



PR: Top 3 Gesamtwertung

Top-Agenturen Die besten PR-Agenturen, bezogen auf das kumulierte Ergebnis aus „Daten und Fakten“, „Leistung: Kreation, Innovation, Strategie“ und „Kundenzufriedenheitskoeffizient“.

schaftsaufschwung ist deutlich zu spüren, und die Komplexität von professioneller Kommunikation nimmt ständig zu. Diese steigenden Anforderungen – an Strategie, Content und Form von Kommunikation – führen dazu, dass externe Beratung und Unterstützung (wieder) als echter Mehrwert geschätzt und nachgefragt wird.

medianet: Zu dieser Kategorie könnte man auch ‚The Social CEO‘ rechnen, ein neues Format für CEOs, das Ketchum Publico 2017 in sein Portfolio aufgenommen hat. Wie ist das neue Angebot von den Kunden angenommen worden?

Wallner: Management by Values ist in den aktuellen agilen Zeiten wichtiger denn je. Durch ihre Aktivitäten auf Social Media zeigen Führungskräfte nicht nur nach außen, sondern vor allem auch nach innen hohe Transparenz und Dialogbereitschaft. Aus Kommunikations-sicht ist ‚The Social CEO‘ daher eine schlüssige Ergänzung zu Speaker-Auftritten, Interviews, Townhall Meetings, etc. In den vergangenen Monaten haben wir bereits CEOs und Manager aus den Bereichen Pharma, Technologie, Industrie sowie Anwälte erfolgreich auf Twitter, LinkedIn, Xing & Co gebracht. Steigende Bekanntheit und überdurchschnittlich hohe Engagement Rates bestätigen unser Programm.

medianet: 2017 startete mit ‚Road to Digital Excellence‘ auch ein Programm für die Mitarbeiter von Ketchum Publico. Das Ziel dieses Programms ist, die digitalen Fähigkeiten Ihres gesamten Teams zu steigern. Gibt es schon erste Impulse von diesem neuen Ansatz?

Wallner: Wir konnten dem Team gut aufzeigen, welch detailliertes Know-how bereits inhouse bei uns vorhanden ist und dadurch

in kurzer Zeit viel von einander lernen. Dadurch hat sich das Team noch stärker vernetzt, was bereits zu erfolgreichen New Business-Projekten bei neuen ebenso wie bei bestehenden Kunden geführt hat. Daher werden wir dieses Wissensaustausch-Programm jedenfalls weiterführen und das Themenspektrum ständig erweitern. Im nächsten Schritt werden wir unsere Road to Digital Excellence auch in das Curriculum der Ketchum University integrieren und damit – einmal mehr – einen kräftigen Akzent aus Wien setzen.

medianet: Wenn es um neue Akzente geht – wie hat sich das Jahr 2018 für die Ketchum Publico bis jetzt entwickelt?

Wallner: Wir haben jüngst unsere Planung nach oben revidiert, denn wir haben unsere New Business-Ziele erfreulicherweise bereits zu einem großen Teil erreicht. Da wir wachsen, haben wir zu Jahresbeginn die Wände in der Agentur niedergerissen – gemeinsam mit unseren ‚Cousinen‘ BBDO und DDB sind wir nun rund 100 Kommunikations- und Marketingexpertinnen und -experten auf einer Ebene. Und das mit Blick über ganz Wien bis zum Kahlenberg – das hat schon was und ist sehr inspirierend.

medianet: Gewachsen ist auch Ihr Kundenportfolio. Sie haben mit Nespresso seit Jahresbeginn einen neuen Kunden. Gibt es inzwischen auch weitere Neuigkeiten an der Akquisefront?

Wallner: Ja, seit Jahresbeginn konnten wir einige weitere sehr attraktive Kunden gewinnen wie insbesondere: Die Caritas für eine europaweite Social Media-Kampagne zum Thema Migration und Entwicklung (MIND); die LGV, für die wir bereits 2017 die Neupositionierung als Projekt begleiten durften; Payback, Europas beliebtestes Multi-partner-Bonusprogramm; Velux,

1 ranking	Ketchum Publico	86,07 rating points
	Basket 1: 34,00 Pkt.	Basket 2: 15,93 Pkt.
	Basket 3: 36,14 Pkt.	
2 ranking	Himmelhoch	82,37 rating points
	Basket 1: 32,75 Pkt.	Basket 2: 12,45 Pkt.
	Basket 3: 37,17 Pkt.	
3 ranking	Martschin & Partner	77,83 rating points
	Basket 1: 32,00 Pkt.	Basket 2: 9,17 Pkt.
	Basket 3: 36,67 Pkt.	

Gewichtung

Kumuliertes Ergebnis aus drei Baskets:

„Daten und Fakten“ (40 Pkt. max.), „Leistung: Kreation, Innovation, Strategie“ (20 Pkt. max.) und „Kundenzufriedenheitskoeffizient“ (40 Pkt. max.).

den weltweiten Marktführer für Dachfenster, den wir mit unserer Arbeit für die Plattform Dachvisionen überzeugen konnten; Social Media-Beratung für eine Privat-spitalholding sowie eine internationale Strategieberatung, die wir ab Juni betreuen dürfen. Ganz neue Wege im Bereich der strategischen Positionierung und des Themenmanagements gehen wir seit Jahresbeginn in unserer exklusiven Partnerschaft mit webLyzard technology, <https://www.weblyzard.com>, einer in Wien vom ‚Dataming-Guru‘ Arno Scharl gegründeten und bis in die USA erfolgreichen Plattform für Web Intelligence, Big Data und Visual Analytics. In der Zusammenarbeit mit webLy-

zard bieten wir unseren Kunden verblüffende Möglichkeiten des Online Text Minings – alle Quellen übersichtlich auf einen Blick, von Medien über Behörden- und Unternehmensseiten bis hin zu Social Media. Mit webLyzard sind wir in der Lage, definierte Themen in vielen Dimensionen – Sentiment, Meinungsführer, Trends, Assoziationen, etc. – in Echtzeit zu analysieren, zu verstehen und unsere Arbeit darauf aufzubauen. Das bedeutet, echte Messbarkeit von Kommunikation und jede Menge Potenzial für vielversprechende Anwendungen: etwa das bereits bestehende Brand Reputation Radar <https://www.weblyzard.com/brand-reputation-radar> oder