



© Peugeot/TBWA

Sagmeister: Die Herausforderung, in Videokonferenzen so etwas wie eine Chemie spürbar werden zu lassen, kennen wir mittlerweile alle. Das ist nicht einfach und gerade in einem Pitch noch einmal entscheidender. Die Dates sind zwar nicht ganz ‚blind‘, aber doch distanter – das gilt es zu überbrücken.

medianet: Gibt es Dinge, die man für künftige Pitches übernehmen wird?

Sagmeister: Ja, die Erfahrung, dass Entfernungen keine Grenzen sind und kollaborative Teams auch quer über Landesgrenzen und Disziplinen Berge versetzen können, wenn die richtige Idee da ist und alle an einem Strang ziehen.

Credits

Auftraggeber Peugeot Austria
GF Raphael Gaillard **Marketing Direktor** Bernd Pfaller **Marketing & Kommunikation Manager** Neslihan Yavuz **Agentur** We Love\TBWA
GF Irene Sagmeister **Beratung** Iliana Gehart, Rebeka Feriz **CD** Michael Zenz



© Martina Berger

”

Es geht bei Peugeot um das Kundenversprechen ‚Turn Time into Quality Time‘, konkret eben Zeit in ‚Quality Time‘ zu verwandeln.

Bernd Pfaller
 Marketing-Direktor
 Peugeot Österreich

“

medianet: Frage zum Schluss. Führt die Agenturchefin künftig einen Peugeot?

Sagmeister: Noch nicht, aber hoffentlich bald. Da von der ersten Autofahrt meines Lebens an alle Autos meiner Kindheit Peugeots waren, ist das für mich auch ein sehr persönliches Thema.

Pfaller: Ja, davon gehen wir aus. Weil es gibt Autos. Und es gibt Peugeot.