

„Wir beide wollen genau das Gleiche“

Wollen „unaufgeregt weitermachen“: GgK MullenLowe-CCO Dieter Pivrnec (l.) und CEO Michael Kapfer im Interview.



© Martina Berger

Das Jahr 2020 war ein Jahr, wie es die meisten von uns noch nicht erlebt haben. Neben vielen anderen Branchen traf das Virus auch die Werbebranche völlig unerwartet. Das Resultat: Viele Unternehmen setzten auf neue Projekte und Digitalisierung. Die GgK MullenLowe unterstützt ihre Kunden seit vielen Jahren, setzt Kampagnen um und gewinnt Pitches. **medianet** sprach mit CEO Michael Kapfer und CCO Dieter Pivrnec.

medianet: Herr Kapfer, Herr Pivrnec, ein herausforderndes Jahr neigt sich dem Ende zu. Welches Resümee können Sie für die GgK MullenLowe ziehen?

Michael Kapfer: Anfangs war die Skepsis schon recht groß. Im Nachhinein können wir sagen, dass nichts großartig Negatives passiert ist.

Manche unserer Kunden haben sehr rasch auf den ersten Lockdown reagiert und ihre Werbeaktivitäten verschoben. Das war für uns als Agentur na-

türlich eine schwierige Situation. Auf der anderen Seite haben wir mit Kunden auch sehr große „Lockdown-Projekte“ umgesetzt. Um ein Beispiel zu nennen: Wir haben mit A1 innerhalb von vier Tagen eine neue Kampagne gemacht, die das Thema aufgegriffen hat.

Vor allem haben wir die Zeit genutzt, um unsere Digital-Kompetenzen weiter auszubauen. Alles in allem war es ein überraschend gutes Jahr mit gutem New Biz.

Dieter Pivrnec: Ergänzend dazu möchte ich noch sagen, dass es auch Kunden gegeben hat, die im Lockdown ihre strategischen und digitalen Hausaufgaben gemacht und sich da unerwarteterweise wirklich toll aufgestellt haben. Ein Beispiel dafür ist Josko.

medianet: Das Team der GgK MullenLowe arbeitet jetzt schon mehrere Jahrzehnte zusammen ...

Pivrnec: Wir sind sehr stolz auf unser Team. Deshalb hat auch