



Die Digitalisierung hat vieles verändert und abgelöst. Die Promotionagentur myTeam erklärt, warum sie keine Zukunftsängste quälen.

••• Von Denise Schöneich

**D**er Job der Promotionsagentur myTeam beginnt nicht erst vor Ort und endet nicht am Tag des eigentlichen Events. Unternehmen werden hier vom Anfang bis zum Schluss betreut. Auch wenn in den letzten Jahren Stimmen laut wurden, Promotion und der persönliche Kontakt hätten an Wichtigkeit verloren – Verena Ammer, COO, und CEO Markus Gubler im Interview über die Macht der Promotion.

**medianet:** Die letzten Jahre waren für die Marketingszene nicht die besten – wie hat man das im Bereich der Promotion wahrgenommen?

**Markus Gubler:** Wir haben das auf jeden Fall wahrgenommen. Allerdings haben wir Ende 2016 gemerkt, dass die persönliche Ebene doch wieder an Wichtigkeit gewinnt.

**Verena Ammer:** Viele Dinge wurden durch die Digitalisierung abgelöst; ich glaube, das was wir tun, ist *nicht* ablösbar. Den direkten menschlichen Kontakt kann man nicht ersetzen.

**medianet:** Steigen auch die Budgets wieder?

**Gubler:** Was wir in den letzten Monaten erfahren haben, ja. Es gibt nicht mehr die komplette Konzentration auf digitale Medien.

**medianet:** Viele Unternehmen vertreten die Auffassung, dass sich Salespromotions nur für große Marken lohnen.

**Gubler:** Wir bieten natürlich ein Rund-um-sorglos-Paket an, und dadurch lässt sich auch im kleinen Rahmen viel erreichen.

**Ammer:** Wir arbeiten gern mit Kunden zusammen, die komplett neu am Markt sind – das ist für uns eine spannende Challenge, mit kleinen Budgets zu arbeiten.

**medianet:** Wann funktioniert die ‚Mechanik‘ besonders gut?

**Gubler:** Es kommt immer auf das Produkt an.

**Ammer:** Im Food-Bereich sieht man das extrem schnell. Wir hatten beispielsweise eine Verkostungsaktion von Rio Mare Insalatissime, in Wien Mitte – The Mall. Das Sortiment war innerhalb kürzester Zeit komplett