

••• Von Judith Welzl

WIEN. Mit Feingefühl kommuniziert Omnes-Chef Jürgen Tarbauer mit seinen Kunden. Der Erfolg gibt ihm recht – seit über elf Jahren betreut er Unternehmen aus verschiedenen Branchen. **medianet** sprach mit Jürgen Tarbauer über aktuelle Projekte und Pläne für die Zukunft.

**medianet:** *Omnes ist sehr umtriebig bei kleinen und mittelständischen Unternehmen (KMU). Wie verlief das Jahr 2018?*

**Jürgen Tarbauer:** 2018 sind wir mit einigen Herausforderungen ins neue Jahr gestartet. Wir konnten aber das Ruder herumreißen und daraus unser bisher bestes Ergebnis erzielen: mehr als 25 Prozent Kundenzuwachs und eine deutliche Steigerung unseres Umsatzes. Das verdanken wir unter anderem den vielen spannenden Projekten, die wir für unsere Kunden letztes Jahr umsetzen konnten. Ein weiterer Erfolg ist der erneute Gewinn unseres ausschreibungspflichtigen Großkunden: der Wirtschaftskammer, Fachgruppe UBIT Wien. Im Pitch konnte sich mein Team gegen unsere Konkurrenz durchsetzen.

**medianet:** *Welche DNA wirkt da, um KMU zu begeistern, die*

”

*Um den Spagat zwischen KMU und großen Betrieben zu schaffen, ist extremes Feingefühl gefragt – in sämtlichen Belangen.*

“



© Omnes

# Die Sprache der Kunden sprechen

Kommunikation ist bei Omnes nicht nur Geschäft, sondern Grundprinzip. Geschäftsführer Jürgen Tarbauer im Interview.

*andere Agenturen scheinbar nicht haben?*

**Tarbauer:** Wir konzentrieren uns immer voll und ganz auf einen Kunden; Ideen und Konzepte erklären wir immer so, dass es jeder Kunde *versteht* – ohne überflüssige Fachbegriffe. Viele KMU beschäftigen sich im Tagesgeschäft wenig mit Marketing und fokussieren sich vor allem auf ihr Geschäftsfeld – das ist auch wichtig und richtig so.

Bei großen Unternehmen hingegen müssen wir auf bestimmte Marketing-Buzzwords setzen.

**Jürgen Tarbauer**

2007 gründete Tarbauer die Agentur Omnes und führt ihre Geschäfte seit mittlerweile elf Jahren selbst.

Konzerne sind auf eine Marketingstrategie getrimmt. Um den Spagat zwischen KMU und großen Betrieben zu schaffen, ist extremes Feingefühl gefragt – in sämtlichen Belangen. Daher gibt es mit jedem Kunden intensive Vorgespräche. Wir wollen wissen, wie der Kunde tickt, welche Bedürfnisse er hat und welche Anforderungen die dahinterliegende Marke hat, *bevor* wir ein Angebot legen.

**medianet:** *Ihre Kunden kommen aus ganz unterschiedlichen*