



TBWA

The
Disruption[®]
Company

Ein weltweites Network mit europäischen Wurzeln



11,100
Mitarbeiter

323
Agenturen

97
Länder

Wir sind eine internationale Netzwerkagentur, die weltweit in konstantem Austausch über Strategien, Trends, Kultur, Kampagnen und Tools steht.

Wir sind eine der Top 10 Agenturen Österreichs mit starker Verankerung im österreichischen Markt und entwickeln von Wien aus Kampagnen für 25 Märkte in CEE.

Unser Team / Auswahl für Sie



Mag. Irene Sagmeister

Geschäftsführerin TBWA\ seit 2013

Erfahrung mit öffentlichen Auftraggebern: Verbund, AK, BMF, ORF, Wiener Linien, Asfinag, Flughafen Wien, BMVIT

Erfahrung mit Non-Profit Projekten: Global 2000, Greenpeace, Amnesty Int.

Innovation die mich begeistert: Elektrisch fahren



Mag. Bernhard Grafl

Creative Director TBWA\ seit 2007

Erfahrung mit öffentlichen Auftraggebern: Verbund, AK, ASFINAG, Flughafen Wien, BMVIT, Österreichische Nationalbank, Österreich Werbung

Erfahrung mit Non-Profit Projekten: Greenpeace, Global 2000, Rotes Kreuz

Innovation ist für mich: Runtastic Mountainbike



Lukas Quittan, MSc.

Planning TBWA\ seit 2015

Erfahrung mit öffentlichen Auftraggebern: Verbund, SPÖ Wien

Erfahrung mit Non-Profit Projekten: Global 2000, Rucksackspende

Innovation ist für mich: Durch einen Mausklick mit der Welt verbunden sein



Mag. Gerda Reichl-Schebesta

Executive Creative Director TBWA\ seit 2007

Erfahrung mit öffentlichen Auftraggebern:

Verbund, AK, BMF, ASFINAG, Flughafen Wien, BMVIT, VCÖ, Österreich Werbung

Erfahrung mit Non-Profit Projekten:

Global 2000, Greenpeace

Innovation die mich begeistert: Neue Ideen, die meinen Alltag erleichtern (zB in Verbindung bleiben durch mobile Apps) und medizinische Innovationen



Romy Pühringer

Account Manager TBWA\ seit 2015

Erfahrung mit öffentlichen Auftraggebern: Verbund, ASFINAG, Salzburger Land, Österreichische Bundesforste, Sölden Tourismus

Erfahrung mit Non-Profit Projekten: Greenpeace

Innovation ist für mich: Mut zu Unbekanntem

Wir sind eine Full-Service Agentur mit 30 fix angestellten Mitarbeitern in den Bereichen Kundenberatung, Kreation, Reinzeichnung, Produktion, Digital und Back Office.

Darüberhinaus verfügen wir über ein dichtes Netzwerk an Experten für Social Media, Influencer Marketing, Public und Blogger Relations, ect., die wir projektweise hinzuziehen.

Unsere Denkweise



Unsere Arbeitsweise und Innovationsleidenschaft drückt sich in einem Wort aus: **Disruption®**.

Heute die Norm, hat TBWA\ bereits in den 90er Jahren **Disruption® als Methode** entwickelt, gezielt Innovationen auf allen Ebenen einer Marke zu setzen.

Disruption® bricht produktiv mit Konventionen und eröffnet neue Lösungen, Chancen und Märkte.

Unsere Erfahrung

Öffentlich-rechtliche Auftraggeber

Verbund



Deutsche Industrie



Österreichs Image nach Außen



Aus der Zusammenarbeit mit unseren Kunden gewinnen wir tiefe Einblicke in die unterschiedlichsten Branchen, ihre Arbeits- und Funktionsweisen. Für die gestellte Challenge besonders relevant ist unsere umfangreiche Erfahrung mit dem öffentlichen Sektor, mit großen Marken der produzierenden Industrie - im Automotivsektor und der chemischen Industrie-, unsere Kenntnis der Mentalität deutscher Konzerne und die Expertise in der Vermittlung eines positiven Images Österreichs im Ausland.

