

rung wurde nach einem ganz-tägigen Audit verlängert. Somit ist Himmelhoch weiterhin die einzige PR-Agentur Österreichs, die über dieses international anerkannte Qualitäts-Zertifikat verfügt.

medianet: *Wechseln wir in die Gegenwart. Was hat sich in den ersten Monaten dieses Jahres bei Himmelhoch getan?*

Mandl: Im Bereich der Akquise gehen wir weiterhin himmelhoch hinaus. Neu hinzugekommen sind etwa Nadja Nemetz, Alexander Ebhart und Isa Andric, die bei uns die Digital-Unit bilden. Ich freue mich sehr, dass wir somit erst kürzlich die 40 Mitarbeiter-Marke erreicht haben und auch weiterhin alle Zeichen auf Wachstum stehen. Was vor elf Jahren als One-Woman-Show begann, ist zu einem großen, starken Team an Kommunikationsexperten gewachsen, die Kunden aus *allen* Branchen – von Handel über Gastronomie, Tourismus und Gesundheit, IT, Bau, Finanz bis hin zu Mode – betreuen. Auch was die Kundenakquise betrifft, freuen wir uns regelmäßig über namhafte Neuzugänge, wie beispielsweise die Tourismusregion Stegersbach, Julius Meinl am Graben, Decathlon, 88.6, Jörg Knabl, Marcus Hofbauer (Teamarzt Austria Wien) oder Editel, um nur einige Beispiele zu nennen.

medianet: *Nach so einem ereignisreichen Start stellt sich die Frage nach den weiteren Zielen?*

Mandl: Wir wollen 2019 vor allem den Eventbereich stark ausbauen und uns auch personell verstärken. Wir sehen bei Events, so wie bei unserer Digital-Unit, eine stark zunehmende Bedeutung und strategische Entwicklung. Im Handel gibt es eine rasch zunehmende Tendenz, Einkaufserlebnisse zu schaffen. Diese Inszenierungen wollen wir mitgestalten und unsere Kunden



Eva Mandl, Geschäftsführerin der Agentur Himmelhoch.

in diesem Bereich noch stärker unterstützen.

medianet: *Gibt es bei so viel strategischer Entwicklung noch ein besonderes Projekt, das sie gern umsetzen, oder einen Kunden, mit dem Sie dieses Jahr noch zusammenarbeiten würden?*

Mandl: Unsere Strategie ist es von Anfang an, keine Branchenspezialisierung zu haben. Heute betreuen wir über 180 Unternehmen, Organisationen und Verbände unterschiedlicher Größe, Branchen und Kundenstruktur. Diese Strategie werden wir genauso weiterverfolgen, weil dadurch der Scheuklappen-effekt wegfällt und wir ständig Inspirationen erhalten, die wir tagtäglich im Sinne unserer Kunden nutzen können. Wichtig ist uns dabei aber auch, dass wir Top-Spezialisten beschäftigen, die besondere Erfahrung und Kenntnisse in ihren jeweiligen Fachgebieten haben.

So können wir sicherstellen, dass zum Beispiel Tourismus, Handel, Gastro, Mode, IT, Technik, Bau, Banken, Kunst & Kultur, usw. entsprechend den unterschiedlichen Anforderungen maßgeschneidert betreut werden können.

medianet: *Maßgeschneidert sind auch die Geschichten, die Himmelhoch für seine Kunden entwickelt. Kurz gesagt – Story-*

telling ist das Zauberwort der letzten Jahre bei allen PR-Agenturen. Was fällt Ihnen zu diesen Satz ein: „Storytelling über alles und was kommt dann?“

Mandl: Ich bin nun seit mehr als einem Jahrzehnt als Geschäftsführerin von Himmelhoch tätig und kann sagen: Diese Branche steht niemals still. Die Relevanz von Storytelling bleibt weiterhin bestehen, ebenso wie die Herausforderung, die vielen neuen Möglichkeiten, die die fortschreitende Digitalisierung mit sich bringt, voll auszuschöpfen – genau deswegen setzen wir bei Himmelhoch derzeit auf den Ausbau unserer Digital-Unit. Des Weiteren sind wir davon überzeugt, dass eines unserer großen Steckenpferde, das Livemarket-

ting, weiter an Bedeutung gewinnen wird. Dabei geht es darum, eine Marke erlebbar zu machen, die Zielgruppen zu informieren oder zu unterhalten und dabei die Unternehmensbotschaften nachhaltig in den Köpfen der Menschen zu verankern.

Storytelling war immer schon die Basis für gute PR. Wichtig ist uns bei Himmelhoch aber auch, dass wir klare Botschaften an exakt definierte Ansprechpartner platzieren. Effizienz und punktgenaue Kommunikation müssen ständige Begleiter der Story sein.

medianet: *Wenn wir schon von Stories reden, dann wäre es auch spannend, zu erfahren, wie sich die Story von Himmelhoch in den nächsten Jahren aus Ihrer Sicht weiterentwickeln soll?*

Mandl: Wir wollen weiterhin kontrolliert wachsen und für unsere anspruchsvollen Kunden die besten Köpfe des Landes beschäftigen.

Unser Anspruch ist es, eine Full-Service-PR und Eventagentur zu sein. One-Stop-Shopping, um für unsere Kunden Komplettlösungen anzubieten, und zwar in allen Content-Welten: Online, offline, social, mobile, digital und analog.

xpert.Ranking PR

Rang	Agentur	Basket 1	Basket 2	Basket 3	Rating
1	Himmelhoch	33,00	15,55	38,52	87,06
2	Ketchum Publico	30,00	17,36	36,03	83,38
3	Martschin & Partner	35,00	10,98	37,24	83,23
4	Reichl und Partner	30,50	16,01	36,13	82,65
5	P8	33,00	11,87	33,43	78,29
6	Bettertogether	29,75	9,42	36,96	76,13
7	Grayling	30,50	13,67	30,60	74,77
8	Milestones	27,75	9,79	35,05	72,59
9	Rottenschlager	28,00	8,31	34,60	70,91
10	massgeschneidert	20,25	9,59	36,80	66,64
11	Loebell Nordberg	22,50	11,98	31,27	65,74
12	Unique	10,75	9,07	32,27	52,08