



Foto: CarlNann

Michael Carl (l.) und Christoph Nann sind Namens-Geber und Chefs der in der Hamburger Hafencity ansässigen Agentur CarlNann.

Network-Marke

FCB Hamburg verschwindet und wird zu CarlNann

Seit dem 24. Juni 2020 firmiert die Hamburger Werbeagentur **FCB** - in Anlehnung an die Chefs **Michael Carl** und **Christoph Nann** - unter dem Namen **CarlNann**. Diese Entscheidung sei auch von der großen Mehrheit der 40-köpfigen Belegschaft mitgetragen worden, die im Vorfeld zu einem Wettbewerb um den besten Agentur-Namen und das beste Logo-Design aufgerufen wurde.

FCB: Affiliate-Vertrag läuft aus

Im Juni 2018 hatten CFO Carl und CCO Nann dem internationalen Werbe-Network FCB mit Hauptsitz in New York alle Anteile an FCB Hamburg abgekauft. Im Zuge dieses Management-Buyouts ging FCB Hamburg zu 100 Prozent in den Besitz der **SALT communications GmbH** über, die von Carl und Nann geführt wird. Daher wird jetzt auch der Name der Gesellschaft im Zuge des Launches in **CarlNann GmbH** geändert. Zudem läuft der Affiliate-Vertrag mit dem

internationalen FCB-Verbund zum 31. August 2020 aus. Carl und Nann würden dem Network aber weiter freundschaftlich verbunden bleiben: „An der guten Zusammenarbeit mit den einzelnen Agentur-Offices wird sich nichts ändern“, sagt Kreativchef Nann und fügt hinzu: „Dafür kennen wir uns schon viel zu lange und wissen, dass wir uns aufeinander verlassen können.“

Optimistischer Blick in die Zukunft

Beim Hamburger **Beiersdorf**-Konzern wollen sich die Agentur-Chefs auch in Zukunft um weitere Projekte bemühen. 2019 hatte FCB den Beiersdorf-Etat nach einem vorausgehenden Pitch auf Holding-Ebene verloren. Seitdem hält das französische Network **Publicis** den weltweiten Etat für die Marke **Nivea**. Von CarlNann ist aktuell die TV- und Digital-Kampagne ‚Mehr Miteinander‘ on Air. „Ich bin davon überzeugt, dass

in diesen schwierigen wirtschaftlichen Zeiten die Stunde der Inhaber-Agenturen schlägt. Wir sind schnell, inhaltlich außergewöhnlich gut aufgestellt und verfügen über die Professionalität einer großen Firma mit Networkhintergrund. Was will der Kunde mehr?“, so Nann.

Neu auf ihrer Kundenliste stehen außerdem die Etats der **Hamburger Hochbahn**, der Käserei **Hochland**, von **Eppendorf** und dem Regionalvermarkter **IDM Südtirol**. „Mit diesen tollen Kunden sind wir auf gutem Kurs“, betont Finanzchef Carl.

CarlNann blickt auf eine über 100-jährige Geschichte zurück: So ging die Agentur aus der 1876 in Hamburg gegründeten Agentur **Annoncenbureau William Wilkens** hervor. In den 1990ern stieg das amerikanische Werbe-Network FCB ein. 2018 kauften Carl und Nann die Agentur schließlich per Management-Buyout aus dem globalen Network raus. (ssp)