

Beim ersten Mal war es Glück

Junge Crossmedia-Agentur lässt virtuell Alaska-Quelle sprudeln

Ein Dreijähriges ist an sich keine große Sache. Für „queo“, eine junge Dresdner Crossmedia-Agentur, jedoch ist der Jahrestag schon etwas Besonderes. Denn diese Zeit hatten ihnen die meisten ihrer Kritiker nicht zugestanden. Und in den drei Jahren ihrer Existenz haben sie nicht einfach nur überlebt – mittlerweile fahren sie erstaunliche Erfolge ein.

Von Thessa Wolf

Würde man die Geschichte als Märchen schreiben, würde sie so beginnen: „Es waren einmal vier gute Freunde...“ Da es sich jedoch nicht um ein Märchen, sondern um eine Unternehmensgeschichte handelt, stellt sich schnell die Frage: „Sind sie noch immer gute Freunde, die vier Unternehmensführer von queo, inzwischen Geschäftspartner und verantwortlich für ein weiteres Dutzend Mitarbeiter?“ Und, falls ja: „Wie haben sie das geschafft?“

Das Rezept könnte Schule machen. Natürlich seien sie gewarnt worden, sagt Rüdiger Henke, einer der Gründer. „Die gemeinsame Firma sei eine Belastungsprobe für die Freundschaft, sagten uns viele.“ Aber die vier hätten sich ausreichend Gedanken gemacht, die Verträge entsprechend dicht gestaltet. Und wenn einen etwas wurmte, wurde es offen ausgesprochen. „In der ersten Zeit gab es schon etliche Reibereien, besonders zwischen unserem kaufmännischen und dem kreativen Geschäftsführer“, erzählt Henke. Letztendlich hätten beide aber von den Problemen profitiert. „Der eine denkt jetzt eher daran, ob sich eine Sache auch rechnet und der Kaufmann hat mehr Verständnis dafür, dass sich Kreativität schlecht in Zahlen messen lässt.“

Ein bisher sehr gut funktionierendes Rezept: Jedes halbe Jahr fahren die vier raus ins Grüne.



Auf dem Bild von links nach rechts: Dirk Cosmar, Severin Taranko und André Pinkert.

Foto: privat

Dort schotten sie sich komplett ab von der Außenwelt. Zunächst gibt es so eine Art heißen Stuhl. Jeder muss mal drauf und wird dann von den anderen dreien in die Mangel genommen. „Dort muss jeder ehrlich, kritisch und konstruktiv sagen, was ihm am Verhalten und der Arbeitsweise eines jeden Mitgesellschafters nicht passt. Dies ist eine Art Mischung aus Rückblick, Kritik und Möglichkeit der kritischen Selbstreflexion“, so Henke. Auf diese Weise habe der Frust gar keine Chance, sich langfristig anzustauen. Im Februar dieses Jahres waren die Freunde in Brandenburg an der Spree, vergangenes Jahr hatten sie sich eine Blockhütte bei Zittau gemietet.

Doch zurück zum Anfang. Rüdiger Henke, André Pinkert, Dirk Cosmar und Severin Taranko haben zusammen Abitur gemacht, dann Verschiedenes studiert. Teilweise wohnten sie gemeinsam in einer WG. Sie riefen verschiedene GbRs ins Leben, probierten sich aus, mit Hilfe der Gründeriniti-

ative „Dresden exists“ wurde aus der „queo-Idee“ etwas Handfestes. Anfang 2004 gegründet, blies den jungen Leuten dann auch erst einmal der Gegenwind der Kritik ins Gesicht. Der Markt sei übersättigt, hieß es. Die Großen der Branche seien ohnehin nicht in Dresden, sondern eher in anderen Städten zu finden. Aber das wussten die vier ja. „Der Drang, sich selbstständig zu machen, war größer als die Angst vorm Scheitern“, sagt Rüdiger Henke.

2006 hat die Crossmedia-Agentur eine halbe Million Umsatz erwirtschaftet. Inzwischen gibt es zwei Sparten: queo-media ist jene für die crossmediale Werbung, queo-flow steht für individuelle Software-Lösungen, die beispielsweise in Zusammenarbeit mit Unternehmensberatungen für große und mittlere Unternehmen entstehen. Die Technologiekompetenz aus queo flow kann auch bei crossmedialen Projekten interessante Ansätze liefern. Die Kunden wissen das inzwischen zu schätzen.

Der Anfang war wie bei den meisten Gründungen schwer. Nach und nach wurden es mehr Kunden – viele kamen über Empfehlungen. „Das erste Mal war es Glück“, erzählt Henke und erinnert sich an einen persönlichen Kontakt und den Kunden, der etwas Neues ausprobieren wollte. Irgendwann hatten sie den Fuß bei einer französischen Bank in der Tür. Dadurch kamen viele neue Projekte quer durch Europa zustande. Heute basteln sie unter anderem virtuell am Internet-Portal einer Thermalquelle in Alaska, der „Chena Hot Springs“, deren Homepage bald online sprudeln wird. Auch für den Rest des Jahres ist die Messlatte hoch angelegt: Der Umsatz soll weiter gesteigert und neue Mitarbeiter eingestellt werden. Natürlich kommt ihnen zu Gute, dass viele Bestandskunden die Synergien nutzen, die sich aus dem Zusammenspiel von Crossmedia-Agentur und Dienstleister für Individualsoftwarelösungen ergeben.