

Nach 17 gemeinsamen Jahren bei Demner, Merlicek & Bergmann (heute: DMB.) dann der große Krach und eine Neugründung im Jahr 2015, gemeinsam mit Jan Newrkla, Peter Mayer und Lukas Grossebner zunächst als „Merlicek & Grossebner“.

”
Merlicek und Partner ist eine Agenturmarke, in der viele kreative und fähige Köpfe arbeiten, um über Kampagnen hinaus einen Mehrwert für die Kunden zu schaffen.

Franz Merlicek

“

Einige Kunden kamen schon damals mit, einige kamen nach und viele neue kamen dazu. Heute zählen zu den wichtigsten Kunden Ja!Natürlich, Mautner, Attensam, Bipa Packaging, Billa Bio Packaging, Tiroler Versicherung, Porr Employer Branding, der Online-Bezahldienst EPS und andere.

Und auch der Gewinn der Bank Austria im Jahr 2021 rief große Freude hervor, denn, so Rosa Merlicek im Interview: „Auch wenn du einen Namen in der Branche hast – als neu gegründete Agentur mussten wir uns trotzdem neuerlich beweisen, um einen so großen Kunden zu gewinnen.“



Aus Sicht der beiden waren das unfaire Umstände, denn abseits der eigenen Bekanntheit könnten gerade junge Kreative auch für große Kunden neue, frische Insights bringen. „Es bräuchte nur etwas mehr Mut der Marketingverantwortlichen“, so die beiden.

„Wir sind eine Agenturmarke“ Dabei ist ihnen ganz wichtig, eines zu betonen: Ja, nach außen seien vor allem ihre Namen bekannt, aber für sie selbst sei „Merlicek und Partner“ keine Agentur mit zwei bekannten Gesichtern. Vielmehr sei es „eine Agenturmarke, in der viele kreative und fähige Köpfe arbeiten, um über Kampagnen hinaus ei-

nen Mehrwert für die Kunden zu schaffen“, so Franz Merlicek, gefragt nach dem Sinn der eigenen Arbeit über die Kreation hinaus.

Die eigene Agentur und die Mitarbeiter sieht man, so kristallisiert sich im Gespräch mit den beiden heraus, als eine Art erweiterte Familie. Von Homeoffice halten die beiden übrigens wenig, eher vom Bemühen, dass durch viele Dinge „die Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter das Office als Home sehen“. Ein Zuhause, wo etwa Hunde willkommen sind, ein Nickerchen auf der Agenturcouch nicht verpönt ist, wo man gemeinsam kocht und generell eine Atmosphäre herrscht, die es ermöglicht, „dass durch viel Austausch un-



Im Talk werfen Rosa und Franz Merlicek einen Blick zurück – und in die Zukunft.

Ausgezeichnetes Duo

Neben den vielen Aufträgen von Kunden regnete es auch Preise, aber, so Rosa Merlicek: „Der wichtigste Preis ist immer noch der, den Konsumenten bereit sind, für ein Produkt zu zahlen, weil unsere Mehrwertkommunikation gelungen ist.“

tereinander Kreatives ermöglicht wird“, so Rosa Merlicek.

Apropos menschliche Kreativität: Selbstverständlich sei auch das Thema Artificial Intelligence bei Merlicek und Partner angekommen, aber eher in der Rationalisierung von Prozessen: „Das Denken erspart es uns nicht“, so die beiden.

Danach gefragt, wohin sich Werbung, auch in Anbetracht der fortschreitenden Digitalisierung und immer besser werdender AI-Systeme, entwickeln werde, meint Rosa Merlicek abschließend: „Früher konnten wir das Narrativ komplett definieren und kontrollieren, etwa die Frage, wie eine Marke erzählt wird. Das hat sich grundlegend geändert. Heute ist es so, dass wir in Wahrheit zulassen müssen, dass Konsumentinnen und Konsumenten die Marke mitgestalten.“ Das sei „der große Unterschied“, eine Marke so auszustatten, dass möglichst viel von dem beabsichtigten Narrativ übrig bleibt – eine Kunst, „die wir inzwischen ganz gut beherrschen“.

Awards

National & international

Zu Franz Merliceks Trophäen zählen u.a. jene beim Clio, in Cannes, bei den New York Festivals, der Berliner Type und zahlreiche Veröffentlichungen in Lürzer's Archive und Shots.

Als Mitglied beim D&AD, beim Art Directors Club und beim CCA hat Rosa Merlicek zahlreiche nationale und internationale Kreativpreise gewonnen. Darunter Yellow Pencils, Cannes Film-Shortlists, ADC Nägel und Preise beim CCA, der Werbetrömmel, dem Mobius, Epica, Cresta und Clio.

Zusammen gewannen sie Staatspreise für Werbung und unzählige Effies, darunter auch Platin-Auszeichnungen. Ihre Kampagnen zeichneten Marketer des Jahres aus.