

Was macht den Perfect Pitch aus?

Die Österreichische Marketing-Gesellschaft machte die Pitch-(Un)Kultur zum Thema einer Online-Diskussionsrunde.



© Panthermedia.net/Fizkes

••• Von Sascha Harold

Krisen bieten Gelegenheit, den Status quo auf den Prüfstand zu stellen. Die Österreichische Marketing-Gesellschaft debattierte deshalb am vergangenen Mittwoch die Pitch-(Un)Kultur in einer hochkarätig besetzten Diskussionsrunde.

Das Programm sah, der Titel nahm es vorweg, eine durchaus kritische Betrachtung der aktuellen Pitch-Praxis vor. Im Hintergrund stand dabei die Frage: Sind Pitches noch zeitgemäß,

und welche neuen Trends und Entwicklungen gibt es?

Den Versuch, die gewohnten Bahnen aufzubrechen, hat man bei der Österreichischen Post gewagt. „Wir haben das Pitch-Setup an den Mediahaus-Gedanken angelehnt, die vernetzte Arbeitsweise braucht auch ein anderes Agentur-Setup. Wir haben deshalb den Agenturen die freie Wahl gestellt, sich in Gruppen aufzustellen, die alles, was wir brauchen, abdecken können“, erläutert Manuela Bruck, die die Unternehmenskommunikation der Post leitet. Auf Auftraggeberseite waren in die Vorberei-

tungen und die Durchführung ebenfalls mehrere Abteilungen eingebunden, man habe im Grunde, so Bruck, vier Pitches in einen zusammengefasst. Im weiteren Verlauf hat man fünf Agenturgruppen in die engere Auswahl genommen und in Workshops den Konzern und die Anforderungen vorgestellt. „Wir wollten kein klassisches Briefing, sondern haben uns Zeit genommen, um weniger abstrakte Präsentation zu bekommen“, schließt Bruck.

Braucht es die Lead-Agentur?

Der so aufgesetzte Prozess führt auch dazu, die Rolle der Lead-

Agentur neu zu denken und die Egalität und Zusammenarbeit zwischen den Agenturen ins Zentrum zu rücken. Tanja Sourek, VP Brand Communications Magenta, sieht das differenziert: „Ich glaube, dass es in Richtung Allianz gehen wird, weil die Disziplinen zur Steuerung von Kommunikation und Strategie viel mehr werden. Das gilt auf der Ebene der Zusammenarbeit, das muss aber nicht für den Pitch-Modus gelten.“

Ob sich der Modus der Österreichischen Post also letztlich bewähren wird, kann erst rückblickend beurteilt werden. Den