

**Pro Kreation**

Konrad Maric, Obmann-Stellvertreter, Fachgruppenobmann Marco Schreuder, Helge Haberzettl, Kreativdirektor bei Identum, Alexandra Fiedler-Lehmann, Ausschussmitglied der Fachgruppe.

# „Wie viel kostet ein Kilo Werbung bei Ihnen?“

Weniger „Geiz ist geil“-Mentalität und mehr Wertschätzung für die Leistungen der „kreativen Nahversorger“ soll eine neue Kampagne bringen.

••• Von Dinko Fejzuli

**G**ute Werbung kann nur dann entstehen, wenn die Rahmenbedingungen stimmen. Neben fairen Honoraren ist Wertschätzung ein essenzielles Element guter Zusammenarbeit.

Die Fachgruppe Werbung und Marktkommunikation Wien

trägt dieser Idee mit einer Werbekampagne zum Thema „Wertschätzung“ Rechnung.

„In der Kreativbranche hört man oft nostalgische Erinnerungen an sogenannte goldene Zeiten“, stellt Fachgruppenobmann Marco Schreuder fest: „Tatsächlich ist der Preisdruck hoch, die Bereitschaft, für Kreativität zu bezahlen, gesunken, die Globalisierung auch in der

Kreativbranche eine Herausforderung. US-Konzerne im Internet saugen Werbebudgets auf, die hierzulande weder eine Wertschöpfung noch Steuerleistung erzeugen.“

### Lokale Kreativleistungen

Mit der nun vorgestellten Wertschätzungskampagne der Wiener Fachgruppe Werbung und Marktkommunikation möchte

diese das Bewusstsein für die Bedeutung der lokalen Kreativszene wieder schärfen: „Die Entscheidung, mit wem man als Auftraggeber oder Auftraggeberin arbeiten möchte, können und wollen wir niemandem abnehmen. Dennoch verstehen wir die Kampagne als Appell, lokale und regionale kreative Nahversorgung zu unterstützen. Denn die Wiener Kreativbranche ist