

INTERVIEW

**F**ast 15 Jahre arbeiteten Marco Spitzar und Sergej Kreibich in der Agentur Spitzar communications. Im Herbst 2014 gaben die beiden ihre berufliche Trennung bekannt. In den neuen Räumen, im Wasserturm im Dornbirner Färberareal will Spitzar nun einen Ort der Begegnung schaffen, in dem Platz für Kreative, Querdenker und Innovatives sein soll.

*Die Agentur Spitzar & Kreibich galt als Fixstern in der Vorarlberger Werbewelt. Warum nach 15 Jahren die Trennung?*

**MARCO SPITZAR:** Wie es in vielen Beziehungen der Fall ist haben wir uns in verschiedene Richtungen entwickelt. Ich bin 50, mein Partner 42, und ich habe andere Vorstellungen von Qualität und Exzellenz. Unsere Aufgaben waren so verteilt, dass ich mich der Kreation und den Zukunftsvisionen gewidmet habe, Sergej war der Manager. Ich möchte ihm an dieser Stelle für alles Erreichte und unsere Erfolge Anerkennung aussprechen und dem gesamten Team ein riesiges Dankeschön ausrichten.

*Und wie geht es jetzt mit Marco Spitzar beziehungsweise dem Ex-Team weiter?*

**SPITZAR:** Sergej Kreibich hat sein Team und den neuen Namen der Agentur bereits bekannt gegeben. Aus „spitzar“ wurde „go big“ – eine Kombination aus „big“ und dem Kürzel „IQ“. Was mir vorschwebt, weiß ich schon recht genau, und auch, dass eine Zusammenarbeit mit dem Ex-Team weiter bestehen bleiben soll. Das Auseinanderdividieren war so schon schwierig genug, mir war aber wichtig, dass mein ehemaliges Team von der Trennung unberührt bleibt.

*Und wie geht es nun mit Marco Spitzar weiter?*

**SPITZAR:** Ich werde der Kreativwirtschaft erhalten bleiben. In meinen neuen Räumlichkeiten möchte ich mich, gemeinsam mit Experten, mit der Frage „Was tut uns gut?“ beschäftigen. Was nicht sofort gewinnbringend ist, ist nicht gleich Zeitverschwendung. Ich

ZUR PERSON

Marco Spitzar, geb. 1964 in Osnabrück, gelernter Bildhauer wohnhaft in Schwärzach Lebensgemeinschaft mit Judith (Fink), zwei Kinder, Ida (6) & Julius (4)  
Hobbies: Tennis, Fußball und Kunst  
www.marcospitzar.com

Marco Spitzar (50) wagt nach fast 15 Jahren einen beruflichen Neustart. Er berichtet, warum er sich dafür entschieden hat und wie er sich die Zukunft vorstellt.



# Oase für Exzellenz



Im Wasserturm in Dornbirn will der Werber neue Projekte umsetzen.



Marco Spitzar will forschen, übersetzen, erzählen und gestalten. Kreative, Künstler und Querdenker will er ins Boot holen.

möchte forschen, übersetzen, erzählen und gestalten. Ich möchte nicht nur Menschen aus Wirtschaft und Kultur ansprechen, sondern eben auch Kreative, Künstler, Querdenker und Geschichtenerzähler.

*Und wie genau stellen Sie sich das vor?*

**SPITZAR:** Am liebsten wäre es mir eigentlich schon, wenn ich aus dem neuen Projekt gleich mal eine Art „Kreativhotel“ machen könnte.

*Und das Team für das neue Projekt steht bereits fest?*

**SPITZAR:** Nein, ich starte personell erst einmal ganz klein. Ich werde für die verschiedenen Projekte auch ganz unterschiedliche Persönlich-





**Marco Spitzar startet neu durch  
und hat viele spannende Ideen.**

KLAUS HARTINGER

## und Kreativität

keiten ins Boot holen. Unternehmen bestehen nun einmal aus Menschen und deren Möglichkeiten. Genau diese Unterschiedlichkeit der Menschen, die ich so um mich scharen kann, erzeugt die Spannung die es braucht, um wirklich innovativ sein zu können.

*Verraten Sie uns auch, wen die Oase im Wasserturm auf Kundenseite ansprechen soll?*

**SPITZAR:** Nehmen wir zum Beispiel das Thema Geld. Dienstleistungen in Finanz und Versicherungen sind nicht greifbar. Ich sehe mich als einen Spezialisten für Greifbarkeit, ich bin Verfechter der Objektwerbung. Als gelernter Bildhauer weiß ich, wie wichtig es ist, Dinge „greifbar“ zu machen. Nicht nur optisch, sondern auch verbal.

*Apropos Spuren: Ihre ersten Spuren in der Werbung haben Sie ja schon in jungen Jahren hinterlassen.*

**SPITZAR:** Ja, das stimmt. Ich war einer der Schüler des namhaften Bildhauers Bruno Gironcoli an der Akademie der Bildenden Künste. Für seine Absolventen war eigentlich eine Künstlerkarriere programmiert. Aber ich bin in die Werbung gegangen und habe bereits in jungen Jahren in den großen Agenturen in Wien und Vorarlberg mit den damals Besten ihres Fachs gearbeitet.

