

42

Restart nach der Corona-Krise

Indiskr **ED**

Eine letzte Frage hätten wir dann aber schon noch:

Welche Ansätze erachten Sie für den Restart der Agenturbranche nach dem Corona-Shutdown am wichtigsten?

Jetzt beim Restart müssen Agenturen in Vorleistung treten, um die Planungen und Kampagnen neu zu konzipieren und umzusetzen. Hoffentlich kehrt wieder bald Vertrauen bei den Kunden ein. Viele scharren jetzt schon in den Startblöcken. Und wir hoffen, dass es bald losgeht. Das Wichtigste für die Agenturen ist, jetzt mitzuhelfen, um dieses Vertrauen wieder herzustellen.

Peter Lammerhuber
GroupM



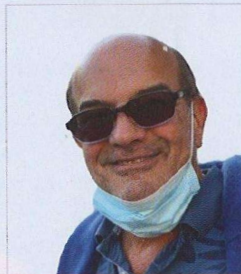
Sandra Thier
diego5



Wer anpassungsfähig, effizient und schnell ist, wird den Neustart gut meistern. Wichtig ist, neu zu denken, innovative und vor allem digitale Kommunikationsprodukte anzubieten und umzusetzen. diego5 ist mit seinen Themen Digital Video, Live Streaming und Influencer-Marketing gut aufgestellt. Das sind Produkte, die auch in der Krise funktionieren.

Die Krise hat ganz stark die KMUs getroffen, die ihre Kommunikation und geplanten Maßnahmen komplett heruntergefahren haben. Diese Kunden strategisch noch besser aufzustellen und effizient aus der Schockstarre zu führen, ist für uns die größte Herausforderung. Gerade als feine kleine Agentur, die nicht erst seit der Krise schnell, agil und daher sehr wendig agiert.

Christian Bergbauer
Frisch vom Bergbauer



Peter Czerny
Czerny Plakolm



Wenn wir der Covid19-Pandemie endlich entkommen sind, müssen wir darauf achten, nicht gleich in die nächste zu stürzen: die Preis-Dumping-Pandemie im Kampf um neues Geschäft. Es wird wichtig sein, dass qualitativ hochwertige Arbeit auch entsprechend entlohnt wird. Nur so wird ein nachhaltiger Restart nach dem Corona-Shutdown möglich sein.

Wenn jeder auf den anderen wartet, dann wird das für alle schlecht. Aktives Steuern und nicht passives Ausloten, wie das Geschäft wieder anläuft, sollte die Devise sein. Jeder sollte den Verkäufer in sich wieder besser kennen lernen, aber auch den bewussten Einkäufer. Budgets nicht kürzen! Alles, was wir selber kürzen, kommt auch von anderen nicht bei uns an.

Michael Göls
HAVAS



Christoph Bösenkopf
Wirz



Unser Motto für den Restart nach der Corona-Krise ist, genau bei dem zu bleiben, was uns als Wirz bereits vor dieser Krise erfolgreich gemacht hat. Und uns auch gut und sicher durch die Krise gebracht hat. Das bedeutet, unser Rezept zum Erfolg weiter zu verfolgen und gute Arbeit für die Kunden zu leisten. Auf diese Weise könnte es nahtlos wieder weitergehen.