



Auf der Siegerstraße

Auch heuer weist Focus die MediaCom aus dem Hause GroupM – gemessen am Bruttowerbeumsatz – als Österreichs größte Media-Agentur aus.

••• Von Dinko Fejzuli

Auch wenn es am heimischen Media-Agenturen-Markt die eine oder andere Verschiebung gab; ganz an der Spitze hat sich laut Focus nichts verändert, und so führt auch heuer wieder die MediaCom das Ranking an. Wir bat den MediaCom-CEO Andreas Vretscha zum Sieger-Interview.

medianet: Herr Vretscha, auch heuer heißt es wieder beim Focus-Ranking der größten Media-Agenturen; „And the Winner is ... MediaCom“. Gerade aufgrund einiger Veränderun-

gen am Markt – wie bewerten Sie diese Top-Platzierung?

Andreas Vretscha: „And the Winner is ... MediaCom“ – das ist natürlich ein Satz, der sehr gut klingt. Wir ruhen uns aber keinesfalls auf solchen Lorbeeren aus. Gerade aufgrund der Marktveränderungen im Jahr 2017 hat die Nummer 1-Position noch einmal eine größere Bedeutung. Angesichts eines sehr dynamischen Markts – Kunden schreiben ihre Etats in immer kürzeren Intervallen aus, Agenturen wechseln Eigentümer, neue Agenturmarken werden kreiert –, bin ich sehr stolz, das MediaCom die Top-Platzierung innehat.

medianet: Und abseits des Rankings gefragt. Wie ist es der MediaCom im Jahr 2017 ergangen?

Vretscha: Wir blicken mit Freude auf unsere Performance im Jahr 2017 zurück. Wir haben sowohl ehrgeizige interne Prozesse wie die Neuausrichtung zu einem noch agileren Agenturmodell gestartet als auch ein signifikantes Wachstum erzielen können. Mit der Deutschen Telekom und P&G konnten wir in sehr umfangreichen Ausschreibungsprozessen zwei unserer größten Etats auch nach langjähriger Zusammenarbeit von unserer Innovationskraft überzeugen. Zudem konnten wir mit vielen Neukunden, wie zum Beispiel dem Flugha-

fen Wien, der PSA Gruppe, Opel, kika/Leiner, ELGA, ImmobilienScout24.at, AutoScout24.at und einige mehr unser Kundenportfolio um spannende Bereiche erweitern. Dies ist neben einem hervorragenden Team vor allem unserem klaren strategischen Ansatz zu verdanken: Wir sehen Kommunikation als Ressource für Wachstum und eine wichtige Investition für das Erreichen der Ziele unserer Kunden.

medianet: Wenn wir nun auf den Medienmarkt an sich schauen, dann gab es hier in Österreich durchaus ein Aufatmen, so deuten es zumindest die Kennzahlen an, oder?