

# UNTER



# DRUCK

**Timm Leibfried** leidet unter Depression. Über Jahre hat der Agenturchef seine Krankheit ignoriert, zog ständig um, wechselte häufig seinen Arbeitsplatz, bis ihn eine Frage seines Sohnes aus der Bahn warf. Inzwischen geht er mit dem Thema offener um, auch in seiner Agentur. In W&V spricht Leibfried das erste Mal öffentlich darüber.

Text **Conrad Breyer**

**D**ie Frage war, ob wir heute Abend grillen können“, erinnert er sich. Das war Ostern 2022. Timm Leibfried war da gerade zwei Jahre selbstständig und das zweite Mal Vater geworden; in Italien wollte die Familie einmal kurz durchatmen. Als er mit seinem Sohn, damals vier Jahre alt, einkaufen geht, stellt der im Supermarkt diese Frage und Leibfried bricht zusammen. „Ich konnte das plötzlich nicht mehr handeln, mir war alles zu viel“, sagt er. „Da wusste ich: Ich muss etwas tun.“

Mit Depressionen hatte Timm Leibfried davor schon zu kämpfen. Aber es hat gedauert, bis er das für sich „labeln“ konnte, wie er sagt. Dieses Schwere, die Melancholie, auch Momente der Verzweiflung – das kannte er. „Es war immer in mir drin.“ Seine erste dunkle Phase erlebte Leibfried während des Journalismus-Studiums in Köln Ende 2009, ein Jahr, nachdem er von Zuhause ausgezogen war und eine Wohngemeinschaft bezogen hatte. Da war er Anfang zwanzig.

### Alle reden über Enke, Leibfried schweigt

2009 – das war das Jahr, in dem sich Robert Enke umbrachte. „Schienensuizid“ hieß das im Beamtendeutsch. Der erfolgreiche Torwart litt unter Versagensängsten; ihn plagten Panikattacken. Zum ersten Mal diskutierte man in Deutschland über Depression. „Aber das war noch nicht nachhaltig“, erinnert sich Leibfried. Seiner Mutter gegenüber offenbarte er sich damals, ansonsten aber zog der junge Mann es vor, im Verborgenen zu bleiben. „Ich konnte das nicht greifen, wusste nicht, wie ich damit umgehen sollte“, sagt Leibfried.

Heute spricht er ohne Scham über seine Krankheit. Der engste Familienkreis, gute Freund:innen wissen Bescheid, in der Agentur seine Mitarbeiter:innen. Der trans-

parente Umgang mit der Depression hat in seiner Firma die ganze Unternehmenskultur verändert. Aber dazu gleich mehr.

### Macht Werbung krank?

Jetzt wendet sich Timm Leibfried erstmals an die Öffentlichkeit: Er will mit seiner Geschichte Vorurteile abbauen, etwa die, dass depressive Menschen nicht belastbar seien, nicht erfolgreich sein können. Außerdem will er anderen Agenturchef:innen klarmachen, warum es gut ist, sich mit dem Thema zu befassen. Wer auf die mentale Gesundheit seiner Belegschaft achtet, fördert ein gutes Miteinander und motiviert erst recht, zumal in einer Branche, in der der Leistungs- und Zeitdruck hoch sind. „Als Dienstleister musst du ja ständig liefern.“

Zahlen der Weltgesundheitsorganisation WHO von 2023 legen nahe, dass weltweit einer von acht Menschen mit einer psychischen Störung lebt. In Deutschland ist laut Deutscher Gesellschaft für Psychiatrie und Psychotherapie jeder vierte Erwachsene betroffen. In der Kreativbranche sind Beschäftigte besonders anfällig. Laut des „2024 Mentally Healthy Survey“ des Kreativen-Netzwerkes Never Not Creative haben 70 Prozent von ihnen im vergangenen Jahr einen Burn-out erlitten. Befragt wurden 2000 Kreative in Australien, Neuseeland, den Vereinigten Staaten und Großbritannien unter anderem nach Angstzuständen und Depressionen.

Leibfried hat gelernt, mit diesem Druck umzugehen. Er nimmt regelmäßig seine Antidepressiva, „in kleinen Dosen“, wie er sagt, spricht immer wieder mit Therapeuten und Coaches. Wie wichtig das ist, hat er spätestens nach seinem Kollaps 2022 verstanden. Damals fiel er für drei Monate in ein tiefes Loch.