Ausgewählte Cases



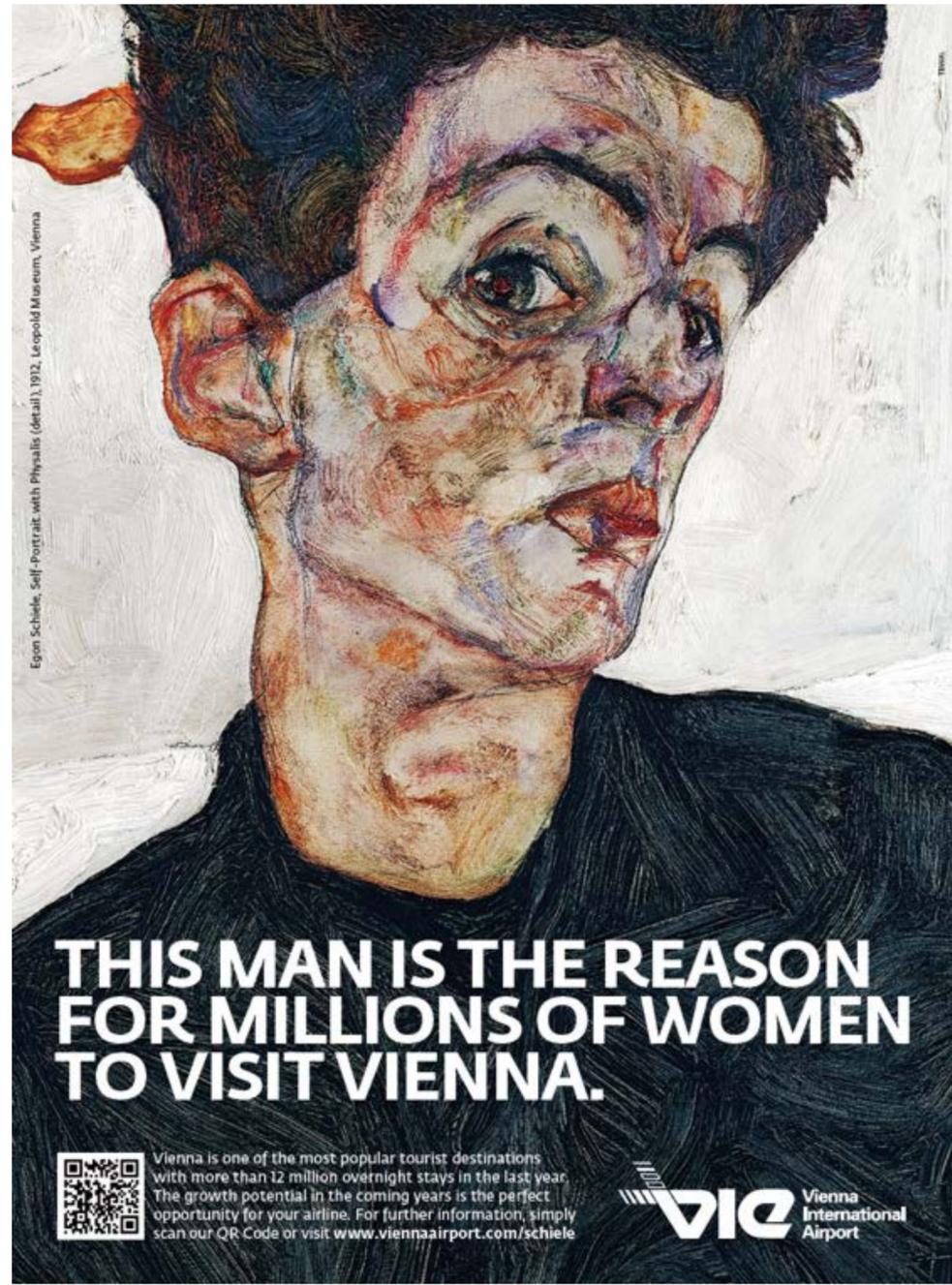


Die Attraktivität Österreichs im Ausland zu stärken, war das zentrale Anliegen unserer Arbeit für die **Österreich Werbung**. Dafür entwickelten wir innovative Werbeformen wie den „Schneeflockengenerator“, der Menschen aus der ganzen Welt ein Involvement mit Österreichs Winterschönheit ermöglichte. Ein überlebensgroßer Postkartenständer und ein „Ziehharmonikabus“ inszenierten die vielfältigen Schönheiten Österreichs in aufsehenerregender Form.



THIS WOMAN IS THE REASON FOR MILLIONS OF MEN TO VISIT VIENNA.

