



anzapfen und hochqualifizierte Projektteams realisieren.

medianet: *Besonders wichtig war Ihnen dabei schon vor Jahren das Thema Bewegtbild bzw. Animation.*

Preslmayer: Genau. Für uns ist das kein fremdes Metier, sondern ein Sektor, den wir schon vor einem Jahrzehnt professionell bearbeitet haben. Inzwischen haben wir fünf Schnittplätze und kommen auf einen Output von mehreren Filmen pro Monat.

Bei Magna geht es z.B. darum, das Lehrlingsrecruiting zu unterstützen. Was macht ein Spannungstechniklehrling eigentlich in einem Unternehmen? Wir haben mit elf Lehrberufen eine ganz einfache, fast comicartige Animation produziert, wo nicht der Lehrberuf an sich erklärt wird, sondern die Tätigkeiten und Aufgaben nach dem Erlernten dargestellt werden. Mit diesem Tool unterstützt man die Recruiter beim Wettbewerb um die besten Lehrlinge.

medianet: *Dieses Beispiel dokumentiert einen sehr relevanten Schwerpunkt, nämlich über das Recruiting der Mitarbeiter von morgen hinaus ganz generell das höchst effiziente Employer Branding von und mit SPS.*

Preslmayer: Das betreiben wir inzwischen schon seit mehr als zehn Jahren – früher hat man noch Personalmarketing dazu gesagt. Wir verfügen über Spezial-Know-how beim Employer Branding und sind sicher eine der ganz wenigen Agenturen in Österreich – wenn nicht sogar die einzige! –, die über theoretische und strategische Expertise hinausgeht. Wir verstehen auch die HR-Prozesse, wir wissen mit Personalentwicklung und ähnlichen Themen, die damit verankert sind, umzugehen und können diese mit einem Kreativprozess verknüpfen.

Das ist eine unserer größten Stärken: Dass wir nicht nur die bunten Bilder liefern oder umgekehrt nur den Beratungsansatz ohne die richtigen Botenbilder dazu. Wir vermählen das offenbar sehr gut, denn wir bemerken schon in der Akquisition, dass wir spätestens ab dem Zeit-

punkt, wenn wir darstellen, wie wir arbeiten, sehr schnell Vertrauen aufbauen. Als zertifizierter Employer Branding-Manager der deutschen Employerbranding-Akademie bringe ich meine volle Expertise ein, das schafft Sicherheit.

medianet: *Spüren auch Sie die Aufbruchsstimmung in der österreichischen Wirtschaft?*

Preslmayer: Ja, die gibt es. Ein gutes Beispiel ist unser großer Stammkunde Magna, wo das Grazer Werk jetzt extrem ausgebaut wurde und wo rund 3.000 neue Mitarbeiter rekrutiert und eingestellt werden.

Das sind natürlich tolle Dimensionen: Wenn ein Unternehmen sagt, wir kümmern uns jetzt um eine Perspektive für die nächsten zehn Jahre. Und das passiert gegenwärtig durchaus auch andernorts – wenn auch in kleinerem Maßstab.

medianet: *Wer zählt außerdem zu Ihrem Kundenkreis?*

Preslmayer: Zusätzlich zu Magna International würde ich Greiner Packaging nennen, natürlich voestalpine, Miba, Lincoln Elec-

unsere Kompetenz im Employer Branding-Bereich setzt.

medianet: *Hätten Sie ohne visualisierte Geschäftsprozesse Ihre aktuellen Erfolge realisieren können?*

Preslmayer: Ohne sie wären wir immer noch ein kleines Atelier mit fünf oder sechs Beschäftigten ohne Agenturstatus. Wir haben jetzt ein eigenes Produkt entwickelt: eine ProzessCMS für Apps in unterschiedlichen Varianten – z. B. als reine Marketingpräsentations-App oder als Sales-App, verknüpft mit Text, Bild, Video, die mit Produktdatenblättern, Merkzetteln, Push Notifications und vielen anderen Features bespielt werden kann.

Wir geben dem Kunden somit ein eigenes Content Management-System, er kann seine Daten und Informationen selbst einpflegen, und wir liefern dann dazu wieder den Inhalt bzw. den Code: Text, Bilder oder Videos. Wir bieten natürlich mehrere Ausbaustufen, die der Kunde kaufen oder lizenzieren kann.

medianet: *Alles perfekt im Hause SPS Marketing?*

Messemanagementprozesses berücksichtigt werden.

Das Standdesign nimmt dabei als sichtbares Objekt eine wichtige Rolle ein, muss dem qualitativen Niveau der Produkte und der Marke entsprechen und geeignet sein, die richtigen Botschaften zu transportieren – rational wie emotional, im Großen wie im Kleinen. 'Print think big. Digital think paid!'

medianet: *Gutes Stichwort. Wie sieht's im Digitalbereich aus?*

Preslmayer: Dort verfolgen wir ebenfalls sehr konsequent unsere Strategie: Wir wollen kein Systemhaus mit 50, 60 oder Hunderten Mitarbeitern werden, sondern wir sind der Dienstleister, der die digitale Kommunikation versteht, der die entsprechenden Angebote konzipieren und zum Teil auch produzieren kann.

Überall dort, wo es besonders technisch wird oder wo ganz spezielle Expertise vonnöten ist, können wir unser Netzwerk



© SPS Marketing

”

Wir werden sehr häufig empfohlen – das freut uns natürlich besonders, denn dann hat man eini-
ges richtig gemacht.

Gerhard Preslmayer
SPS Marketing

“

tric, Lisec, Hammerer Aluminium, Elin, Linz AG ... – die Liste kann noch lange weitergeführt werden!

Aktuell generieren wir sehr viel feine Kundschaft jenseits der Grenzen, z.B. in Deutschland die BOS: ein Automobilzulieferer mit x-Tausenden Mitarbeitern, der wenig bekannt ist und auf

Preslmayer: Wir brauchen gute Leute auch in eigener Sache! Einen weiteren guten Art Director z.B., und wir müssen uns auch in der Beratung verstärken können.

Übrigens, ein wichtiges Asset darf ich noch anführen: Bei uns hat immer noch jeder Kunde jemanden aus der Geschäftsführung als Ansprechpartner!