



„alles ein bewegtes Jahr“, so Joachim Krüger, Geschäftsführer bei Media1.

Massiver Ausbau

„Das letzte Jahr war Weltklasse für uns“, erklärt Ronald Hochmayer, Managing Partner der Mediaplus Austria GmbH, stolz. Besonders die intensive Zusammenarbeit auf Augenhöhe im Haus der Kommunikation oder mit anderen Partneragenturen und somit die Möglichkeit der Nutzung ihrer Expertise würde von den Kunden sehr geschätzt, so Hochmayer. Im Hochgeschwindigkeitstempo könne ein integriertes Set-up mit Experten aus allen Bereichen auf die Beine gestellt werden. Neben dem Zugewinn neuer Kunden wie Lindt & Sprüngli, simpliTV oder BWT gelang mit der Management-Lösung C.O.R.E. bei dem bestehenden Kunden Saalbach Hinterglemm ein Quanten-

Public Relations reüssieren und namhafte Kunden wie u.a. Eurogast, Metzeler Schaum GmbH, Thalia, Strasser Steine und Velux von ihrem Konzept überzeugen. „Diese Kundengewinne beweisen, dass das Bestreben von Reichl und Partner, vernetztes Denken im Sinne der Kunden täglich zu leben, goutiert wird“, meint Michael Obermayr, Geschäftsführer der Agentur.

Medianetzwerk des Jahres

Für die PHD Mediaagentur Austria GmbH ist das Jahr 2016 ebenfalls positiv verlaufen. International konnte der VW-Etat an Land gezogen werden. In Österreich wurden u.a. Eos, ElitePartner, Ritter Sport und der Verband der Österreichischen Versicherungswirtschaft als Neukunden dazugewonnen. Ein weiteres Highlight war die Auszeichnung von „Campaign“ zum Media Netzwerk des Jah-

Megatrends 2017

Trend Video-Marketing

In der heutigen, schnelllebigen Zeit ist Video-Marketing eines der Werbeinstrumente, das die höchstmögliche Qualität, Nutzen und Flexibilität ermöglicht, um den Konsumenten individuell und rund um die Uhr mit interessanten Inhalten via 360 Grad- oder Live-Videos zu beliefern. Video-Content ist der Aufmerksamkeitsgarant 2017 – nicht nur in den Sozialen Netzwerken.

Trend Native Advertising

Die Ansprüche der Konsumenten auf qualitativ hochwertige Inhalte steigen – und die Werbebranche reagiert: Native Marketing ist das Stichwort und soll herkömmliche Content-Marketing-Strategien verbessern, indem auf bestimmte Zielgruppen genau abgestimmte, unterhaltsame, gebrandete Werbeeinhalte auch unmerklich in redaktionelle Artikel eingebettet werden. Die Ads entgehen den Adblockern und generieren somit eine enorme Reichweite – auch mobil.

Trend Hyperpersonalisierung

Hyperpersonalisierung ermöglicht die zielgerichtete Ansprechbarkeit des Einzelkonsumenten mit genau generierten Werbemotiven, abgestimmt auf das Onlineverhalten der Konsumenten. Entsprechend ihrer Interessen werden diese in Echtzeit erreicht.

verdanken, „und dieses Team schafft es auch, unseren Anspruch, die führende ‚Audience Agency‘ zu sein, jeden Tag für unsere Kunden erlebbar zu machen“.

Ein bewegtes Jahr

Die Media-Agentur Media1 kann das neue Jahr 2017 gemeinsam mit ihrer Schwesteragentur Demner, Merlicek & Bergmann mit dem Gewinn von drei neuen Kunden beginnen: Rauch, EVN und Asfinag – durchaus eine Weiterentwicklung bei den betreuten Etats im Vergleich zum schleppenden Jahresbeginn 2016. Außerdem konnte der Kunde Sanova erfolgreich verteidigt werden.

„Zusätzlich haben wir intern konsequent unsere Marktforschungskompetenz ausgebaut, unser Tool ‚Markenmagnetismus‘ weiterentwickelt und zu Jahresende vier neue Mitarbeiter dazubekommen. Alles in

”

Wirklich stolz bin ich darauf, dass wir ein großartiges Team haben, das bereit ist, sich immer weiterzuentwickeln.

Jan Gorfer

Managing Director
Carat Austria

“

sprung in der datenbasierten Steuerung von Kommunikation, die in Echtzeit auf Auslastung, Touristenströme und Konkurrenzangebote reagiert.

Zahlreiche Neukunden

In mehreren Ausschreibungen konnte auch Reichl und Partner



© Dentis Austria

res 2016. „Das Netzwerk hat mit seiner ausgezeichneten Arbeit und zahlreichen Neukunden zu seinem 25. Jubiläum den Goldstandard gesetzt – und damit allen Grund, ausgiebig zu feiern“, erklärt Anja Hettesheimer, Managing Director der PHD Mediaagentur Austria GmbH.