

Der Inhalt hat Vortritt

Eva Mandl, Gründerin und Geschäftsführerin der Agentur Himmelhoch, ist ein wahrer Content-Profi – im Interview sprach sie über ihre Leidenschaft.

••• Von Gianna Schöneich

WIEN. „Content war in der PR immer schon das Allerwichtigste“ weiß Eva Mandl, Gründerin und Geschäftsführerin der PR-Agentur Himmelhoch. Im Interview mit medianet erklärt Mandl, woran man strategisch durchdachten Content erkennen und was man damit alles erreichen kann.

medianet: ‚Content is king‘ – dieses Zitat, das ursprünglich aus der Feder von Bill Gates stammt, predigen viele. Auch, aber nicht nur PR-Agenturen. Was ist damit aus Ihrer Sicht gemeint?

Eva Mandl: Gut gemachter Content hilft dabei, Ziele zu erreichen und ist damit tatsächlich der Schlüssel zum Erfolg. Spannende Inhalte ermöglichen es, einen Expertenstatus zu etablieren, eine Online-Community aufzubauen, Kunden zu begeistern und zu binden. In Folge steigert relevanter Content die Bekanntheit eines Unternehmens, vermittelt ein gewünschtes



© Himmelhoch

so gut, wie die Inhalte, die wir zusammen mit unseren Kunden kreieren. Jeden von uns erreichen tagtäglich Zigtausende Botschaften. Die Kunst liegt darin, die Dialoggruppen mit möglichst aussagekräftigen und pointiert formulierten Inhalten für sich zu begeistern. Wer es schafft, den Zielgruppen eine Vision zu vermitteln, sie zu überraschen und ihnen vielleicht sogar neue Perspektiven zu eröffnen, gewinnt und hält ihre Aufmerksamkeit – und genau das ist unser oberstes Ziel, wie etwa bei der Live-Marketing-Aktion ‚Kunst, Baby!‘ von MAM Babyartikel, dem Influencer-Voting von Spitz oder der Guerilla-Aktion der Jungen Wirtschaft Wien zu den Anrainerparkplätzen.

medianet: Was macht gut gemachten Content aus Ihrer Sicht aus?

Mandl: Bei gut gemachtem Content spielen mehrere Komponenten zusammen. Kreativität nimmt eine ebenso große Rolle ein wie genau recherchiertes, mit Zahlen und Fakten fundiertes Hintergrundwissen. Was auch nicht fehlen darf, ist der berühmte rote Faden, der aus bloßen, aneinandergereihten Botschaften eine Geschichte kreiert, die informiert und emotionalisiert. So verwandeln sich nüchterne Fakten in greifbare

”

Wir als PR-Agentur sind nur so gut, wie die Inhalte, die wir zusammen mit unseren Kunden kreieren.

Eva Mandl
Himmelhoch

Image, etabliert neue Produkte am Markt und erhöht die Glaubwürdigkeit. Dabei geht es nicht nur darum, ein Unternehmen ins beste Licht zu rücken, sondern

primär darum, einen echten Nutzen für den Konsumenten zu stiften. Hochwertiger Content versorgt die Zielgruppen mit Informationen, unterhält, inspiriert und berät sie – die Marke hält sich im Hintergrund und lässt dem Inhalt den Vortritt. Wer dies strategisch und authentisch plant und umsetzt, wird zum hilfreichen Begleiter seiner Kunden.

medianet: Welche Rolle spielt diese Prämisse in der PR bzw. in Ihrer Agentur tatsächlich?

Mandl: Content war in der PR immer schon das Allerwichtigste – bereits bevor der Begriff als Buzzword in aller Munde war. Wir als PR-Agentur sind nur

Getränke Spitz

Profi-Barkeeper Tom Sipos kreierte Cocktails beim Influencer-Voting.



© www.stefanham.com