

REICHL UND PARTNER*Noch ein Platz auf dem Stockerl*

WIEN. Den dritten Platz im diesjährigen Digital-Ranking belegt Reichl und Partner e-marketing. Mit Sitz in Linz und Wien zählt die Agentur zu einer der größten Online-Agenturen Österreichs und der größten außerhalb von Wien. Den Erfolg sichere die gemeinsame Vision vor Augen, stetiges Wachstum und eine Rundumbetreuung der Kunden.

Sechs Partneragenturen

Der Unternehmenserfolg, ersichtlich am jährlichen Anstieg des Kundenstamms, wird durch ein stetig wachsendes Team von Experten auf ihrem Gebiet gewährleistet, so Rainer Scharinger (Bild), geschäftsführender Gesellschafter der Agentur. Einzigartig sei das Know-how, das durch sechs Partneragenturen zur Verfügung stehe und eine allround-Projektbetreuung der Kunden ermöglicht: Entwicklung von Web-Strategien und-Kampagnen bis hin zur Erfolgsmessung der Projekte, der Auswertung von Learnings und der Ermittlung von fortlaufenden Trends, auf die die Strategien wiederum angepasst werden.



© Reichl und Partner



© Inge Prader

Friederike Müller-Wernhart, CEO MindShare, darf sich über den ersten Platz beim Digital-Agentur-Ranking freuen.

Digital-Sieg für MindShare

Beim medianetxpert.award in der Sparte Digital-Agenturen erringt MindShare nach 2016 abermals den Sieg.

••• Von Skender Fejzuli

WIEN. Friederike Müller-Wernhart, CEO der Agentur, erzählte medianet im November-Interview 2016, dass sie bereits vor vielen Jahren das Potenzial digitaler Werbung erkannt und gefördert habe.

Verschränkung

Man sollte jedoch nicht versuchen, eine gemeinsame Währung über alle überzustülpen: „Tat-

sächlich kann man die ‚alte‘ und die ‚neue‘ Welt nicht miteinander fusionieren. Marktforschung nimmt einem die Entscheidung nicht mehr ab. Die Fusionierung beider Welten geht nicht. Und während die ‚alte‘ Welt noch in der Masse sichtbar und erfolgreich funktioniert, ist die komplexe Abdeckung der ‚neuen‘ Welt notwendig, um auch in Zukunft als Marke relevant zu bleiben. Am besten sieht man das am digitalen Handel, dessen

Werbeausgaben im TV massiv gestiegen sind. Denn nur diese Masse bewegt auch etwas“, so Müller-Wernhart im Dezember.

MindShare setzt auf Zukunft

Ihre Kunden bewegt MindShare laut der CEO auch künftig mit Innovationsvorsprung und dem Markenzeichen der Agentur, – der direkten Beeinflussung der Werbewirkung und dem Sichtbarmachen der gesamten Kommunikation im digitalen Bereich.

Zweiter am Puls der Zeit

SMC im Gleichklang von Technik und Trends.

WIEN. SMC konnte laut Markus Huber und Petra Huber-Ackerl, Geschäftsführer SMC Social Media Communications, wieder kräftig wachsen. „Wir haben uns 2016 sowie die Jahre zuvor intensiv mit den neuesten Social Media-Trends bzw. Technologien auseinandergesetzt. So haben wir uns letztes Jahr bereits mit der Entwicklung der ersten Chatbots für unsere Kunden

beschäftigt“, blicken beide zufrieden zurück. Wenn sie nach vorn sehen, zeichnet sich aktuell ebenfalls ein sehr positives Bild ab: „2017 ist bereits sehr gut angelaufen, und wir sehen einem spannenden Jahr entgegen. Wir merken derzeit unter anderem einen starken Anstieg am Thema ‚Real-Time-Content‘, wie beispielsweise Facebook oder Instagram Live-Videos.“



© Matthias Witzany