Vienna is one of the most popular tourist destinations with more than 12 million overnight stays in the last year. The growth potential in the coming years is the perfect opportunity for your airline. For further information, simply scan our QR Code or visit www.viennaairport.com/klimt

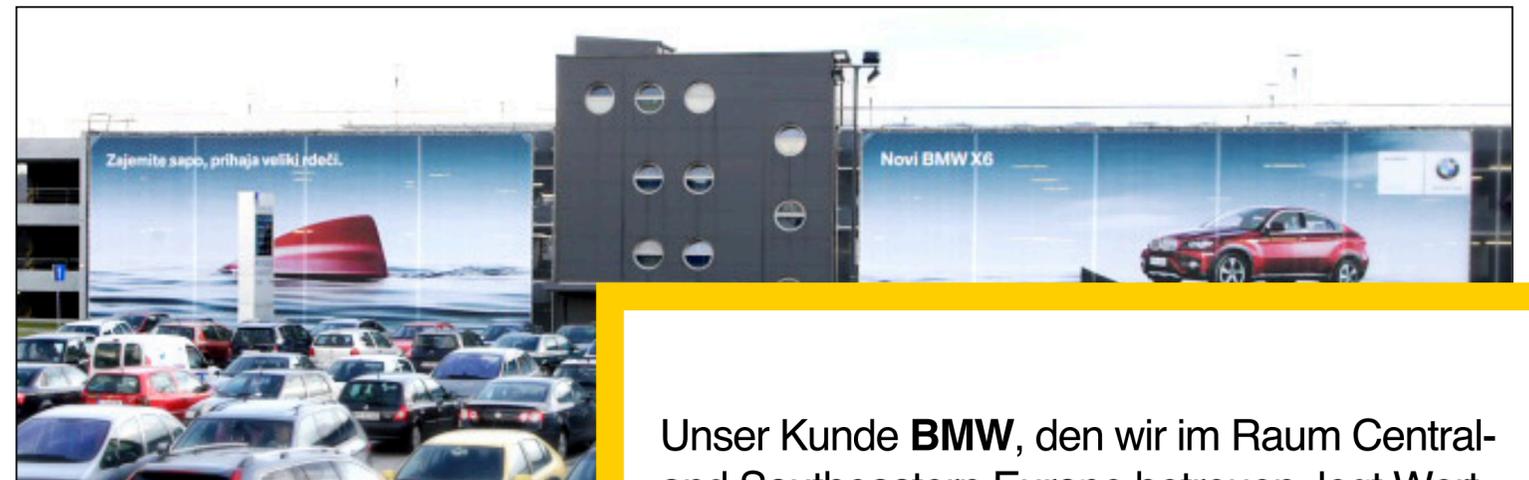



THIS MAN IS THE REASON FOR MILLIONS OF WOMEN TO VISIT VIENNA.

Vienna is one of the most popular tourist destinations with more than 12 million overnight stays in the last year. The growth potential in the coming years is the perfect opportunity for your airline. For further information, simply scan our QR Code or visit www.viennaairport.com/schiele



Für den **Flughafen Wien** widmeten wir uns der Aufgabe, die touristische mit der wirtschaftlichen Relevanz Österreichs in Beziehung zu setzen und einen Brückenschlag vom „Sachertortenimage“ zum Wirtschaftsstandort zu schlagen.



Unser Kunde **BMW**, den wir im Raum Central- and Southeastern Europe betreuen, legt Wert auf ein weltweit einheitliches Erscheinungsbild, ist allerdings in der inhaltlichen Botschaft frei, sich lokalen Gegebenheiten anzupassen. Diese Aufgabe erfüllen wir für 8 Märkte in der südosteuropäischen Region, sowohl in der strategischen Beratung als auch in der kreativen Umsetzung.

Im Auftrag einer smarten Energiezukunft.
Danke, Wasserkraft!

Je 4 Monate GRATIS* Strom + Gas

Hier Film ansehen!

Die innovativen Energielösungen von VERBUND helfen sparen und sind komfortabel: den Haushalt mit VERBUND-Eco-Home energiesparend, sicher und einfach steuern, selbst Sonnenstrom erzeugen und speichern, CO₂-frei mit dem VERBUND-Ladesystem SMATRICS elektrisch unterwegs sein. Oder einfach zu sauberem Strom und klimaneutralem Gas wechseln. Für Ihr Zuhause genauso wie für Ihre Firma. Mehr auf www.verbund.at/energiezukunft

Verbund
Am Strom der Zukunft

Energieträger: Stromkennzeichnung gem. § 78 Abs. 1 und 2 EKVVOG 2010 und Stromkennzeichnungs-VO 2011 für den Zeitraum 1.1.2014 bis 31.12.2014. Durch den vorliegenden Versorgermix fallen weder CO₂-Emissionen noch radioaktive Abfälle an, 100 % der Nachweise stammen aus Österreich.

