

Werbung für die Ewigkeit

In diesem Jahr geht der **medianet** xcellence.award an Rosa und Franz Merliceck von Merliceck und Partner. **medianet** bat die beiden zum Interview.

... Von Dinko Fejzuli

Eine der für sein späteres Leben vermutlich wichtigsten Beobachtungen machte der junge Franz Merliceck bei seinem um einige Jahre älteren Bruder. Ihm fiel auf, dass dessen Freunde sich mit Studien wie Wirtschaft oder Medizin herumplagten, während es da diesen einen Freund gab, der zur gleichen Zeit einen roten Flitzer fuhr und eine hübsche Freundin hatte. „Was macht eigentlich der?“, fragte der junge Merliceck seinen Bruder – und der antwortete: „Der studiert an der Angewandten“. Da sagte sich Franz Merliceck schon damals: „Das will ich auch.“

So kam es auch: Er ging tatsächlich an die Angewandte und besaß sogar die Chuzpe, nach seinem Abschluss dem Rektor vorzuschlagen, gleich ein neues



Vor neun Jahren starteten Rosa und Franz Merliceck mit Merliceck und Partner als Jungunternehmer nochmals durch.

”

Ursprünglich wollte ich Tierärztin werden. In die Werbung bin ich reingestolpert und picken geblieben.

Rosa Merliceck

“

Corporate Design für die Uni zu machen. Nach einigem Zögern durfte er das tatsächlich – und genau dieses CD wird dort bis heute, inklusive später kreierten Logos, noch immer verwendet.

Da sein ursprünglicher Plan, nach der Uni in die Schweiz zu

gehen – damals ein Mekka für Grafik und Design – nicht aufging, war Merliceck schließlich, kurz nach deren Gründung, Teil jener Agentur, die man später als Demner, Merliceck & Bergmann kennen sollte. Den roten Flitzer übrigens hatte er da bereits. Die hübsche Freundin vermutlich auch.

Zwei Wege, eine Zukunft

Rosa Merlicecks Weg in die Werbung war etwas anders. Sie selbst bezeichnet ihn als „reingestolpert und picken geblieben“, denn ursprünglich wollte sie Tierärztin werden, absolvierte aber dann doch den Vorläufer der späteren Werbe Akademie, die sie zwar ohne Abschlusszeugnis beendete, dafür aber mit Job-Angeboten aus der Branche.

Nach mehreren Stationen bei Agenturen wie Haslinger Keck

oder Young & Rubicam, wo sie Texterin und dann Kreativdirektorin war, fiel die junge Rosa Haider, wie sie damals hieß, einem gewissen Mariusz Jan Demner von der gleichnamigen Agentur auf, in der schon längst Franz Merliceck saß. „Als ich bemerkte, dass der Herr Demner angebissen hat, hab ich meine Mappe zugeklappt und gesagt: ‚Zu ihnen komme ich nicht, denn ich habe mir das angesehen und bei ihnen werden nur Männer etwas – und ich möchte Kreativdirektorin bleiben.‘“ Sie verließ das Gespräch.

Am folgenden Tag kam das Angebot, erste weibliche Kreativdirektorin bei DMB. zu werden – aber nur für einen Kunden, damals Kleider Bauer; sie heuerte doch an und arbeitete dann viel mit Franz Merliceck zusammen. Zunächst etwas unfreiwillig,

wie sie im Gespräch mit **medianet** erzählt, denn sie befürchtete, als die Junge, Neue neben dem berühmten Franz Merliceck nicht ernst genug genommen zu werden. Doch die Zusammenarbeit stellt sich als kongenial heraus, und der Rest ist österreichische Werbegeschichte, gepflastert mit Namen wie Vöslauer, Wiener Städtische, Darbo, Wiener Zucker und Publikumsliebblingen wie Manner oder dem berühmten Schweinderl von Ja! Natürlich – allesamt erfunden und kreiert von Rosa und Franz Merliceck gemeinsam oder jeweils von einer bzw. einem der beiden.

Darüber hinaus erfand Rosa Merliceck die Familie Putz für das Möbelhaus XXXLutz und zog große Etats von Bipa, Merkur und OMV an Land; ihr Mann betreute da schon Darbo und später dann Manner.