



© medianet/Katharina Schiffl

Wenn das „offene Gedankengerüst“ zählt

Im Kundensegment gewachsen, weiter Preise eingeharbt und das Portfolio u.a. mit einer Start-up-Unit erweitert. Das Jahr 2017 lief gut bei Skills.

••• Von Dinko Fejzuli

Die Wette lautete: „Wenn das Ding mehr als 500 Likes hat, dann lade ich euch alle zum Essen ein“. Das sagte Jürgen Gangoly zu seinen Kollegen Stefan Sengl und Jörg Wollmann vor wenigen Wochen in einem sehr witzig gemachten Image-Video über die eigene Agentur Skills und darüber, welches Echo das eigene Video *wirklich* hervorrufen würde.

Gut, dass er nicht gesagt hatte, er lädt die Kollegen *pro* 50 Likes auf ein Essen sein. Da hätte er mittlerweile 14 Mal seine Geld-

tasche zücken müssen, denn statt der erhofften 50 erreichte das Video nicht nur aktuell 738 Likes, sondern darüber hinaus auch noch über 30.000 Views auf Facebook – für das Image-Video einer PR-Agentur ein mehr als beachtlicher Wert.

Darüber, was die Skills Group für die eigenen Kunden tun kann, wie das heurige Jahr verlaufen ist und was man sich für 2018 erwartet, darüber sprach medianet mit den beiden geschäftsführenden Partnern Jürgen Gangoly und Helmut Stögerer.

2017 selbst war bei der Skills Group wieder durch weiteres Wachstum geprägt, auch des-

halb, weil entsprechend der Positionierung der Agentur als „Die Kommunikationsgesellschaft“ insbesondere die Bereiche Markenführung, Employer Branding, Social Media und CSR-Kommunikation weiter forciert wurden.

Gewachsen ist man aber auch im Kundenportfolio; hier reicht die Palette von Shire und Eli Lilly über Casio und Western Union bis zu WKO/BMWFW „Projekt kmuDigital“ und dem European Innovation in Politics Award. Und mit der gut gefüllten New Business-Pipeline sollte es auch im nächsten Jahr gut weiterlaufen, so die beiden im medianet-Gespräch. Weiters

ist Stefan Sengl wieder voll bei Skills dabei, und auch der neue Skills-Partner Helmut Stögerer ist aufgrund seiner umfassenden Erfahrung im Bereich der Marketing-Kommunikation bereits voll ausgelastet.

Und Stögerer bringt als Partner die Erfahrung beider Agenturwelten ein: „Ich kenne die Welt als Managing Partner in einer amerikanischen Konzernagentur und jetzt hier in einer eigentümergeführten Agentur. Es ist nicht nur das Thema Reporting und Kontrolle samt entsprechendem Regelwerk, es ist einfach auch ein anderes Unternehmensein. Als Geschäfts-