

# Oldenburger entwirft Hauptstadt-Kampagne

**KARRIERE** Nach Station in internationalen Konzernen hat Andreas Mack eigene Agentur

Abitur machte er am Alten Gymnasium. Der 41-Jährige lebt heute in Berlin-Kreuzberg.

VON SABINE SCHICKE

**OLDENBURG** – Mit Markenzeichen kennt Andreas Mack sich aus. Kaum etwas ödet ihn so an wie Routine. Und nichts ist in den Augen des Agenturchefs so beständig wie der Wandel. „Du bist nur so gut wie deine letzte Show“, sagt der Marketingexperte, der 1986 am Alten Gymnasium Abitur machte. Seither hat er viele Präsentationen betreut. Macks letzte Show zumindest kann sich sehen lassen: Seine Agentur bekam den Zuschlag für die neue Image-Kampagne der Hauptstadt. Im März startete der Regierende Bürgermeister Klaus Wowereit die Aktion unter dem Slogan: „Be Berlin“.

Mack studierte Betriebswirtschaft in Marburg und Berlin. Der 41-Jährige spezialisierte sich auf Konsumenten-



Sprechblasen: Menschen stehen für eine Stadt. Die Bürgerkampagne „Be Berlin“ wurde von dem Oldenburger Andreas Mack (3.v.r.) und seinem Team entwickelt. BILD: EMBASSY

verhalten und Organisationspsychologie. Später arbeitete er international in der Unternehmens- und Markenkom-

munikation großer Konzerne, wie etwa Renault, Telekom und Lufthansa.

In den neunziger Jahren

zog es ihn auch in die damalige New Economy. „Chancen zu entdecken und Unternehmen schnell aufzubauen und

im Markt zu positionieren, das hat mich gereizt“, erinnert er sich. Allerdings hat Mack auch Lehrgeld gezahlt, als 2001 der Neue Markt platzte. „Das gehört dazu. Man lernt zu überleben.“

Die Erforschung des Innen- und Außenlebens von Marken ist bis heute sein Metier: deren Kern herauszuschälen, die Zukunft im Markt zu prognostizieren. Fachleute sprechen auch von Branding. Dabei geht es übrigens nicht nur um Produkte, sondern auch um Unternehmen, Menschen und Städte.

Als Angestellter sah er sich auf Dauer nicht im richtigen Umfeld: Gemeinsam mit einem kleinen Team gründete er 2002 die Agentur Embassy. Sie zeichnet verantwortlich für die Kampagne „Be Berlin“, in der bislang schon mehr als 250 Berliner ihre persönliche Geschichte erzählten. Diese Kampagne zu bekommen, war für ihn wie ein „Sechser im Lotto“.

@ Mehr unter [www.sei.berlin.de](http://www.sei.berlin.de)