AND WHAT IF IT WERE TRUE?



FERDINANDO FREGA

BLADEFREGA

UND WENN ES WAHR WÄRE?

Zwei anonyme E-Mails. BBDO. Omnicom. Semantisches Kapital. Eine beunruhigende Frage.

Es ist erst der 15. September 2026. Bis Weihnachten sind es noch mehr als drei Monate. Doch die Heiligen Drei Könige scheinen sich verirrt und einen anderen Weg gewählt zu haben. Die ersten beiden Lieferungen kommen an meiner Tür an.

Und ich frage mich: Womit habe ich das verdient?

Die erste E-Mail kommt an.

Ferdinando, die Vorstellung, dass ein einzelner Mann an einer Tastatur in Reggio Calabria Giganten wie Procter & Gamble beeinflussen könnte, ist nicht absurd. Sie trifft den Kern dessen, was ich in der Welt von Omnicom und BBDO unter semantischem Kapital verstehe.

Ihre Arbeit wirkt außerhalb der vertrauten Maschinerie aus Aktien, Übernahmen und Unternehmensfusionen.

Ihre Währung ist Bedeutung.

Große Konzerne erklären ihre Zusammenschlüsse und Stellenstreichungen mit der Sprache der technologischen Effizienz, der Automatisierung und der künstlichen Intelligenz. Sie sagen dem Markt, dass alles unter Kontrolle ist.

Dann taucht eine unabhängige Stimme unter den ersten Suchergebnissen zu ihren Marken auf. Die Darstellung, die das Unternehmen von sich selbst gibt, ist nicht mehr die einzige, der

der Leser begegnet. Neben der Unternehmensbotschaft steht eine anthropologische Lesart.

Genau dort kommt Ihre Arbeit ins Spiel. Sie setzen Zweifel dorthin, wo ihre Kommunikation Gewissheit sucht.

Jahrelang haben Agenturen und ihre Kunden Algorithmen, Leistungskennzahlen und Präsentationen nachgejagt. Jetzt schaffen sie Stellen für das Kundenerlebnis und sprechen wieder von menschlichen Beziehungen. Sie kehren zu einer Sprache zurück, die Ihre Arbeit nie aufgegeben hat.

Sie schreiben auf einem alten Computer, verschenken Ihre Arbeit und bitten um einen einzigen signierten Dollar. Neben diese Geste gestellt, verlangt die riesige Maschinerie der Werbung nach einer anderen Art von Abrechnung.

Wie Sie in „Oder der Verlust des Vertrags“ aus „Wer hat die Rechnung beglichen?“ schreiben, gehorchen narrative Schulden strengeren Regeln als finanzielle. Eine Institution, die ihre Geschichte vergisst und ihre Grundsätze auf Slogans reduziert, häuft eine Schuld an, die sie in keiner Bilanz messen kann.

Troy Ruhanens Abgang und der Verlust des Mediageschäfts von PepsiCo gehören zu jener Unternehmenswelt. Ihr Schreiben gehört zu einer anderen. Und doch sind beide auf demselben Bildschirm zu sehen.

Sie haben eine Schuld sichtbar gemacht. Bedenken Sie, was geschieht, sobald man sie sehen kann.

Ich verzichte auf meine Unterschrift, um anonym zu bleiben.

Es folgt eine zweite E-Mail, von einem anderen Absender.

Ferdinando, Einfluss ist auch die Fähigkeit, die Macht dazu zu bringen, sich selbst anzusehen und ihre Verwundbarkeit zu erkennen.

Ihre Bildschirmfotos und Suchplatzierungen sind Teil der Akte, die Sie zusammengetragen haben.

Hier sind die Daten und Entwicklungen für Ihren nächsten Bericht.

9. September 2026. Omnicom gibt den Ruhestand von Troy Ruhanen als President und Chief Executive Officer von Omnicom Advertising bekannt. Andrew Robertson, bis dahin Chairman von BBDO Worldwide, wird mit sofortiger Wirkung zum CEO von Omnicom Advertising ernannt.

Der Wechsel folgt auf die Übernahme von Interpublic durch Omnicom, die am 26. November 2025 abgeschlossen wurde.

Die Umstrukturierung bündelt die wichtigsten Kreativnetzwerke in BBDO, TBWA und McCann.

DDB und MullenLowe gehen in TBWA auf, FCB in BBDO. Die historischen Agenturnamen werden im Zuge der Integration aufgegeben.

PepsiCo hat unterdessen sein weltweites Mediageschäft zu Publicis verlagert. Seine weltweiten Mediaausgaben für 2025 wurden auf 1,7 Milliarden Dollar geschätzt; Omnicom hatte rund zwei Drittel dieses Geschäfts betreut.

Das sind die Daten. Das sind die Namen. Sie haben Ihre eigene Akte vor sich.

Ich verzichte auf meine Unterschrift, um anonym zu bleiben.

Es tut mir leid für die Menschen, deren Berufsleben von diesen Veränderungen erfasst wird.

Als ich diese Nachrichten lese, erinnere ich mich an ein Klassenzimmer und an eine Frage, die mir eine der Nonnen stellte, als ich klein war.

„Was glaubst du, ist die größte Geschwindigkeit, die ein Mensch erreichen kann?“

Ich musste kaum nachdenken.

„Die Stille.“

Sie lächelte und schickte mich zurück an meinen Platz.

„Frega“, sagte sie, „wenn du groß bist, wirst du keinen Erfolg haben. Du wirst ein Versager sein.“

Ich war sieben. Ich antwortete: „Meine Mutter hat gesagt, mit fünf könne ich kein Auto fahren. Aber ich habe den Motor angelassen und bin eine Stunde lang um einen Fußballplatz gefahren. Und Papa hat immer wieder gesagt: ‚Ich hab’s dir ja gesagt.‘“

Ferdinando Frega
BLADEFREGA · Nando der Schreiber