

Goldener Hahn 2021: Überreichung bei fruchtfleisch

An einem der heißesten Tage im Juli waren wir bei Lucie Ehrenberger und Daniel Schwarz in Mauerbach zu Gast. Es waren sehr anregende Gespräche in einem stylischen Ambiente und es gab Caffè freddo sowie Eis.

Seit 2006 ist Daniel Schwarz gemeinsam mit seiner Partnerin Lucie Ehrenberger als Werbeagentur selbstständig. Von Beginn an waren sich die beiden einig, keine Beratungsleistungen anzubieten. Sie positionierten sich als reines Kreationsbüro und halten das erfolgreich bis heute so. Wenn ein Kunde strategische Beratung benötigt, bewerkstelligen das Kollegen aus ihrem Netzwerk.

Worauf habt ihr euch spezialisiert?

Wir bieten Ideen- und Namensfindung an, vom Corporate Design bis hin zu kompletten Markenkonzepten sowie Kampagnen, die wir uns ausdenken. Unsere Leistung endet tatsächlich bei der Reinzeichnung. Wir übernehmen keine Produktionsverantwortung. Die Kunden sind damit glücklich, weil sie Partner haben, die das umsetzen.

Welche Werte sind euch wichtig? Wie ist euer Agenturspirit?

Wenn es etwas gibt, das unterm Strich übrig bleibt, dann, dass wir an gutes Karma glauben. Wenn es allen Spaß macht, die damit in Berührung kommen, haben wir am Ende des Tages gewonnen: unsere Auftraggeber und jene, die es als Kunden unserer Kunden in die Hand bekommen.

> *Wir haben das Privileg, für unsere Ideen bezahlt zu werden.*

Aus welchen Branchen kommen eure Kunden?

Quer durch die Bank, ohne dass wir sagen könnten, wir sind in einem Bereich besonders spezialisiert. Wir betreuen große Kunden im Tourismusbereich in Tirol, Industriekunden in Wien oder Kunden aus dem Finanzbereich in Deutschland. Allerdings: Glücksspiel und Tabak kommen uns nicht ins Haus.

Wie schaut euer Idealkunde aus?

Jemand, der in die Leistung vertraut, ein Kunde, bei dem wir nicht ewig Version eins bis sieben durchspielen müssen. Diese Unternehmen bleiben nicht bei uns. Wir selbst haben uns schon von einigen Kunden verabschiedet, bei denen wir das Gefühl hatten, es

passt aus einem Grund nicht oder nicht mehr. Das merkt man sehr schnell, meistens auf einer persönlichen Ebene. Wir sind ein kleines Team und brauchen den persönlichen Kontakt zu unseren Ansprechpartnern. Wenn das nicht funktioniert oder schwierig ist, dann hakt es meistens auch beim Output.

Was ist aus eurer Sicht bei der Kreation wichtig?

Gute Kreation ist eine, die immer hinterfragt, noch eine Runde mehr macht und die Fragen stellt: Wofür machen wir das? Gibt es einen anderen Zugang, das Thema zu sehen oder aufzubereiten? Welche Geschichte erzähle ich mit dem, was ich produziere? Mit diesem Zugang sind meistens die besten Ergebnisse entstanden, die nicht nur schön an der Oberfläche bleiben, sondern vor allem jene, die für sich selbst den Anspruch erheben, noch ein bisschen mehr an Inhalt zu transportieren.

Erfolgsfaktor Kreativität, wie übersetzt ihr das für euch?

Wir beschäftigen uns gerne mit verschiedenen Themen. In vielen Bereichen wird Kreativität als etwas Magisches, Leuchtendes gehandhabt. Aus meiner Sicht sind jene Leute am erfolgreichsten, die einfach viel Output erzeugen und die nicht aufhören, sich damit zu beschäftigen. Wir haben das Privileg, für unsere Ideen bezahlt zu werden. Wir hatten das Glück, von Anfang an für sehr große Unternehmen und Marken zu arbeiten, wo wir Projekte auch über Jahre betreut haben.

Am **Beitragsfoto** von l. n. r: Sabine Wolfram (CR-Werbemonitor), Clemens Grießenberger (Fachgruppengeschäftsführer), Daniel Schwarz und Lucie Ehrenberger (fruchtfleisch), Andreas Kirnberger (Fachgruppenobmann) und Michaela Dibl (Bezirksvertrauensperson).

Weitere Informationen:

Gewinner in der Kategorie "Grafikdesign" mit: Wienerberger V11
Auftraggeber: Wienerberger Österreich GmbH
www.fruchtfleisch.at

Eindrücke von der Überreichung und das Video gibt es hier:



Fotos: leadersnet.at/A. Felten












