

# Keine Logofriedhöfe

Stephan Scoppetta, Unlimited Communications, über den PR-Markt und das Geschäftsjahr 2017.

WIEN. Die Agentur Unlimited Communications ist eine junge Agentur – zwei Jahre ist man nun alt. Im Interview sprach Geschäftsführer Stephan Scoppetta u.a. über Kooperationen und Beteiligungen.

**medianet:** Herr Scoppetta, sind Sie zufrieden mit der Entwicklung ihres Geschäfts?

**Stephan Scoppetta:** Wir hatten bisher einen guten Start und wir konnten in den letzten zwei Jahren ein gutes zweistelliges Wachstum verzeichnen. Dafür, dass wir ein neuer Player am Markt sind, haben wir uns gut geschlagen. Aber zufrieden darf man eigentlich nie sein. Man kann immer Dinge besser machen und ein noch höheres Wachstum erzielen. Dieses Wachstum ergibt sich aber automatisch, wenn die qualitativen Ansprüche hoch sind. Das goutiert der Kunde.

**medianet:** Ist es nicht schwierig, sich als neue Agentur am Markt durchzusetzen?

”

*Grundsätzlich kommunizieren wir gern für unsere Kunden, aber nicht über sie.*

**Scoppetta:** Als ‚no name‘ sicher, aber wir haben ja – und damit meine ich die Personen – langjährige Erfahrung in der Beratung im Top-Segment. Die Unlimited Communications ist zwar eine junge Agentur, aber die Gründer



© Unlimited Communications

sind schon seit über 20 Jahren in der heimischen Medien- und PR-Branche verankert. PR ist ein People's Business, und viele unserer Kunden schätzen uns und unsere Arbeit schon über Jahre.

**medianet:** Erst vor Kurzem haben Sie Ihre Kooperation mit der deutschen Agentur Siccma Media bekannt gegeben. Warum diese Kooperation?

**Scoppetta:** Gemeinsam können wir nun den gesamten D-A-CH-Raum abdecken. Das war ein wichtiger Schritt, denn immer mehr Kunden wollen im gesamten deutschsprachigen Raum Kommunikation aus einer Hand; dabei ist aber auch lokales Marktwissen unbedingt notwendig. Das können wir mit dieser Kooperation bieten. Christoph Cäsar, der Gründer der Siccma Media, und ich kennen uns schon sehr lang und wir haben jetzt beschlossen, unserer Kooperation einen offiziellen Rahmen zu geben. Die ersten Erfahrungen in der länderübergreifenden Kundenbetreuung

zeigen, dass es, wie erwartet, ausgezeichnet funktioniert.

**medianet:** Wenn wir schon bei den Kunden sind – auf Ihrer Website gibt es keine Informationen dazu. Welche Kunden haben Sie?

**Scoppetta:** Unser Kundenspektrum reicht von Pharma über IT und Immobilien bis hin zu Banken und Versicherungen. Grundsätzlich kommunizieren wir gern für unsere Kunden, aber nicht über sie. Wir könnten natürlich auf der Website einen illustren Logofriedhof einbauen, aber wir haben uns dagegen entschieden. Denn im Grunde sagt es eigentlich nichts über unsere Arbeit aus. Wir überzeugen gern mit unserer Arbeit, und der Erfolg und das Vertrauen unserer Kunden gibt uns hier recht. Aus diesem Grund bekommen wir die meisten Kunden über Empfehlungen bestehender oder ehemaliger Klienten.

**medianet:** Sie sind aber auch Mitbegründer der Agentur Feureifer Media Relations. Wozu die Gründung dieser zweiten Agentur?

**Scoppetta:** Die Feureifer Media Relations ist eine sehr klar auf die Themen Corporate Publishing und Mediendienstleistungen fokussierte Agentur. Neben Beilagen für große heimische Verlage, wie den *Kurier*, produziert die Feureifer Kundenzeitschriften, Geschäftsberichte und Corporate Blogs. Das Team um die Geschäftsführerin Herta Scheidinger ist sehr erfahren. Die meisten Redakteure und Layouter verfügen über jahrelanges Know-how in heimischen Medien, und das zeigt sich auch in der professionellen Umsetzung der Projekte. Das stetig steigende Auftragsvolumen unterstreicht, dass die Feureifer hier auf dem richtigen Weg ist. (red)

## Geschäftsführer

Stephan Scoppetta leitet die Agentur Unlimited Communications.



## Kooperation

Gemeinsam mit der deutschen Agentur Siccma Media kann Unlimited Communications den gesamten D-A-CH-Raum abdecken.