

Sparringspartner der Unternehmen

Michael Obermeyr, Reichl und Partner PR, blickt optimistisch in die Zukunft.

Geschäftsführer

Michael Obermeyr ist Geschäftsführer der PR-Agentur Reichl und Partner.

WIEN. „Die Public Relations muss selbstbewusster werden“, so das Credo von Michael Obermeyr, Geschäftsführer von Reichl und Partner Public Relations. „Gerade der wachsende Stellenwert von Social Media macht es für die PR notwendig, die Botschaften noch zielgruppengerechter zu formulieren.“ Daher müsse für Medien, aufgrund der Inflation der Information und Restrukturierungen der Medien, denen immer mehr die Zeit zur Recherche fehlt, noch zielgerichteter gearbeitet bzw. in die Journalisten hineingedacht werden.

”

Die Public Relations muss selbstbewusster werden.

“

„Journalismus wird aber auch in Zeiten von Fake News eine wichtige Funktion haben. Denn welche Instanz soll sonst werten, ob Botschaften eine Relevanz besitzen“, bricht der PR-Experte dem klassischen Journalismus eine Lanze.

Allgemein ortet Obermeyr eine Vertrauenskrise und eine gewisse Ängstlichkeit auch bei vielen heimischen Unternehmen. „Dies kann nicht gelöst werden, indem die PR als Vollzugsorgan von Unternehmensstrategien agiert, sondern als Sparringspartner,



© Reichl und Partner

der Strategien mitdiskutiert und Kritikfähigkeit einfordert“, erklärt Obermeyr. PR-Leute müssten daher auch Nein sagen können.

Sechs Units

Reichl und Partner Public Relations wurde 2001 gemeinsam mit Rainer Reichl gegründet „wo ich meine Expertise einbrachte und dadurch das gesamte Spektrum der Kommunikation angeboten werden konnte. Seither wachsen wir mit den Aufgabenstellungen, haben sechs Units – Werbung, Media, E-Marketing, PR, Social Media, Erlebnismarketing – in der Reichl und Partner Communications Group. Zuletzt ist 2011 die SMC, Social Media Communications, zu uns ins Boot gekommen.“ Die Vorteile einer derartigen Konstellation seien, dass man sich dem Projekt

nähern und, ohne den Hintergrundgedanken an Honorare zu verschwenden, eine Problemlösung erarbeiten kann: mit einer Prise PR, etwas Werbung, ein paar Gramm Social Media komplett entspannt, als Gesamtpaket.

Zahlreiche Neukunden

In der letzten Zeit konnte die Agentur Kunden wie ecoduna, Riegelfabrik, Ringstrassen-Galerien, Smurfit Kappa Nettingsdorf, Öko-Wohnbau, technosert, TTI Vegini und Vier Diamanten gewinnen. „Spaß macht auch der Launch des *Eurogast Journal*, das es seit mehr als 15 Jahren gibt und mehr als 45.000 Lesern einen informativen Überblick über die gesamte Branche und die aktuellen Gastrothemen bietet“, erzählt Obermeyr.

In jeder Ausgabe des *Eurogast Journal* wird künftig ein Star-

koch oder eine -köchin vorgestellt. So gelang es für die erste Ausgabe, Konstantin Filippou, Koch des Jahres 2016, zu einem Interview zu bewegen.

Agentur der Zukunft

In Linz ist die Agentur seit geraumer Zeit in den neu errichteten Promenaden Galerien beheimatet.

Obermeyr: „Der Anspruch war es, die ‚Agentur der Zukunft‘ entstehen zu lassen. Unter einem Dach arbeiten die besten Spezialisten und Generalisten aus allen Bereichen der digitalen und analogen Kommunikation eng vernetzt mit unserem Agenturstandort in Wien sowie über 100 Agenturen weltweit zusammen. Schon jetzt ist klar, dass viele Bewerber aufgrund des hochwertigen Arbeitsplatzes an der Agentur interessiert sind.“ (red)