



# „Nur laut sein allein bringt gar nichts“

Im Jahr 2016 konnte Young & Rubicam seine Profitabilität weiter steigern – **medianet** traf die beiden Geschäftsführer.

## Y&R-Duo

Alexander Hofmann und Sebastian Bayer: „Wir haben 2016 genutzt, um weiter der Agentur näherzukommen, die wir sein wollen.“

••• Von Dinko Fejzuli

**D**ie Young & Rubicam-Geschäftsführer Sebastian Bayer und Alexander Hofmann sprechen im **medianet**-Interview über das abgelaufene Jahr 2016, wie sehr der Brand Asset Valuator auch als Akquisitionstool nützlich ist und welche Erwartungen man für das Jahr 2017 hat.

**medianet:** Am Beginn des neuen Jahres: Wie fällt der Blick auf 2016 aus?

**Sebastian Bayer:** 2016 war ein sehr intensives Jahr, durchaus nicht zum Zurücklehnen. Wir haben 2016 genutzt, um weiter der Agentur näherzukommen, die wir sein wollen. Wir haben die Profitabilität 2015 gesteigert, das konnten wir auch 2016 halten. Wenn man so eine Agentur übernimmt, sind die ersten

zwei Jahre vom Umbau geprägt, auch was das Team betrifft. Da spritzt auch immer ein wenig der Gatsch, wenn man das überspitzt formuliert. Als Agentur, die sich weiterentwickeln will, ist man immer ein bisschen im Beta-Modus.

**Alexander Hofmann:** Die Rahmenbedingungen ändern sich ständig, man muss sich immer ein wenig neu entwickeln und neue Themen beachten. So ist

etwa auch das Thema Markenentwicklung größer und wichtiger geworden.

**Bayer:** Das Motto lautet ‚Adapt or die‘. Oft werden wir Österreicher ja als Raunzer dargestellt. Interessanterweise bekommen wir von Y&R International oft die Rückmeldung, dass wir eines der offensten und energiereichsten Offices in Europa sind. Das kommt durch den Umstand, dass unser Netzwerk auf Wissen