



Eine Kultur der Neugier

Mediaplus setzt auf Unabhängigkeit, erreicht Käuferzielgruppen, außerdem ist das Einzelkämpfertum für sie von gestern.

... Von Gianna Schöneich

Die Mediaplus Gruppe ist in 32 Ländern der Welt vertreten und beschäftigt mittlerweile 1.500 Mitarbeiter. In Österreich sind aktuell 15 Media Consultants & Planer beschäftigt – derzeit ist man intensiv auf der Suche nach weiterem Personal. Als wesentlichen Aspekt der Arbeit sieht man bei Mediaplus den Austausch mit anderen. In Wien sitzt man im Haus der Kommunikation, teilt sich das Back-Office und arbeitet hier mit zahlreichen Experten aus vielen Disziplinen zusammen. Im Interview sprachen Geschäftsführer Ronald Hochmayer und Geschäftsleiter Bernhard Redl über ein „Weltklassejahr 2016“, unsichtbare Werbung und große Kundenloyalität.

medianet: Herr Redl, Herr Hochmayer, wie ist das Jahr 2016 für Mediaplus verlaufen?

Bernhard Redl: Ich bin sonst nicht der Mann der Superlative (lacht). Aber ich darf schon behaupten, das Jahr 2016 war wirklich Weltklasse! Wir konnten uns bei mehreren großen Pitches durchsetzen und Etats wie Lindt & Sprüngli, simpliTV, Austro Holding oder BWT gewinnen. Es bereitet einem große

Freude, zu sehen, dass man es schaffen kann, mit innovativen Lösungen und im intelligenten Verbund mit anderen den Unterschied auszumachen.

Ronald Hochmayer: Es war wirklich ein aufsehenerregendes, ganz tolles Jahr. Die Dynamik unserer Gruppe ist faszinierend und unser Prinzip des Miteinander aller Disziplinen hilft uns enorm. Auch die Kunden, die wir schon betreuen dürfen, spüren unsere Innovationskraft und den Spirit des ganzen Unternehmens. Das Karussell dreht sich immer schneller, aber wie bei einem Kleinkind verspürt man dabei Freude und Verunsicherung zugleich – wobei mit Sicherheit die Freude aktuell überwiegt, vor allem, wenn es um die Entwicklungen im digitalen Bereich geht.

medianet: Sie sprechen hier das hauseigene Unternehmen PREX an?

Hochmayer: Richtig. PREX – Programmatic Exchange – hilft uns, im Digitalbereich ausschließlich datengetrieben zu denken und Kampagnen programmatisch auszusteuern. Wir sind mit PREX in der Lage, ganz weit über die konventionelle Mediaplanung hinauszudenken. Manchmal habe ich bei Kunden-

meetings das Gefühl, wir sind schon zum Software- und Datenanbieter mutiert (lacht).

medianet: Herr Redl, Sie sagten einmal, das Wort ‚Netzwerk‘ bereite Ihnen Schmerzen ...

Redl: Man muss schon sauber unterscheiden. Wir sind eine inhabergeführte, europaweit agierende Gruppe. Wir haben einen inspirierenden Eigentümer in Person von Florian Haller und lokale Managing Partner, die substanziell an ihren Agenturen beteiligt sind. Bei uns werden keine kurzfristigen Shareholder Value-Ziele verfolgt, es gibt keine Reporting-Exzesse, und wir verfolgen keine weltfremden Vorgaben eines internationalen

„
Glaubwürdigkeit ist uns sehr wichtig und entspricht auch dem Geist der Gruppe.“

Ronald Hochmayer
Mediaplus