>>

Seit Jahren  
geht Timm  
Leibfried drei  
bis vier Mal die  
Woche laufen.  
Das ist einer  
seiner  
Coping-Mecha-  
nismen.



Leibfried gibt seinem Tag Struktur und – wichtig – sorgt für Ruhephasen: Er startet, wenn er es schafft, mit Meditation. Er arbeitet fokussiert, verbringt Zeit mit seiner Familie, treibt Sport, läuft drei- bis viermal die Woche, auch bei Wettbewerben wie zuletzt dem Oslo-Marathon im September 2023. Und er liest viel: Romane, keinesfalls Fachbücher.

## Änderte alles: Ida, Breivik-Überlebende

Die Familie darf am wenigsten zu kurz kommen, weswegen der Agenturchef auf flexibles und hybrides Arbeiten mindestens ebenso viel Wert legt wie seine Angestellten. Er hat für sich auch kapiert: Reisen, das Leben auf dem Land tun ihm gut. Gerade waren sie ein Jahr in Portugal, leben jetzt aber wieder in der alten Heimat in Miltenberg bei Aschaffenburg, wo auch die Eltern des Paares wohnen. „Du hörst morgens die Vögel zwitschern. Das erdet.“

So gelassen klang Leibfried nicht immer. Über weite Strecken führte er ein rastloses Leben. Er zog häufig um, suchte sich immer wieder neue Jobs, wollte sich beweisen. Leibfried studierte in Köln, verdingte sich während des Studiums bei RTL, machte Praktika bei WDR, n-tv und dpa. Er wollte Sportreporter werden, den Konkurrenzkampf in den Sportredaktionen aber konnte er nicht ab. Er wechselte in die PR, machte ein Volontariat bei der Agentur Commendo in München, ging 2014 nach London, um seinen Master nachzuholen. Es war eine für ihn prägende Zeit; mit vielen der Kommiliton:innen von damals ist er bis heute befreundet. Dann ging er zu Schoesslers (2015), wurde 2017 PR-Manager von Dentsu. 2020 kam mit YPS die Selbstständigkeit. „In 15 Jahren bin ich 15 Mal umgezogen“, sagt Leibfried.

Die Depression, die „schwarze Hexe“, wie er die Krankheit in Anlehnung an eine Beschreibung des selbst betroffenen Comedian Kurt Krömer nennt, hat ihn dabei immer begleitet. Inzwischen weiß er, was sie einst ausgelöst oder getriggert hat. Seine Großmutter, die ihn aufzog, ist früh gestorben. Sie war lange seine wichtigste Bezugsperson. Und dann war da seine Cousine, die mit nur 14 Jahren an

Krebs verstarb. „Beide Situationen habe ich in der Therapie als Schlüsselmomente identifiziert.“ Als er darüber spricht, bricht ihm die Stimme; Tränen schießen ihm in die Augen. Dieses Trauma sitzt tief.

Suizidgedanken hatte Leibfried nie, wie er betont, aber das mag auch daran gelegen haben, dass ihn in schweren Stunden andere Menschen aufgefangen haben. Zuerst seine Mutter, dann seine Frau, die früh begriffen hat, was mit ihm los ist. Er kennt sie noch aus der Schulzeit. Beim Studieren in London traf er auf eine Überlebende des Breivik-Attentats, die sich ihm anvertraute. Und er hatte das erste Mal das Gefühl, dass er, ja er, der sich oft so einsam und verloren fühlte, jemand Fremdem gegenüber öffnen und Halt geben konnte. Dieser Moment, als Ida aus Oslo ihre Geschichte mit ihm teilte, hat ihn für immer verändert. Seitdem hat er immer häufiger andere Menschen eingeweiht.

## YPS wird zum Modell für Mental Health

Als er in W&V das Interview mit Benedict Rehbein las, dem Chef von PIO in Leipzig, entschied er sich, ins Rampenlicht der Fachöffentlichkeit zu treten. Rehbein hatte auf LinkedIn zugegeben: „Es gibt Tage, da möchte ich kein Leader (mehr) sein.“ Dass ein Agenturchef so offen Schwäche zeigt, hat Leibfried inspiriert. Auch er hat ja so seine Schwierigkeiten damit, klare Ansagen zu machen, Nein zu sagen und Kritik zu üben – es passt einfach nicht zu seinem Selbstbild. Darüber müsse man sprechen. Die Diskussion über Mental Health werde in der Branche aber häufig viel zu oberflächlich geführt, meint Leibfried. Vieles sei reine Eigen-PR. Er will es anders machen.

