Pressetext Digitalgenossen Mainz, April 2016: „1.000 Tage DG“

**Erfolg durch Transparenz und Fairness: 1000 Tage Digitalgenossen**

**Als eine der ersten Werbeagenturen in Form einer Genossenschaft gingen die Digitalgenossen 2013 an den Start. Mit transparenten und fairen Gehältern und wertorientiertem Arbeiten suchen sie den wirtschaftlichen Erfolg. Gut 1000 Tage später zeigt sich: Das Modell funktioniert.**

„Die Kreativbranche hat ein hausgemachtes Qualitätsproblem“, meint Digitalgenossen-Vorstand Alexander Knapp. Schuld sei u.a. eine verkürzte Personalpolitik. „Viel zu oft setzen Agenturen auf unterbezahlte Junioren und befristete Arbeitsplätze. Früher oder später bezahlen sie das teuer – mit Qualitätsproblemen, Service und dem eigenen Ruf.“ Und die Probleme dieser Agenturen dürften noch größer werden, je mehr sich der Fachkräftemangel bemerkbar machen wird, so der Agentur-Chef.

**Es geht auch anders: Gute Jobs für gute Qualität...**

Das machen die Digitalgenossen anders. „Wir bieten unseren Mitarbeitern gutbezahlte und unbefristete Arbeitsplätze. Das ist die Grundlage für gute Kreativarbeit“, betont Alexander Knapp.

Doch das ist nicht der einzige Unterschied. Im Gegensatz zu vielen Werbeagenturen sind die Hierarchien bei den Genossen flach. „Jeder unserer Mitarbeiter hat in der Agentur was zu sagen. Auch strategische Fragen besprechen wir in großer Runde. Das bedeutet, dass jeder Genosse über seinen Arbeitsplatz hinaus Verantwortung übernimmt“, so Alexander Knapp. Zentral dafür ist die Geschäftsform der Genossenschaft, bei dem die Mitarbeiter gleichzeitig Miteigentümer sind. Ein Modell, das Schule machen könnte. Immerhin, so Knapp, bekomme er regelmäßig Anfragen von Werbern aus ganz Deutschland, die sich für das Modell Kreativ-Genossenschaft interessieren.

Entscheidend für ein faires Miteinander mit Kunden aber auch im internen Austausch ist eine weitgehende Transparenz. So gibt es beispielsweise unter den Mitarbeitern keine Geheimnisse über die Gehälter. Im Umgang mit Kunden und Geschäftspartnern pflegen die Genossen eine konsequente Open Book-Policy: Gehälter, Umsatz/Gewinne und Eingangsrechnungen stehen jedem zur Einsicht frei. Kunden können darüber hinaus die agenturinterne Stundenerfassung ihrer Projekte einsehen.

**...und es funktioniert**

Nach gut 1.000 Tagen ziehen die Digitalgenossen ein durchweg positives Zwischenfazit: „Wir haben uns toll entwickelt und wachsen kontinuierlich. Dabei legen wir Wert auf Nachhaltigkeit. Uns geht es nicht um kurzfristige Gewinne, sondern um langfristigen Mehrwert, Win-Win-Ergebnisse und echte Partnerschaft. Das schätzen unsere Kunden.“ Nicht von ungefähr komme es, dass sich die Digitalgenossen im Wettbewerb um neue Kunden regelmäßig gegen etablierte Agenturen durchsetzen. Aktuell arbeiten die Mainzer u.a. für Braas, DB Schenker und die SCHUFA. Dass die Agentur wirtschaftlich auf Kurs ist, belegt der Genossen-Vorstand außerdem mit Zahlen: „Im vergangenen Jahr erreichten wir eine Umsatzrendite von knapp 20 Prozent. Und für 2016 gehen wir von zweistelligem Umsatzwachstum bei ungefähr gleichbleibender Rendite aus.“

**Partizipation als Konzept**

Auf Kurs sieht Knapp die Agentur außerdem in puncto Mitarbeiter: „Trotz Fachkräftemangel haben wir bei uns ein tolles, fähiges Team versammelt. Den Grund dafür sehe ich ganz klar in unserem Personalkonzept. Viele Menschen schätzen Nachhaltigkeit und Werteorientierung, auch im Job. Das bieten die Digitalgenossen in Form großer Transparenz, weitreichender Partizipationsmöglichkeiten und einer offenen Diskussion über die Rahmenbedingungen und Ziele ihres Arbeitens. Wirtschaftlicher Erfolg und Verantwortung schließen sich eben nicht aus, sie setzen sich vielmehr gegenseitig voraus.“

**Digitalgenossen eG**

**Gegründet** 2013. 10 kreative Köpfe für ein breites **Portfolio**: Werbung, Digital, Print, Design, PR Spezialdisziplinen wie z.B. Video, Kundenbindung, Corporate Publishing oder Packaging... **Werteorientiert**: Integer, nachhaltig, fair, transparent.

**Kontakt und weitere Infos:**

Digitalgenossen eG

Alte Waggonfabrik

Hauptstr. 17-19, Gebäude 6316

55120 Mainz

06131 55302-0

mail@digitalgenossen.de

[www.digitalegenosse.de](http://www.digitalegenosse.de)

[www.facebook.com/digitalgenossen](http://www.facebook.com/digitalgenossen)

**Ansprechpartner Media**: Dr. Frieder Schwitzgebel, 06131 55302-22; 0172 6190178