

# Alles aus einer Hand

1986 wurde AFT Plus Promotion Sales gegründet – neben viel Erfahrung bietet das Unternehmen ein breites Portfolio.

••• Von Gianna Schöneich

WIEN. 1986 gründete Andrea Tassul-Koblmüller das Unternehmen AFT Plus Promotion Sales. „Es war damals schwer, etwas Neues aufzubauen, vor allem im Promotionbereich, der vielen damals noch kein Begriff war“, erzählt Tassul-Koblmüller im Interview. Heute sind für das Unternehmen 400 Personen tätig, in Spitzenzeiten sind es 600.

Als eine der ersten Agenturen im Below-the-Line-Bereich in Österreich musste man vor 32 Jahren Aufklärungsarbeit leisten. Heute bietet AFT Plus Promotion Sales eine 360 Grad-Lösung und nimmt sich sämtlicher Herausforderungen in den Bereichen Promotion, Sales oder Merchandising an. Dabei bietet man vom Konzept, der kreativen Idee über Planung, Produktion und Umsetzung bis zu Reporting und Erfolgskontrolle alles aus einer Hand. Für ihre herausragenden Ideen wurde AFT Plus Promotion Sales vielfach preisgekrönt – wobei neben den innovativen Konzepten auch die Effizienz in der Umsetzung prämiert wurde.

## Großes Portfolio

„Die Arbeit für unsere Kunden sorgt bei diesen für Umsatzsteigerungen. Unsere Promotoren bewerben neue Produkte und regen so zum Kauf an. Wir unterstützen unsere Kunden aber auch gern ganz gezielt im Außendienst. Wir können beispielsweise erfahrene Außendienstmitarbeiter für befristete Aufgaben, aber auch für langfristige Unterstützungen anbieten“, erklärt Tamara Wagner-Trenkwitz, die vor zwölf Jahren bei AFT Plus Promotion Sales



© Thomas Unterberger

## Team

Tamara Wagner-Trenkwitz und Andrea Tassul-Koblmüller von AFT Plus Promotion Sales.

einstieg. Ob optimale Platzierungen, Datenerhebungen oder Events- und Roadshows – das Portfolio des Unternehmens ist groß. Pro Jahr werden 1,5 Mio. Produkte verteilt. „Wir sprechen hier auch von vielen eisgekühlten Produkten – das stellt häufig eine Herausforderung dar, da muss man ein Profi sein“, so Tassul-Koblmüller. Zusätzlich leisten die Regalbetreuer von AFT Plus Promotion Sales jährlich 200.000 Merchandising-Stunden.

Einer der größten Kunden des Unternehmens ist die Coca-Cola Company und auch weitere große Namen wie Henkel, Nestlé, Unilever oder Tchibo betreut man. „Wenn einmal jemand ein Kunde ist, dann bleibt er“, sagt Wagner-Trenkwitz stolz.

In den vergangenen Jahren hat man die Aufs und Abs der

Branche miterlebt und konnte trotz Wirtschaftskrise bestehen. „Der Schlüssel zum Erfolg ist sicherlich, dass man ganz nah am Kunden ist, zu verstehen lernt, was dieser benötigt und danach schließlich seine Geschäftsfelder ausrichtet“, sagt Tassul-Koblmüller über den Erfolg des Unternehmens.

## Online ist keine Konkurrenz

Seit 2008 ist AFT Plus Promotion Sales Partner von SSI, einem europäischen Netzwerk unabhängiger Promotion-Agenturen. „Wir können so ein noch umfassenderes Full-Service anbieten und im gesamten europäischen Raum aktiv werden“, so Tassul-Koblmüller.

Den Onlinehandel sehe man nicht als Konkurrenz: „Gerade im Lebensmittelhandel, für den wir hauptsächlich tätig sind, ist das Online-Geschäft noch nicht sehr ausgebaut. Um ein Produkt online zu bestellen, muss man es letztlich kennen. Wir machen die Produkte bekannt – wo sie gekauft werden, ist für uns irrelevant.“ Und Wagner-Trenkwitz ergänzt: „Wir sind natürlich fit im Bereich Digitalisierung, wir beobachten die Entwicklungen am Markt, dabei tun sich für uns immer wieder neue interessante Felder auf.“

## Unterwegs

Für Kunden wie die Coca-Cola Company ist AFT Plus Promotion schon seit vielen Jahren mit Promotoren unterwegs.



© AFT Plus Promotion Sales