

”

Als österreichische Agenturen den sehr komplexen und umfangreichen Anforderungen der Bundesregierung gerecht zu werden, ist eine Auszeichnung.

Georg Hofherr
P8 Marketing

“



© P8 Marketing

vor allem enger gestellte Fragen erhoffen.

„Ich würde mir generell eine kleinere, in sich abgeschlossene Aufgabe wünschen. Je spitzer die Aufgabe ist, umso vergleichbarer sind die Vorschläge und Ideen der teilnehmenden Agenturen. Das ist auch hilfreich für den Auftraggeber und man erkennt trotzdem das strategische und kreative Potenzial.“

Burmeister hofft, dass die ersten Kampagnen im September anlaufen. Was genau, weiß bzw. kann Burmeister selbst noch nicht sagen. Besonders spannend zu bearbeiten fände er aber Themen aus dem Sport- und Kulturbereich sowie rund um das Wirtschafts-Comeback.

Silber & Bronze?

Neben den Erstplatzierten Jung von Matt haben die Bietergemeinschaften PKP BBDO gemeinsam mit rosenberg gp sowie P8 Marketing mit HMT Marketing, hinter der die erfolgreiche Agentur Heimat Wien steht, auch

die Chance, Kampagnen für die Bundesregierung zu kreieren. Jana Wiedemann von der PKP BBDO zeigt sich, trotz Unklarheiten über die Reihung der Plätze, über den Gewinn erfreut und sieht ihre Agentur für die kommende Arbeit gut gerüstet.

„Wir haben in den vergangenen Jahren immer wieder bei

verschiedenen Themen des Bundes, wie beispielsweise Unterstützung von Familien, Digitales Amt oder Zeichen gegen Gewalt, unsere kreative Kraft und unser strategisches Know-how eingebracht. Es ist uns eine Herzensangelegenheit, für wichtige Themen, die uns alle betreffen, eine relevante und impactstarke

Kommunikation zu entwickeln. Für uns war klar: Wenn wir hier ein Auftragnehmer einer Rahmenvereinbarung werden, können wir auch in Zukunft einen Beitrag leisten“, erzählt Wiedemann. Zum Inhalt des Pitches zeigt sich auch sie vage, gibt jedoch einen Einblick in den Ansatz: „Das Herausstreichen gemeinsamer Anliegen, das gemeinsame Arbeiten an Lösungen und die gemeinsame Umsetzung von Ideen für Österreich als Voraussetzung für heimische Erfolge ist unser Basisnarrativ. Ein vorwärtsgerichteter Ansatz, der auf Verantwortung, Weitblick und Zusammenarbeit beruht.“

Gleich drei „Bestbieter“

Die Frage, ob sie es kritisch sieht, dass bei einem Pitch gleich drei „Bestbieter“ gesucht und nun ausgewählt wurden verneint Wiedemann. „Es war ein sehr klarer, typischer Ausschreibungsprozess. Von Beginn an gab es viele Details, die einen Ausblick in den Prozess erlaubt

”

Besonders schätzen wir die gute und schnelle Kommunikation mit der Bundesbeschaffung. Es war alles sehr professionell und transparent.

Markus Wieser
Heimat Wien

“



© Karo Pernegger