* Einmaliger, verbrauchsfunktionsabhängiger Bonus auf das gewählte Strom- bzw. Gasprodukt. Gültig für Neukunden bis 30.11.2015 in Höhe des täglichen Durchschnittsverbrauchs entsprechend dem tatsächlichen bzw. errechneten Jahresverbrauch gemäß Jahresabrechnung auf den Energiepreis (inkl. Grundpreis) ohne Netzkosten, Steuern und Abgaben (Division des Arbeitspreises durch 365). Bei einer Belieferungsdauer des gewählten Produktes von unter 12 Monaten erfolgt eine anteilige Verrechnung.

B2C Kommunikation Österreich

Investieren Sie mit uns in die Zukunft.
Danke, Wasserkraft!

Wirtschaften bedeutet für uns Werte schaffen. Im Fokus unseres unternehmerischen Handelns stehen dabei ökonomische und ökologische Leistungen auf höchstem Niveau. Strom aus Wasserkraft ist die Basis für unseren nachhaltigen Erfolg. Hier sind wir die Nr. 1 in Österreich und Bayern sowie unter den Führenden in Europa. Wir erweitern unsere Wertschöpfungskette um energienahe Anwendungen und Dienstleistungen zur effizienten Energienutzung für verantwortungsvolle Menschen. Erfahren Sie mehr dazu auf www.verbund.com

Verbund
Am Strom der Zukunft

B2B Kommunikation Österreich

Machen Sie Ihrer Region die Energiewende kinderleicht.
Danke, Wasserkraft!

Immer mehr Menschen wollen günstigen, sauberen Strom aus 100 % Wasserkraft. In Deutschland und Österreich. Fragen Sie unsere maßgeschneiderten Lösungen. Mehr unter [089 898 898](tel:089898989)

B2B Kommunikation Deutschland

Unser Kunde **Verbund** zeigt uns Tag für Tag, wie vehement der Wandel in der Energiewirtschaft vorangetrieben wird, wie viel in Forschung und Entwicklung zukunftsweisender Lösungen investiert wird. Das Projekt „Energiewende“ bzw. „Energiezukunft“ ist unser gemeinsames Kommunikationsthema, an dem wir uns mit großer Begeisterung abarbeiten. Neben dem privaten Publikum, vermitteln wir die Innovationen des Verbund auch an B2B Zielgruppen in Österreich und Deutschland.



Printsujet



Lange Nacht der Forschung:
Spielerisches Involvement des jungen Publikums mit Forschung



Schüler durch ein Quiz auf Forschungspraktika aufmerksam machen

Durch unser Engagement für das **BMVIT** erleben wir hautnah, wie sehr die öffentliche Hand daran interessiert ist, den Stellenwert von Forschung auch innerhalb der Bevölkerung Österreichs voranzutreiben und welche Mittel und Energien dafür aufgewendet werden. Wir freuen uns, Teil dieses Projekts zu sein.



Unter dem Motto **TBWA For Good** entwickelten wir eine Spendenkampagne für die Tschernobyl Hilfe. Um Herzen und Geldbörsen zu öffnen, braucht es disruptive Ideen, Betroffenheit ist oft zu wenig. Daher haben wir ein Zeichen gewählt, das Familien in Tschernobyl aus Solidarität mit ihren krebserkrankten Kinder setzen: Sie lassen sich freiwillig eine Glatze scheren, um die Verbundenheit mit den Kindern in der Chemotherapie zu zeigen. Das Bild war stark und hat ebenso funktioniert: 15.000 Personen informierten sich über die Website und über 200 ließen sich eine Glatze scheren, und teilten das über soziale Kanäle.



Greenpeace wollte seinen Dauer-Spendern „Danke“ sagen, denn sie stellen die finanzielle Basis aller Aktivitäten der NGOs sicher. Die Kampagne rückt deshalb die Menschen in den Vordergrund, die mit ihrem Engagement die Arbeit der Umweltorganisation erst möglich machen – und bedankt sich bei den vielen „kleinen“ Spenderinnen und Spendern, die mithelfen, den Kampf gegen Goliath-Gegner wie Ölkonzerne, Chemiemultis oder sogar Regierungen zu gewinnen. Der Twist, in einer Greenpeace-Kampagne einmal keine Umwelt-Probleme zu zeigen, sorgte für große Aufmerksamkeit.



Kontakt:

Lukas Quittan, MSc.

Planning

lukas.quittan@tbwa.at

+43 1 316 00 134

Alle in dieser Präsentation enthaltenen Gedanken, Ideen und Empfehlungen sind geistiges Eigentum von TBWA Wien und verbleiben in deren Eigentum. Eine Verwendung, auch nur auszugsweise, ist unzulässig bzw. bedarf einer gesonderten vertraglichen Vereinbarung. Disruption ist eine Trademark der TBWA.