



© Cayenne

# „Was bleibt, ist die Markenführung“

... und was neu dazukommt, ist ein Tochterunternehmen: Die Cayenne Werbeagentur vergrößert ihr Portfolio.

## Vorfreude

Die Cayenne-Geschäftsführer Wolfgang Übl (l.) und Lukas Leitner freuen sich auf ein spannendes Jahr 2020.

••• Von Chris Radda und Laura Schott

**Z**um Jahresbeginn gibt es bei Cayenne nicht nur eine optische Neuerung in Form eines anstehenden Büro-Umbaus, sondern gleich die Gründung eines ganzen Tochterunternehmens. Was die

Geschäftsführer Wolfgang Übl und Lukas Leitner konkret vorhaben, erzählen sie im Gespräch mit medianet.

**medianet:** Herr Leitner, Herr Übl, das letzte Jahr war zwar ein Werbejahr auf einem relativ hohen Niveau, aber dennoch stagnierend. Wie ist es Ihnen 2019 ergangen?

**Lukas Leitner:** Stagnation würde ich nicht sagen, eher Konsolidierung. Die großen Zuwächse waren 2019 vorbei. Im zweiten Halbjahr ist durch Gerüchte über eine drohende Rezession und ein negatives Wirtschaftswachstum leider auch eine negative Stimmung entstanden, die das Wachstum zusätzlich verhalten gemacht hat.

Bei Cayenne war es dennoch ein gutes Jahr. Wir haben unseren Hauptfokus auf österreichische, eigentümergeführte Mittelbetriebe gerichtet, die aus ihrer langjährigen Erfahrung heraus agieren und ihre Marketingbudgets weniger controllingorientiert festlegen. Diese Betriebe sind eine sehr stabile Kundenschicht, die auch heuer