das Unternehmen. Keine typische Werbeagentur, wie sie betonen, wenngleich eine erfolgreiche, denn ad modum zählt zu den größten der Branche in der Region. Die Fluktuation unter den Mitarbeitern ist sehr gering.

Ein ideale Atmosphäre, um Firmen-Identitäten und Produkt-Persönlichkeiten zu entwickeln – fernab der Aufgeregtheit und Hipster-Konzentration in den Szene-Kiezen Mitte, Prenzlauer Berg und Friedrichshain. Die meisten Mitarbeiter pendeln aus Berlin und Potsdam zu ihrem Arbeitgeber in die historische Straße in Babelsberg. Heute entstehen hier Ideen der Gegenwart. Die beiden Geschäftsführer setzen auf Expertentum und erfahrene Mitarbeiter als Erfolgsfaktoren. Sie beschäftigen Ingenieure, Architekten, Berater, Art-Direktoren und andere Spezialisten, die die entsprechenden Anforderungen umsetzen können. „Neun Zehntel von dem, was wir tun, ist reines Handwerk“, stellt Haenler klar. Der kreative Prozess sei eigentlich nur die Spitze des Eisbergs, letztlich komme es auf die Umsetzung an.

> **„Als ich mit dem Fahrrad hier vorbeifuhr und das verwunschene, zugewucherte Haus sah, rief ich Heiko sofort an und sagte ‚Das ist es!‘ “**
>
> Jörg Ganal, Geschäftsführer ad modum GmbH, Agentur für Kommunikation

Soziale und kulturelle Verantwortung fördert Kreativität

Der formal eigenständige Geschäftsbereich „ad modum GmbH | Agentur für digitale Medien“ hat sich zum Jubiläumsjahr ein Geschenk gemacht und die October First GmbH gegründet. Das digitale Produkt der Tochterfirma heißt www.unTV-online.com. Eine neue App für Web, iOS und Android, die als Web-Plattform für Dokumentarfilme dient. „Es macht die Welt besser“, lautet die Begründung von Heiko Haenler für das kostenlose Produkt, und sei gedacht für Nutzer, die vom Überangebot an uninteressanten Unterhaltungsprogrammen gelangweilt und frustriert sind. Ein Projekt, das aus Leidenschaft zu hochwertigen Verfilmungen entstanden ist und aus Mangel, so etwas auf dem freien Markt zu finden. unTV gibt es seit Mitte des Jahres und der Ausbau der Plattform unterliegt einer stetigen Entwicklung. Der Nutzer hat einen kostenfreien Zugriff auf eine kuratierte Auswahl an Reportagen und Dokumentationen aus den Bereichen Wissen, Kultur und Politik. Eine zehnköpfige Online-Redaktion wählt aus nationalen und internationalen Mediatheken wie PBS, ARTE, ARD, ZDF, N24 und vielen weiteren nur die besten Beiträge aus dem Bereich Non-Fiction aus und stellt sie den Nutzern als kostenfreien Stream zur Verfügung.

Sein Freund und Geschäftspartner Jörg Ganal steht diesem Ideenreichtum in nichts nach. Seinen Idealismus realisiert er durch die Analyse des belastenden Energieverbrauches der Agentur sowie bei der Umweltorganisation SeaCology e.V. Germany. Jörg Ganal repräsentiert hier mit zwei weiteren Verantwortlichen den Vorstand der gemeinnützigen Organisation. SeaCology ist eine internationale Umweltschutzorganisation, die sich dem Schutz von Inseln und ihren besonderen Inselkulturen widmet. Die Organisation geht davon aus, dass Inseln eine besonders reiche Flora und Fauna aufweisen, die gleichzeitig besonders bedroht sind. Die Organisation arbeitet direkt mit den Inselbewohnern zusammen. Beide Seiten sollen zu gleichen Teilen einen Beitrag leisten und letztlich profitieren. Die Inselbewohner erreichen dies beispielsweise durch den aktiven Schutz zur Eindämmung der Mangroven-Zerstörung. Dafür erhalten die Bewohner eine relevante, humanitäre Gegenleistung von der Organisation, wie

DIE BEIDEN GESCHÄFTSFÜHRER Jörg Ganal und Heiko Haenler

den Bau einer Schule oder eines Kindergartens. „Mir hat gefallen, dass 100 Prozent aller Spendengelder auch tatsächlich bei den Projekten vor Ort ankommen, da die Organisation ausschließlich mit ehrenamtlichen Mitarbeitern zusammenarbeitet“, beschreibt Jörg Ganal seine Motivation für das eigene Engagement.

Die Kreativitätsforschung und Experten sind sich einig, die beiden Geschäftsführer von ad modum beweisen es: Über den Tellerrand zu blicken und neue Aktivitäten auszuprobieren, fördert die Kreativität. Insbesondere Menschen aus der Kommunikationsbranche sollten nie aufhören, neugierig und abenteuerlustig zu sein. Das fördert das freie und innovative Denken, sind sich Kreativitätsforscher einig. Aus diesem Grund ist die Tätigkeit in branchenfremden Bereichen ideal. Vor allem Personen aus anderen Industrien können Gedanken und Ideen einbringen, die völlig neue Aspekte der eigenen Arbeit offenbaren und alternative Perspektiven eröffnen. Sicher eines der Erfolgsgeheimnisse, das den beiden Geschäftsmännern Haenler und Ganal in dieser Form nicht bewusst ist.