Bei YPS haben Timm Leibfried und sein Partner Mattias Baumarth mit ihrem Team bereits vieles umgesetzt, was sie für wichtig halten, damit es den Leuten gut geht. Die elf Kolleg:innen können zum Beispiel in der Agentur, von Zuhause aus oder sogar vom Ausland aus arbeiten. Viele sind in Teilzeit, verfolgen nebenbei eigene Herzensprojekte. Das schafft Flexibilität.

Alle zwei Monate aber treffen sie sich für zwei Tage in der Kölner Agentur. Da übernimmt YPS dann sogar die



Reisekosten. „Denn wir wollen regelmäßig Zeit miteinander verbringen“, sagt Leibfried.

Urlaub gibt es freilich auch: 30 Tage sind die Regel. Darüber hinaus bietet die Agentur einen zusätzlichen freien Tag, wenn es der einen oder dem anderen bei all dem Workload einmal zu viel wird. Das ist der „YPS-Tag“.

## Das Ziel: 2025 die Million knacken

Entscheidend sei aber vor allem die Haltung. „Unsere Botschaft ist: Wir hören und verstehen Euch“, sagt Leibfried. Bei YPS müsse sich niemand verstecken. „Ich habe meine Geschichte erzählt, also sind wir auch offen für die Geschichten anderer.“ Alle können, niemand muss.

Tatsächlich haben sich einige Mitarbeiter:innen bereits gemeldet. „Und es funktioniert gut“, wie Leibfried meint. Auch wenn er zugibt, dass das bei einer so kleinen Agentur wie YPS leichter zu bewerkstelligen sei als bei einem Network. „Die Atmosphäre bei uns ist einfach familiärer.“

Teamlead Lea Najork bestätigt das: Sie empfindet es als außerordentlich wertvoll, wenn jemand auf sie zukommt und seine Probleme schildert. „Ich kann dann bei der Ressourcenplanung darauf Rücksicht nehmen.“ Meist schaut das Team auch nochmal genau hin, was im Agenturalltag Stress auslöst und passt die Strukturen so an, dass die belasteten Kolleg:innen mehr Unterstützung bekommen. „Auch wenn es nicht unser primäres Ziel ist, führt das schlussendlich auch zu besseren Ergebnissen.“

Dass YPS damit gut fährt, zeigen die Zahlen. Für 2025 streben sie an, auf mehr als eine Million Euro Gross Income zu kommen. Der Impuls dafür kam aus dem Team selbst. Und auch die Kunden sind zufrieden: „Ich kann gar nicht genug Gutes über YPS sagen“, so Christina Nicholson, PR und Communications Managerin bei Storyblok. „Das Team ist nicht nur talentiert und professionell, sondern bringt auch eine positive Energie mit, sodass die Zusammenarbeit richtig Spaß macht.“

## Willkommen zuhause

Seit Juli schon ist Leibfried mit seiner Familie jetzt wieder in Deutschland. Er wäre gerne in Portugal geblieben, aber sein Sohn hatte Heimweh. „Es ging ihm zum Teil wirklich schlecht“, sagt Leibfried. „Und ich musste mich um ihn kümmern.“ Am Ende fällt die Familie gemeinsam die Entscheidung zurückzukehren. „Das Jahr in Portugal hat uns als Familie nochmal zusammengeschweißt.“

Es war der Moment, als Leibfried endgültig verstand, dass auch er Halt geben, ein Fels in der Brandung sein kann. Wie er das nun schon seit einiger Zeit bei YPS erlebt. Die „schwarze Hexe“, so scheint es, hat keine Macht mehr über Timm Leibfried. Er hat sein Leben im Griff. •



Auf LinkedIn schreibt Timm Leibfried (l.): „Ich mag Oliver Macharowsky (Fotograf; Anm.d.Red.), weil er es schafft, selbst kamerascheue Menschen wie mich akzeptabel aussehen zu lassen.“ Unten: YPS-Team



## YPS – Zahlen & Fakten

Gründung: 2020

Standort: Köln und remote (hybrides Modell)

Management: Mattias Baumarth, Timm Leibfried

Mitarbeitende: 11 (8 Vollzeitstellen)

Kunden: Epson, GoDaddy, Storyblok, One Tech Group etc.