



© Arthur Michalek (3)

# Die Agentur auf Augenhöhe

2015 wagte Marian Hiller den Sprung ins Agenturgeschäft und setzt dabei auf sein kleines und feines Unternehmen.

••• Von Anna Polyzoides

In einer Zeit, in der eine Digitalisierungswelle auf die nächste folgte, wagte Marian Hiller, ehemaliger Kommunikationsleiter der Niederösterreich-Werbung und Pressesprecher der TUI Austria Holding, den Sprung ins Agenturgeschäft. 2015 hat er sich mit Hiller Communications selbstständig gemacht. Seitdem hat sich in der Medienbranche viel getan. Die Rede ist immer mehr von innovativen Content-Marketing-Strategien, der Zusammenarbeit mit Influencern und zielführenden Live-Performance-Maßnahmen. So viel ist klar: Die Digitalisierung hat *alle* Geschäftsbereiche erreicht.

Dieser Paradigmenwechsel hat die Agenturbranche fest im Griff. Den wachsenden Anforde-

rungen dieser unsteten Branche gerecht zu werden, entpuppte sich für viele Agenturen als Sisyphusaufgabe. Das Team von Hiller Communications jedoch hat sich dieser Entwicklung erfolgreich angenommen. Kommuniziert wird zeitgemäß und crossmedial.

## Disruptives Gedankengut

Um den wachsenden Herausforderungen der Branche beizukommen, ist laut Hiller „disruptives Gedankengut wichtiger denn je. Wir Kommunikatoren müssen Räume für den Dialog schaffen – nicht weil sich das gut anfühlt, sondern weil es *notwendig* ist“, sagt Gründer Marian Hiller, der kürzlich mit seiner Agentur sein dreijähriges Jubiläum feierte.

Auf eine Spezialisierung verzichtet Hiller Communications,

die breit im Tourismus-, Wirtschafts- und Lifestylebereich aufgestellt ist. „Wir bieten vieles, nicht alles. Eine Agentur auf Augenhöhe – persönlich und transparent. Und das ist auch das Stichwort: *Transparenz!* Wir arbeiten mit starken Partneragenturen und führenden Experten im Online-Marketing- und Bewegtbildbereich zusammen, um unseren Kundinnen und Kunden individuelle 360-Grad-Angebote zu schnüren. Das mag man, oder eben nicht. Wir können mit beidem gut leben“, so Hiller.

Zu den treuesten Kunden zählen die Top-Ausflugsziele Niederösterreichs, die mittlerweile die Speerspitze in Niederösterreichs Ausflugs-tourismus bilden.

„Darüber hinaus konnten wir die Raxalpe in kürzester Zeit als den Schneesuhwanderberg in

den Wiener Alpen positionieren. Auch bei Start-ups kommt unsere direkte Kommunikation gut an. Neben Selectra Österreich, einem Anmelde- und Wechselportal für Energie und Telekom, unterstützen wir immer wieder Newcomer bei der Markteinführung. In einigen Fällen sind wir inkognito für Unternehmen tätig“, sagt Hiller.

Quo vadis? Die relevanten Touchpoints bei der Customer-Journey verlagern sich immer mehr in den digitalen Raum. „In der digitalen Welt gibt es so viel Potenzial, das noch lange nicht ausgeschöpft ist. Der Trend zu Mobile ist ungebrochen, die Entwicklung von Artificial Intelligence lange nicht abgeschlossen. Eine langfristige Prognose sehe ich in dieser schnelllebigsten Zeit als nicht professionell an.“