Unternehmergeister und Zukunft

Wochentags zählt jedoch nur eines für die beiden Geschäftsführer: die Agenturgruppe ad modum. Rückblickend auf zehn Jahre Erfolgsgeschichte, hat die Kommunikationsagentur viele Storys erzählt. Gleichzeitig sind die beiden Geschäftsführer auch voller Visionen für ihr eigenes Schaffen. Mit zahlreichen internationalen Projekten verleiht die Agentur den Produkten und Unternehmen ihrer Kunden Unverwechselbarkeit und machte Unverständliches erklärbar. Zum Jubiläumsjahr wird das eigene Wachstum gefördert und eine Holding gegründet. Die Dachgesellschaft wird als strategische Managementholding positioniert, in der zentrale Entscheidungen für die einzelnen Tochterfirmen getroffen werden.

Unter einem Dach wird weiterhin ein horizontaler sowie vertikaler Kommunikations- und Mediendienstleister angeboten. Die Firma ebnet somit den Weg dafür, dass auch weitere Unternehmen unter dem Dach von ad modum integriert werden können.

Konstruktiver Blick auf den Kommunikationsmarkt

Nicht zuletzt durch den Ausbau der eigenen digitalen Sparte wissen die Agenturbetreiber, welchen erheblichen Einfluss die digitale Welt auf die analoge Wirklichkeit hat. Daher setzen sie sich mit beiden kritisch auseinander und beleuchten ihre Branche und ihr Tun mit einer Serie von regelmäßig stattfindenden Podiumsdiskussionen. Für eine der bekanntesten Agenturen im Bereich Live-Kommunikation bot es sich für die Auftaktveranstaltung an, sich kritisch mit der analogen Messe auseinanderzusetzen. Im alten Krematorium in Wedding – heute umgebaut zum Kultur- und Medienzentrum „silent green“ – wurde daher lebhaft mit

> **„Wir machen genau das, was wir wollen und verstehen uns so gut wie am ersten Tag.“**
>
> Heiko Haenler, Geschäftsführer ad modum GmbH, Agentur für Kommunikation

DIE EVENT-LOCATION DER PODIUMS-DISKUSSION „Die Messe ist tot, es lebe die Messe“ – das ehemalige Krematorium in Berlin-Wedding.

TEILNEHMER DER PODIUMSDISKUSSION: Dr. Martin Buck, Direktor bei der Messe Berlin; Christopher Bach, Kommunikationschef bei Thales S.A.S.; Moderator Heiko Haenler; Creative Consultant Robert Eysoldt sowie Prof. Dr. Thomas Thiessen von der Business School Berlin.

einer Vielzahl von Experten zum Thema „Die Messe ist tot, es lebe die Messe“ diskutiert.

Neue Konzeptideen für eine zukunftsfähige Messe und die sich ergänzenden Möglichkeiten der virtuellen und analogen Realität wurden gefunden. Mit dabei waren an diesem Abend: Hauptgeschäftsführer des Bundesverbands der Deutschen Industrie e.V., Dr. Markus Kerber, Dr. Martin Buck (Direktor der Messe Berlin), Christopher Bach (Kommunikationschef bei Thales S.A.S.), Mediengröße und Creative Consultant Robert Eysoldt, Prof. Dr. Thomas Thiessen (Business School Berlin) sowie der Moderator und Veranstalter Heiko Haenler. Wichtigste Erkenntnis des Abends war, dass die virtuelle die analoge Messe nicht ersetzen kann. Besucher am Stand wird es trotz dreidimensionaler Augmented-Reality-Brille in Zukunft geben, denn der Mensch als soziales Wesen benötige die Interaktion. Eine weitere Podiumsdiskussion ist für das erste Quartal im nächsten Jahr geplant. Inhalte und Teilnehmer werden auf der Web-Seite der Agentur demnächst bekannt gegeben.

Die Ziele für die nächsten zehn Jahre Agenturgeschichte sind nicht minder ambitioniert, als sie es vor zehn Jahren waren. Aber die Grundsteine sind gelegt, und die Villa in der Karl-Marx-Straße bietet Platz für viele weitere Ideen und Geschichten. Heiko Haenler und Jörg Ganal ergänzen sich und wissen um die Stärken und Schwächen des anderen. Wie die Entdeckung der Villa in Potsdam sehen sie es als glückliche Fügung, sich gefunden zu haben. „Wir machen genau das, was wir wollen und verstehen uns so gut wie am ersten Tag“, sagt Heiko Haenler. Die beiden Köpfe von ad modum bezeichnen sich selbst als hoffnungslose Optimisten und Bauchmenschen und werden neben ihrer Leidenschaft für die Arbeit auch von einer großen Portion Idealismus angetrieben. Neben dem richtigen Geschäftssinn ist das sicher eines der wichtigsten Erfolgsgeheimnisse. **von Miriam Petzold**