



© wurnig-foto.com (2)

Zehn Milliarden Umsatz vertrauen auf Brokkoli

Man nehme vier kreative und erfahrene Werbeköpfe, mixe sie zusammen, gebe ihnen insgesamt 30 Marken und fertig ist Brokkoli. Eine Agentur auf Angriff!

... Von Chris Radda
und Georg Sander

Man kennt sich in der Werbewelt. Und manchmal trifft man sich öfters auf ein Bier und kommt drauf, dass es zu viert doch eigentlich besser wäre als zu zweit. Ungefähr so entstand in den letzten Monaten die Brokkoli Advertising Network GmbH & Co KG. Eigentlich ein Merger aus falknereiss und partlhewson.



”

Wir können eine Kombination bieten, die wenige Agenturen in der Form bieten können.

Erich Falkner
Kreativer
Geschäftsführer

“

Fred Reiss, Kaufmann und Berater, ist mit Erich Falkner, kreativer Geschäftsführer, schon sehr lange zusammen, ebenso die etwas jüngeren Geschäftsführer Patrik Partl und Phil Hewson. Als Brokkoli betreuen sie mit rund 18 Mitarbeitern rund 30 Marken, alte und neue Kunden mit einem Gesamtumsatz von zehn Milliarden Euro. Nun will Brokkoli angreifen – wie das gehen soll und wie es zur neuen Agentur kam, erklären sie in der großen Gesprächsrunde mit medianet.