

Sven Korhummel (l.) und Georgios Manolidis sind die Inhaber von Cyperfection. Die Agentur in Ludwigshafen startete 1996 als Internetagentur. Heute positioniert sie sich als Dienstleister für kreative Business-Lösungen.



Foto: Cyperfection

Digitalagenturen

Cyperfection ist immer in Bewegung

Sven Korhummel und Georgios Manolidis sahen 1996 bereits erfolgversprechende Möglichkeiten im Medium Internet und gründeten eine Internetagentur. Heute – über 25 Jahre später – hat sich der Dienstleister zu einer Agentur für kreative Business-Lösungen weiterentwickelt. Korhummel gibt Einblicke in die Firmengeschichte und verrät, wie die Gründer für mehr Mitarbeiterzufriedenheit sorgen.

Vor einem Vierteljahrhundert trafen sich acht Gleichgesinnte quasi zufällig in Ludwigshafen, darunter **Sven Korhummel** und **Georgios Manolidis**. Das war der Startschuss für **Cyperfection**. Das Internet war im Kommen und die Gründungsmannschaft witterte bereits großes Potenzial. "Wir setzten damals darauf, dass das Internet ein Erfolgsmedium wird

und wollten uns als Dienstleister mit entsprechenden Kompetenzbereichen aufstellen", erinnert sich Korhummel. Auch der Enthusiasmus, der sie so kurz nach ihrem Studienabschluss packte, blieb dem Co-Gründer in Erinnerung: "Wir wussten, wir hatten die Power und die richtige Vision für das Medium." Dieses Selbstbewusstsein spiegelt sich auch im Namen der Agentur wider. Cyperfection steht für Kybernetik und Perfektion. "Wir hatten einen hohen Selbstanspruch, der in dem Namen zum Ausdruck kommt. Ich habe in der Vergangenheit bereits öfter damit gerungen. Ein Perfektionist ist nämlich auch jemand, der nicht zu Potte kommt, weil es nie gut genug ist. Aber inzwischen habe ich mich daran gewöhnt", schiebt Korhummel nach.

Heute sind aus dem ursprünglich achtköpfigen Gründungsteam nur noch Korhummel und sein Partner Manolidis übriggeblieben. Sie geben der Agentur, die inzwischen rund 50 Mitarbeiter:innen beschäftigt, nach über 25 Jahren immer wieder neuen Schwung.

Cyperfection GmbH

Geschäftsführung: Sven Korhummel,
Georgios Manolidis
Gründung: 1996
Standorte: Ludwigshafen
Team: rund 50 Mitarbeitende
Kunden: u.a. Omega Pharma
Deutschland, Roche,
Fuchs, Engelhard Arzneimittel,
Dr. Falk Pharma

Von der Internetagentur zu kreativen Business-Lösungen

Wer am Puls der Zeit sein will, muss in Bewegung bleiben. So hielt es auch das Team von Cyperfection. Ihr 25-jähriges Jubiläum im vergangenen Jahr nutzte die beiden Gründer, um das Profil der Agentur zu schärfen. Damals gestartet als Internetagentur, die sowohl technologische als auch kommunikative Leistungen anbot, wendete sich Cyperfection immer mehr der kreativen Arbeit zu. "Cyperfection ist seit der Gründung im Jahr 1996 schon immer nachweislich digital unterwegs", erläutert der Co-Inhaber Korhummel. "Neben digitalen Plattformen und reichweitenstarken, digitalen Kommunikationslösungen realisieren wir aber seit Jahren auch integrierte Kampagnen sowie Projekte aus den Bereichen Kommunikationsstrategie und Branding." Daher verstehen sich die Ludwigshafener heute als Agentur für kreative Business-Lösungen. Dem Agenturchef zufolge fokussieren sie sich damit auf den kommunikativen Part von digitalen Ökosystemen und packen die Herausforderungen und Problemstellungen der Auftraggeber an den Wurzeln. Technologieprojekte realisieren sie inzwischen nicht mehr komplett inhouse, sondern stützen sich auf das Know-how ihres Partnernetzwerkes. Solche Partnerschaften möchte Cyperfection in den kommenden Jahren ausbauen. Auf dem Plan stehen Allianzen mit Dienstleistern, die das Angebot von Cyperfection ergänzen.



Foto: Cyperfection



Foto: Cyperfection

Von Herbst 2019 bis Frühjahr 2020 hatten die Mitarbeitenden die Möglichkeit, im Popup-Office auf Lanzarote zu arbeiten. Ein Experiment, das laut den Cyperfection-Geschäftsführern zu mehr Zufriedenheit, Teamgeist und Produktivität führte.

Ein Popup-Office für mehr Zufriedenheit

Die Zusammenarbeit mit den Partneragenturen ist wertvoll, genauso wie die Zusammenarbeit im Team, betont Korhummel. Die vier großen Werte der Agentur lauten Neugier, Empathie, Mut und Performance. Damit hält die Geschäftsführung die Mitarbeitenden unter anderem an, Aufgaben zu hinterfragen, um die Ecke zu denken, respektvoll miteinander zu sein und Neues auszuprobieren. Um darüber hinaus die Motivation und den Teamgeist zu fördern, eröffnete Cyperfection von Oktober 2019 bis Februar 2020 ein Popup-Office auf Lanzarote. Die Learnings: Das Team erprobte bereits vor der Pandemie die Etikette

Wenn nicht im Popup-Office auf Lanzarote oder im Home-Office gearbeitet wird, erwarten die Mitarbeitenden offen gestaltete Büros bei Cyperfection. Die Räume in der sogenannten Werfthalle in Ludwigshafen liegen direkt am Rhein. Neben den rund 50 Kolleg:innen gehören auch neun Agenturhunde zum Team.



