

# Wir machen keine Werbung, wir erzeugen Gänsehaut.

„Obwohl Young and Rubicam die Entwicklung der Werbung in Österreich über die letzten 50 Jahre entscheidend mitgeprägt hat, schauen wir lieber nach vorn als zurück!“

**Y**oung & Rubicam agiert als globale Agentur, die nach dem Global Boutique-Modell ein weltweites Netzwerk starker, lokaler Agenturen ist (190 Offices), die auf gemeinsames Wissensmanagement und einheitliche Brand Tools zurückgreifen. Diese einzigartige Netzwerk-Struktur erlaubt es, schnell und unkompliziert zu arbeiten und gleichzeitig auf immenses Wissen und Erfahrungen aus aller Welt zurückzugreifen.

Young & Rubicam Wien wird geführt von Sebastian Bayer und Alexander Hofmann. CEO Bayer kam nach 12 Jahren in nationalen und

//

*Wir machen für unsere Kunden keine Werbung, wir erzeugen für sie Gänsehaut. Manchmal im buchstäblichen, manchmal im übertragenen Sinn. Gänsehaut als Ausdruck von Emotion, die einen packt und begeistert.*

//

internationalen Führungs- und Gestaltungsaufgaben bei Nike Europa zurück nach Wien und bringt seine Erfahrung in innovativem Marketing sowie die Perspektive von Kunden ein. Nach dem Credo „Be the clients best partner“ stellt er mit diesen Fähigkeiten und diesen Erfahrungen Kundenrelevanz und Ergebnis-Orientierung sicher. Als Counterpart in der Geschäftsführung übernimmt Alexander Hofmann die Verantwortung über die Kreation und gestaltet darüber hinaus auch Strategie- und Markenprozesse mit.

Bei Agenturen wie Demner, Merlicek & Bergmann, GGK und BBDO gewann er für seine Kunden Marktanteile und Konsumentenherzen sowie zahllose Kreativ- und Effizienzpreise. Das 25-köpfige Team von Y&R / Wien setzt sich aus Profis mit sehr unterschiedlichen Hintergründen zusammen.

**Welche Pläne hat Y&R für die Zukunft?**

„Ganz einfach: das Agenturmodell zu revolutionieren!“

## Marketing Consultance

Y&R bietet durch den extensiven beruflichen Hintergrund führender Mitarbeiter im nationalen und internationalen Marketing einmalige Kompetenz in Österreich – Analyse und Due Diligence von Marketingkonzepten über Coaching und Training bis zur vollen Marketing-Betreuung des jeweiligen Unternehmens.

Von Marketing und Werbung über Consumer Experience bis zu Architektur und Theater bringen die Teammitglieder hochspannende, unterschiedliche Perspektiven ein, an deren Schnittstellen völlig neue Lösungen entstehen.

100%

### Brand Fibres

Eine Marketing Intelligence-Plattform, die es bei voller Datenabdeckung ermöglicht alles was im Internet über Marke, Branche oder relevante Entwicklungen besprochen wird, kompakt darzustellen, die wichtigsten Entwicklungen aufzuzeigen und klare Schlüsse und Handlungsempfehlungen zu entwickeln. Dabei garantiert Y&R 100%ige Datenrelevanz durch manuelle Datenanalyse.

### And the Story goes on ...

Y&R Wien hat sich von Anfang an sehr dem Thema strategische Markenführung verschrieben und betreut seine Kunden seit der ersten Stunde mit dem Ziel, relevant differenzierte Kommunikation zu konzipieren und diese in herausragender Kreation umzusetzen. Unsere Kunden agieren primär in Österreich und im CEE-Raum. Derzeit betreut Young & Rubicam 21 Marken in Österreich, Deutschland und CEE.

### Die Inhalte

Nach wie vor geht es um relevante Differenzierung der Marke, Insights und Emotionen – die Tools sind einer ständigen Entwicklung unterworfen.

### Die Digitalisierung

Die Möglichkeiten der Digitalisierung ersetzen nicht die notwendigen Inhalte. „Trotzdem legen wir natürlich Wert darauf, dass unsere Mitarbeiter alle relevanten digitalen Möglichkeiten sehr gut kennen, um diese auch nutzen zu können.“

### Die Sache mit den Awards ...

„Welchen Award, den Sie noch nicht gewonnen haben, würden Sie gern in der Agentur-Vitrine sehen?“ „d&ad black pencil“

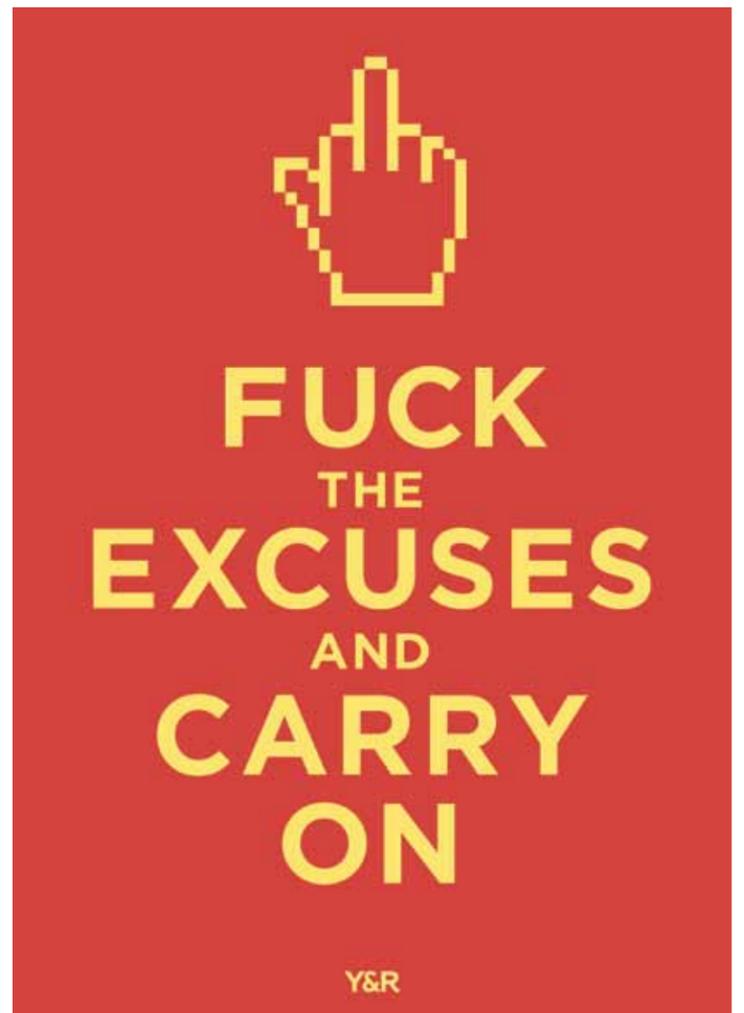
### Und die Konkurrenz?

„Niemand versteht Marken so gut wie wir. Und versteht es so gut wie wir, brillante Strategie mit herausragender Kreation umzusetzen.“



## Meilensteine

„Eine Agentur ist nur so gut wie ihre letzte Arbeit – dadurch ist jeder Tag, an dem wir etwas veröffentlichen, ein wichtiger Meilenstein für uns. So wie zuletzt unsere Repositionierungskampagne für Hervis Sports, der Launch von Dunkin' Donuts und die aktuelle Euromillionen-Kampagne.“



© Y&R (3)

**Zum guten Schluss ein paar „freie“ Zeilen**  
„Der Wert der Marke für das gesamte Unternehmen wird oftmals noch deutlich unterschätzt – wir treten an, das zu ändern!“