



© Content Artists

# „Guter Content ist der moderne USP“

In den Content Artists stecken 20 Jahre Branchenerfahrung und eine ganze Menge neuer Ideen.

Seit 20 Jahren ist Martin Kirchbaumer erfolgreich im Agenturgeschäft unterwegs. Nun hat er sich mit seinem Team weiterentwickelt und setzt unter dem Namen Content Artists auf Digital und Social Media Marketing, mit besonderem Schwerpunkt auf – richtig – Content. **medianet** hat mit Martin Kirchbaumer über Meilensteine der letzten Jahre und die Bedeutung von Content gesprochen.

**medianet:** *Herr Kirchbaumer, heuer blicken Sie auf 20 Jahre Agenturgeschichte zurück. Was waren aus Ihrer Sicht die Meilensteine von Anbeginn bis heute?*  
**Martin Kirchbaumer:** Begonnen hat alles 1999 unter dem Namen ‚eClipping‘. Quasi Online-Steinzeit. Angefangen haben wir damit, die Online-Kommunikation der österreichischen User zu beobachten und zu reporten – eine Dienstleistung, die über Jahre konkurrenzlos geblieben

ist. Wegen des großen Erfolgs wurde 2003 eine zweite Unit für Empfehlungsmarketing aufgebaut. Ein Jahr später hatten wir bereits über 40 ‚Influencer‘ im Boot. Vorreiter? Ja, eindeutig. Wie auch beim Blog-Marketing, das 2007 unser Portfolio bereicherte. Acht Jahre später wurde unsere damalige Vision auf Social Media-Konferenzen als große Neuheit präsentiert. 2009 hatten wir bereits über 100 Mitarbeiter, aufgeteilt in drei Abteilun-

gen: Social Media, Monitoring und Influencer Marketing. 2013 haben wir eine weitere Innovation präsentiert: Das Shitstorm-Alerting-Tool und den Online-Impact-Index, der den Online-Werbeäquivalenzwert ausweist. Im selben Jahr feierten wir unseren 800sten Kunden.

**medianet:** *Was steckt hinter dem Namen Content Artists und hat Ihr außergewöhnliches Logo eine tiefere Bedeutung?*

## Content-Künstler

Unter dem neuen Namen Content Artists bereichern CEO Martin Kirchbaumer und sein Team seit April die österreichische Agenturlandschaft.