

gesetzt, dass die Mitarbeiter im Homeoffice arbeiten können und Meetings mit Kunden regelmäßig virtuell stattfinden. „Wir können durchaus mit einem gewissen Selbstbewusstsein und Stolz sagen: Uns hat die Krise in der Technik und in unserer täglichen Arbeit überhaupt nicht getroffen.“

Maßgeblich dazu beigetragen hat auch die rasche Anpassung der Cayenne an die neuen Gegebenheiten im Eventbereich, einem weiteren Steckenpferd der Agentur. Mit der Konzeption und Umsetzung hybrider Veranstaltungen konnte die Cayenne etwa

am virtuellen Nationalfeiertag punkten, der die Veranstaltung trotz Lockdown für ein Millionenpublikum erlebbar machte.

„Wir entsolidarisieren uns“

Auch wenn 2020 für die Cayenne ein sehr erfolgreiches Jahr war und die Krise der Agentur nicht viel anhaben konnte, sehen die beiden Geschäftsführer gewisse Schwierigkeiten, mit denen die Branche zu kämpfen hat – Schwierigkeiten, die sich die Branche größtenteils selbst verursacht, wie Leitner erklärt: „Wir entsolidarisieren uns. Ich bedaure es massiv, dass wir



© Cayenne

nicht ebenso geschlossen auftreten wie etwa der Handel oder der Skitourismus dies tut.“ Ein Beispiel für diese Entsolidarisierung der Werbebranche seien etwa die Reaktionen auf die Veröffentlichung von Videomaterial des Terroranschlags am 2. November, die letzten Endes lediglich dazu geführt hätten, dass die Werbung österreichi-

Besondere Zeiten

Digitale und hybride Veranstaltungen werden die Cayenne und ihre Kunden auch nach der Krise noch begleiten; vor Kurzem ist dazu ein Leitfaden erschienen.

scher Unternehmen aufgrund der zu erzielenden Ad Impressions in ausländischen Medien zu sehen war – und dort erst recht wieder neben der Terrorberichterstattung.

„Du kannst als Agentur nicht sagen, der Inhalt dieses oder jenes Mediums gefällt mir nicht und den Kunden dazu auffordern, deshalb darin nicht mehr zu werben. Wir haben ein Berufsethos zu erfüllen, indem wir unseren Kunden Medien vorschlagen, die ihre Zielgruppe am effizientesten erreichen.“ Auf dieses Ethos müsse sich die Branche zurückbesinnen. (ls)

Der crossmediale Vermarkter für Österreich.

Das nächste Reichweiten-Level. Passt.

Mit dem neuen Display & Outstream Inventar der Top-Player.

Ab 1.1.2021 bei
IP Österreich



ZUM GOLDENEN HIRSCHEN



MEDIEN GRUPPE
RTL



KRWONE TV

schau TV