Foto: Cyperfection



Foto: Cyberfiction

Für Roche Pharma kreierte Cyberfiction die Plattform 'Das K Wort'. Als Content-Hub zur Patientenaufklärung gestartet, bündelt 'Das K Wort' Informationen und Tipps rund um das Thema Krebs. Der Case gewann Gold beim Comprix Award 2021 sowie beim FOX Award und FOX Visual 2021.

für das Remote-Arbeiten, übte transparente Kommunikation und stärkte die Empathie für die Kolleg:innen. In puncto Mitarbeiterzufriedenheit, Teamgefühl und Produktivität war dieser Schritt für Korhummel ein voller Erfolg, weshalb eine Wiederholung dieses Experimentes bereits in Planung ist – wahrscheinlich wieder mit einem Pop-up-Office auf den Kanaren.

Aber nicht nur an die 'Workation' erinnert sich das Team gerne zurück. Ganz in üblicher Agentur-Manier werden auch bei Cyberfiction Feste gefeiert, die im Gedächtnis bleiben. Und zwar die großen Feiern – wie der Umzug 2013 in die sogenannte Werfthalle mit anschließender Einweihungsparty, bei der über 300 Gäste zugegen waren – sowie die kleinen Erfolge. Dazu zählt Korhummel etwa die Award-Gewinne, die nicht nur die kreative Arbeit der Agentur auszeichnet, sondern denen vor allem Kunden-

zufriedenheit vorausgeht. "Der Award ist dann nur noch das Sahnehäubchen", so der Agenturlenker.

Ein solches Lieblingsprojekt von Korhummel – das seinen Worten zufolge nicht nur einige Awards gewonnen, sondern auch den Kunden begeistert hat – ist 'Das K Wort'. Unter diesem Namen schuf das Cyberfiction-Team für Roche Pharma, einem Hersteller onkologischer Medikamente, einen Content-Hub zur Patientenaufklärung. "Wir sind Fans von relevanten Projekten, die einen echten Nutzen haben. Mit 'Das K Wort' haben wir Informationen und Tipps für Patient:innen und deren Angehörigen aufbereitet. Inzwischen hält die Plattform über 400 Beiträge bereit und wächst immer weiter", erklärt Korhummel.

Der Herzenswunsch

Auch in Zukunft möchte man sich bei Cyberfiction auf relevante Projekte mit kreativem Fokus konzentrieren. "Im Kreativ-Segment besser aufstellen" lautet dabei der Herzenswunsch der Geschäftsführung. Daher halten sie bereits Ausschau nach Top-Kreativen, die diese Kompetenzfelder verstärken. Auch ein spitzeres Leistungsportfolio im Beratungsbereich strebt Cyberfiction an. Ziel ist, sich noch stärker als kommunikative Beratung am Markt zu positionieren.

Cyberfiction möchte dabei das Angebot vor allem qualitativ ausbauen, betont Korhummel. Neue Standorte stehen erst einmal nicht auf dem Plan – gerade vor dem Hintergrund des Remote Work. Wenn überhaupt sieht er nur im Hinblick auf das Recruiting mit einer Niederlassung in einer der großen Kreativ-Städte Deutschlands vielleicht Erfolgchancen. So oder so steht eines fest: Cyberfiction bleibt auch weiterhin in Bewegung. (sf)

IMPRESSUM

'new business' erscheint wöchentlich montags in der New Business Verlag GmbH & Co. KG, Nebendahlstraße 16, 22041 Hamburg
 Fon: 040/609 009-0
 Fax: 040/609 009-55 (Verlag) 040/609 009-77 (Redaktion)
 E-Mail: nachname@new-business.de
Verleger: Peter Strahlendorf
Kfm. Geschäftsführung: Anje-Betina Weidlich-Strahlendorf
Vertriebsmarketing: Birgit Jessen (-62)
Anzeigenleitung: Jens Jansen (-52)
Anzeigenverkauf: Jacqueline Lampe (-37)
Anzendispo: Silke Reyher-Timmann (-54)
Aboservice: Angelika Schmidt, Ltg. (-65)

Herausgeber: Peter Strahlendorf
Chefredaktion (V.i.S.d.P.): Peter Strahlendorf (ps)
 Volker Scharninghausen (vs -71)
Kommunikation: Torsten Schöwing (tor, Chefreporter, -34), Sophia Fiedler (sf, -73), Vanessa Göbel (vg, -31), Anna Jäger (aj, -87), Janja Kopic (jk, -601))
Medien: Margit Mair (mm, Ressortleitung, -79), Marcel Kodura (mak, -94) Anja Lüth (al, -89), Birte Schäffler (bs, -76)
Layout: Anne Allert
Grafik: Daniela Rocksin (-45)
Freie Mitarbeit: Günther Bähr (gb), Beatrice Monington West (bmw)
Bücher/Reports: Anja Kruse-Anyaegbu (-95)
Druck und Lithos: Lehmann Offsetdruck und Verlag GmbH, 22848 Norderstedt

'new business' dient nur der persönlichen Unterrichtung des Empfängers. Weitergabe oder Vervielfältigung ist nicht gestattet. Zitate aus dem Inhalt bei Quellenangabe erlaubt.
 ISSN 0342-4006, Gegründet 1972
 Das Abonnement kostet monatlich € 59,80 (Jahresbezug) bzw. € 63,80,- (Halbjahresbezug) zzgl. Porto und USt. Es gilt Anzeigenpreisliste Nr. 38.
 Hamburger Sparkasse IBAN: DE74200505501217131323
 Commerzbank BIC/SWIFT: HASPDEHHXXX
 IBAN: DE07200400000482282100
 BIC/SWIFT: COBADEFXXX
 USt.-Id.-Nr. DE 217920773