



© Martina Berger

Geheimrezept: „Wir glauben an Magie“

Andrew Robertson, President & CEO BBDO worldwide, und das Wiener PKP BBDO-Führungsteam über Kreativität und Internationalität.

... Von Nadja Riahi

Anlässlich des Generationswechsels von Fred Koblinger, der über drei Jahrzehnte in der Werbung tätig war, zu Jana David-Wiedemann als CEO von PKP BBDO besuchte Andrew Robertson, President & CEO BBDO worldwide, die ös-

terreichische Zweigstelle. Das Ergebnis: Ein Gespräch über Kreativität, Digitalisierung und die Teile des großen Ganzen. „Kreativität ist die magische Zutat, die es braucht, um die Aufmerksamkeit unserer Kunden zu fangen und auch zu behalten. Wir bieten ihnen Erfahrungen, die sie in ihren Gedanken, Gefühlen und Handlungen verän-

dern“, erklärt Andrew Robertson die Wichtigkeit von Kreativität in der Marketing- und Kommunikationsbranche.

Eine Branche, die die stetige Veränderung, die uns umgibt, besonders spürt. „Die Kommunikationsformen haben sich in den letzten Jahren verändert. Ein Video, das noch vor ein paar Jahren 15 Sekunden lang war, ist

heute nur mehr drei Sekunden. Diese Neuerungen fordern uns heraus. Wir müssen noch kreativer denken und handeln“, so Robertson weiter.

Dem President der BBDO zufolge haben Konsumenten immer größere Erwartungen an Marken. „Konsumenten wollen immer mit der Marke in Verbindung stehen. Es ist unsere