*Und im Februar startet also das neue Projekt, das im Dornbirner Färberareal, im sogenannten „Wasserturm“ angesiedelt sein wird.*

**SPITZAR:** Richtig. Ich möchte mir Zeit nehmen, dieses neue Format zu entwickeln beziehungsweise sich entwickeln zu lassen. Ich will nichts Fertiges mehr aus der Schublade produzieren, ich möchte als Übersetzer gesellschaftlicher Themen fungieren. Die Welt ist voller Technik, Tools und

Blutleere. Wir sollten nicht alle ständig darüber nachdenken, was wir noch in unsere Technik und unser Funktionieren stecken könnten, sondern viel mehr darüber, was uns berührt und dementsprechend bereichert.

*Und das soll sich dann in der von Ihnen greifbar gemachten Kommunikation auch widerspiegeln?*

**SPITZAR:** Ich habe in all den Jahren in der Werbung oft das Gefühl gehabt, dass wir als Kommunikationsagentur die Unternehmen besser beraten konnten als klassische Unternehmensberater. Emotion ist funktionierende Kommunikation. Wenn wir darüber nachdenken, was uns gut tut, was wir genießen, dann können wir unser Leben sinnvoll befüllen. Ich denke da an ganz simple Dinge wie kochen, essen, baden, reden, lesen oder einfach genießen. Diese Offenheit für das Leben und auch ein gewisses Maß an Querdenken ist notwendig, um schlussendlich Höchstleistungen zu erzielen.

*Und im Zuge des neuen Projekts werden solche Höchstleistungen angestrebt?*

**SPITZAR:** Im Idealfall ja. Ich möchte Unternehmen die Möglichkeit geben, auch Kontakt zu Architekten, Wissenschaftlern, Kunsthistorikern, Designern oder Interfacedesignern zu knüpfen, deren Ideen anzuhören und so ein größeres Spektrum an Möglichkeiten für alle schaffen.

*Resultiert die Idee für das neue Spitzar'sche Projekt auch aus der Beobachtung der Kreativwirtschaft im Land? Ist es Ihnen zu eng geworden?*

**SPITZAR:** So in etwa. Ich kämpfe darum, dass die Kreativwirtschaft aufgewertet wird. Diese macht etwa zwölf Milliarden Umsatz. Künstler aber sind selten im Management oder gar in Aufsichtsräten vertreten und vor allem da braucht es aber die Ansichten von solch bunten Vögeln.

*Und Ihr Ansatz, ist das ein anderer?*

**SPITZAR:** Ja. Je genauer man sich

definiert, umso eher wird man konsultiert. Wichtig ist es immer, auch über den Tellerrand – oder im konkreten Fall der Architekten – die vier Wände hinauszudenken und neue Wege zu beschreiten.

*Welche neuen Wege für Architekten schweben Ihnen denn da vor?*

**SPITZAR:** Nehmen wir als Beispiel die Signalethik im öffentlichen Raum, ein Projekt, in dem wir in Hard den ganzen Ort neu konzipiert haben. Und zwar haben wir nicht Schilder, sondern Objekte aufgestellt, die als Wegweiser oder Symbol fungierten.

*Es klingt, als solle im Wasserturm eine Art Oase entstehen, in der Umsatz oder Gewinn nicht an allererster Stelle stehen.*

**SPITZAR:** So würde ich das nicht sagen, aber es ist auf jeden Fall geplant, zehn Prozent der Einkünfte in Kommunikationsprojekte zu investieren, die sonst nicht zu leisten sein würden. Erstes Qualitätsmerkmal unserer Oase sind Transparenz und Offenheit. Alles, was mit Leidenschaft zu tun hat, das ist essentiell. Für mich lautet die zentrale Frage: „Was tut uns gut?“

*Das heißt, Ihre Rolle im neuen Projekt ist die eines Motivators?*

**SPITZAR:** So könnte man dies auch ausdrücken. Ich möchte einfach die Menschen mit dem Gedanken anstecken, ihr Leben sinnvoll zu befüllen. Und dies eben mit all den Dingen, die ihnen gut tun. Außerdem bin ich Artdirector für meine Kunden, der auf allen Ebenen berät und ebenso mitentwickelt. Ich bin zum Beispiel zwar kein Grafiker, habe aber das Glück, mich dabei auf ein gutes Netzwerk stützen zu können. Teil dieses großen Ganzen zu sein – das ist für mich und alle Involvierten wichtig und auch sicher profitabel. Warum? Weil ich ein Mensch bin, der immer das Potenzial in den anderen sieht und sehen will. Für mich ist das Glas stets halb voll und ich bin gespannt, wie sich unter dieser Prämisse die Geschäfte entwickeln werden.

SIMIN J. BLUM