

HORIZONT befragte Erich Falkner und Fred Reiss, Gründer von **falknereiss**, zu ihrem ersten Agentur-Pitch-Gewinn und dem frischen Jungunternehmerdasein

## „Es ist kein Vergleich“

**HORIZONT:** Gratulation zum Ihrem Neukunden Forstinger. Wie kam es dazu?

**Erich Falkner:** Das war ein zweistufiger Pitch gegen den Etat-Halter Reichl und Partner, Young & Rubicam und Czerny Plakolm. Ausschlaggebend dabei waren sicher unser Retail-Know-how und die richtige Einschätzung der Position von Forstinger. Dabei ging es nicht darum, den Handel neu zu erfinden, sondern aus dem, was da ist, das Beste zu machen. Daher war die zentrale Strategie auf Frequenzsteigerung ausgerichtet. Wir haben nichts präsentiert, was Geld kosten würde und dabei nicht direkt in die Frequenz einzahlt.

**HORIZONT:** Wie war das mit der Agenturgründung? War es eine lang überlegte Geschichte?

**Fred Reiss:** Wir sind ja beide weit über 20 Jahre in der Branche tätig. Im Herbst haben wir uns dann nach einer längeren Nachdenkphase gesagt, das können wir auch selbst. Ungefähr zur gleichen Zeit ist Forstinger an uns herantreten. Da hatten wir gerade unsere druckfrischen Visitenkarten und das Büro im Umbau. Dass gerade der erste Pitch gleich so gut läuft, hat uns einen perfekten Start ins neue Jahr ermöglicht.

**HORIZONT:** Wie ist die Agentur jetzt aufgestellt?

**Falkner:** Mit uns beiden sind wir sechs Personen, davon ein Text-CD, ein AD, eine Person in der Beratung und eine Beratungsassistentin.

**Reiss:** Neben Forstinger machen wir vieles für die Rainer-Gruppe (Hotels, Immobilien und Mazda Rainer, Anm.). Und dann haben wir noch ein Projekt für eine große Schweizer Immobilienentwicklungsfirma in Arbeit. Wir glauben, dass wir ein vernünftiges Wachstum hinlegen können.

**HORIZONT:** Ist ihre Lebensqualität durch die Gründung gestiegen?

**Falkner:** Absolut. Man hat jetzt einfach mehrere Ebenen der Verantwortung, und da gilt: je größer die Herausforderung, desto größer der Spaß.

**Reiss:** Es ist kein Vergleich. Man ist eine Spur wacher, aufmerksamer.

**HORIZONT:** Was macht falknereiss aus?

**Falkner:** Es gibt ein paar Parameter, von denen wir wissen, dass wir sie einhalten möchten. Wir möchten eine gewisse Maximalgröße einhalten, die bei circa 30 Mitarbeitern liegt. Wir wollen sowohl im internen Verhältnis als auch im Verhältnis zu unseren Kunden persönlich bleiben. Wir möchten nicht einfach nur ein Lieferant von Kreation oder Umsetzung sein, wo man gegen Einwurf kleiner Münzen Layouts ausspuckt. Alles andere wird passieren und wachsen.

**HORIZONT:** Ist das dann eine Rückbesinnung auf das Agentur-Kerngeschäft?

**Falkner:** Ich glaube, eine Werbeagentur war immer schon ein Mittler und Verteiler. Wir übersetzen die Bedürfnisse des Kunden in einzelne Portio-

nen, behandeln die Portionen und führen die Lösungen zum Kunden zurück. Ob das inhouse ist oder extern, ist dabei egal. Es zählt einzig und allein die Qualität der Ergebnisse. Und wenn man dabei nicht gierig und überheblich wird, sondern sich mit kompetenten Partnern breit aufstellt, funktioniert das erfahrungsgemäß auch. Apropos Gier: Die hat eine Entwicklung beschleunigt, vor deren Ergebnis wir heute stehen, und das wurde zum Konzept erhoben. Warum glaubt eigentlich ein Unternehmen, dass es jedes noch

so entfernt verwandte Geschäftsfeld an sich reißen muss?

**HORIZONT:** Wenn Sie sich die Agentur in einem Jahr vorstellen, was wünschen Sie sich?

**Reiss:** Noch genauso viel Spaß wie jetzt und das noch möglichst lange. Bei circa zehn Mitarbeitern mit sechs bis sieben Kunden. Und dass wir sagen können, dass unsere Arbeit wirklich Sinn macht.

Interview: Elisabeth Praitenlachner



Erich Falkner und Fred Reiss wollen mit falknereiss persönlich bleiben und mehr als ein Lieferant von Kreation sein.

© wrfuerst.com

**ORF eins**

**HITRADIO 63**

**ZEHN HITS,  
EINE SHOW,  
SIE ENTSCHEIDEN**

**ÖSTERREICH ROCKT  
DEN SONG CONTEST**

**FR 24. FEB 20:15**