

Die Agentur, die Beratung persönlich nimmt

Dagmar Hemmer und Christian Kollmann über 20 Jahre communication matters – und warum es manchmal besser ist, nicht weiter zu wachsen.



Die versammelte Mannschaft von communication matters.

© Astrid Knie

••• Von Herbert Hirner

WIEN. communication matters ist seit 20 Jahren eine feste Größe in der österreichischen PR-Szene. Dem Selbstverständnis der Gründer und Eigentümer entsprechend, war die Agentur auch maßgeblich an der Weiterentwicklung der Branche beteiligt – sei es durch das langjährige Engagement in nationalen und internationalen Branchenverbänden oder durch den Einsatz für eine österreichische Qualitätssertifizierung.

Erlauchter Kundenkreis

Aktuell unterstützen Christian Kollmann, der die Agentur 1999 mit Meta Raunig-Hass und Peter Menasse gegründet hat, und Dagmar Hemmer, die seit zehn Jahren an Bord und seit 2012 Mitglied der Geschäftsleitung und Gesellschafterin ist, die Seestadt, den Klima- und Energie-

fonds, die WSK Bank, den WienerTöchtertag, die Wiener Netze und das Netzwerk Betriebliche Gesundheitsförderung bei ihrer Öffentlichkeitsarbeit.

Im zweiten Geschäftsfeld – Public Affairs – vertrauen unter anderem Google und Ex-

„

Wir – und damit meine ich das ganze Team – sollen und wollen bei all dem, was wir machen, auch Spaß haben.

Christian Kollmann
Geschäftsführer

“

pedia auf das Know-how von „comma“.

Die Kundenbeziehungen sind dabei durchwegs langjährige, was auch mit klaren Prioritäten zu tun haben mag, die Christian Kollmann so erklärt: „In den 20 Jahren, in denen es uns gibt, sind wir in vielerlei Hinsicht ziemlich konstant geblieben. Wir denken strategisch, arbeiten konzeptionell und haben einen klaren Qualitätsfokus.“

Handverlesenes Team

Um solche Zielsetzungen langfristig erfüllen zu können, braucht es das richtige, handverlesene Team. Recruiting hat daher bei communication matters Priorität. „Um die geeigneten Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter zu finden, nehmen wir uns Zeit. Denn neben hoher Fachkompetenz wünschen wir uns auch starke Persönlichkeiten“, erläutert Dagmar Hemmer

die Strategie. Wichtig ist der Geschäftsleitung auch ein gutes Miteinander im Team. Dazu zählt neben gemeinsamen Freizeitaktivitäten vor allem das gemeinsame Mittagessen im Büro. Dabei bietet sich neben der Gelegenheit zum fachlichen Austausch auch eine entspannte Möglichkeit, sich persönlich besser kennen- und schätzen zu lernen.

„Abgesehen davon wollen wir alle bei dem, was wir machen, ja auch Spaß haben. Und das scheint uns ganz gut zu gelingen“, erklären Hemmer und Kollmann unisono. Und resümieren zufrieden: „Wir haben heute genau die Agentur, in der wir immer schon arbeiten wollten.“ Die Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter sehen das vermutlich genauso. Naheliegender, dass die Agentur seit Kurzem auch das Gütesiegel Betriebliche Gesundheitsförderung tragen darf.