

Bewegtes Bild

Die Nummer eins bleibt die Nummer eins. Alles, was dann kommt, hat sich bewegt.

Mediaagenturen: Größte Medialeistung 2016

Rang 2016	Rang 2015	Unternehmen	Bruttowerbe-Spendings 2016
1	1	MediaCom – die Kommunikationsagentur GmbH	533.959.480
2	5	OMD Group	291.998.213
3	4	Mindshare GmbH & Co KG	274.218.472
4	3	IPG Mediabrands	265.508.329
5	6	Dentsu Aegis Network Austria GmbH	213.702.302
6	7	MEC Mediaedge:cia GmbH	164.759.624
7	9	Publicis Media	160.906.797
8	8	Media1	142.512.708
9	10	Havas Media Austria	93.673.783
10	11	Reichl und Partner Werbeagentur GmbH	71.232.369
11	12	Mediaplus Austria GmbH	53.441.003
12	14	PHD Mediaagentur GmbH	41.078.265
13	13	Maxus Media Communications GmbH	38.058.685

Quelle: Focus Marketing Research; Angaben in €, Werte inkl. Eigenangaben zu Onlinesegmenten. Von medianet ohne Bearbeitung und Gewähr veröffentlicht; media.at, vergangenes Jahr mit einem Bruttowerbewert von 381 Mio. € an 2. Stelle nimmt am heurigen Ranking nicht teil.

(K)ein Wechsel bei Platz 1

Die seit Jahren erfolgreiche Media-Agentur ist auch heuer wieder Sieger des Rankings beim Focus.xpert.award und führt unangefochten die Spitze an.

••• Von Skender Fejzuli

WIEN. Erfolg besteht darin, dass man genau die Fähigkeiten hat, die im Moment gefragt sind, und dass man die richtigen Wege einschlägt, um dem Zeitgeist zu entsprechen. MediaCom erfüllte 2016 beide Kriterien.

Die Reminiszenz

„Keine Maßnahmen ohne klare KPIs; Performance auf allen Ebenen; Content Marketing und Native Advertising als neue Wirkungskaiser – Programmatic ist mit großer Dynamik in Österreich angekommen, und nach zehn Jahren an der Spitze der besten Agentur, die auch seit zehn Jahren die Nr. 1 ist, verabschiede ich mich zum Privatradio“, so Joachim Feher, scheidender CEO MediaCom, mit Blick auf das Jahr 2016.

Die Nachfolge trat Andreas Vretscha an, Absolvent der Studienrichtungen Politik- und Kommunikationswissenschaften; er leitete neben der Abteilung Research & Development auch den elektronischen Einkauf. Im Juli 2007 stieg er als

Managing Director in die Geschäftsleitung auf und wurde im August 2008 zum COO befördert. Im Februar 2017 erfolgte dann die Ernennung zum CEO.

„Die Zusammenarbeit mit Joachim Feher war in den vergangenen Jahren immer ausgesprochen inspirierend. Ich freue mich, den eingeschlagenen Weg fortzusetzen und nehme die vor mir liegende Aufgabe mit größter Motivation an. Ich weiß, dass ich mich dabei auf ein exzellentes

Team verlassen kann. Wir werden das Angebot der MediaCom in allen Bereichen erweitern, die digitale Leadership-Position stärken und all unseren Kunden im Zeitalter der datengesteuerten End-to-End-Kommunikation den maximalen Outcome für ihr Business liefern“, so Vretscha zu dem, was kommen wird.

Neben dem neuen CEO bei der MediaCom Österreich hört man bei MediaCom Großbritannien und Deutschland von ei-

nem neuen Service namens Feed Ready. Das Tool Feed Ready wird vom Kreativ- Team von MediaCom Beyond Advertising betrieben und soll die Inhalte von Brands und deren Verteilung auf digitalen Plattformen wie Facebook, Instagram, LinkedIn, Snapchat und Twitter auf der Basis spezifischer Plattformanforderungen, Datenerfassung und Erwartungen der Verbraucher optimieren. Dies könnte das Hinzufügen von Untertiteln oder das Anpassen der Länge der Videos sein. Ein Kooperationspartner für das neue Service ist inzwischen auch an Bord.

TV-Spots vs- Online-Spots

Unter dem Titel „Køre“ arbeiten MediaCom und Facebook zusammen. Køre ist das dänische Wort für ‚gehen‘, und losgegangen ist es schon vor einigen Wochen in England, wo das neue Service schon angeboten wird. Wann der Tag kommt, an dem MediaCom Österreich mit Feed Ready auch das Ende für die 1:1 Umsetzung von TV-Spots ins Netz endet, wurde von noch nicht bekannt gegeben.



Andreas Vretscha, neuer CEO bei MediaCom Vienna führt nun die Agentur.