



© Demner, Merlicek & Bergmann

„Die Krisenjahre haben wir nicht einmal gespürt“

Neun Etats in neun Monaten gewonnen und den einzigen österreichischen Cannes Löwen. Viele internationale Auszeichnungen erfreuen D,M&B.

••• Von Dinko Fejzuli

Seit über 20 Jahren beobachtet Focus Media Research die sogenannte klassische Media-Leistung der heimischen Werbe- und Media-Agenturen und stellt jenen Wer-

bedruck in Zahlen dar, den die von diesen Agenturen betreuten Marken in den klassischen Medien wie Print, TV oder Außenwerbung erzeugen. Hier kam es im April dieses Jahres zu einer kleinen Revolution: Nach gut 15 Jahren an der Spitze löste heuer Wirz den bisherigen Bran-

chenprimus Demner, Merlicek & Bergmann in dieser Kategorie ab.

Warum dies so ist, wie es in der Agentur läuft und wie die beiden Chefs von D,M&B die Zukunft der Agentur und auch jene der Branche sehen, erzählten Mariusz Jan Demner und

Harry Bergmann in einem ausführlichen Sommergespräch.

Auf die Frage, wie es der Agentur insgesamt gehe, gibt Mariusz Jan Demner gleich zu Beginn des Gesprächs folgende Antwort: „Das ist einfach zu beantworten – es geht uns nach Möglichkeit gut; seit Jahresbeginn haben