

”

Wir sehen im Digital-Business rund um das Thema Content so viel Potenzial, dass uns hier in den nächsten Jahren nicht langweilig wird.

Martin Distl
[m]Studio

steigert die Qualität des Inhalts, danach kommt es auch auf die richtige Aufbereitung für die verschiedenen Kanäle an.

medianet: *Das heißt, Sie haben keine fixe Redaktion, die [m]Studio betreibt.*

Distl: Unsere Devise ist, wir möchten unseren Kunden die beste Lösung anbieten. Daher arbeiten wir mit Fachjournalisten zusammen, die eben nicht heute über veganes Essen und morgen über spezielle Software-Lösungen für Hotels berichten, sondern exzellente Experten genau in ihrem Thema sind und die wir eben bei Bedarf abrufen. Dadurch ist automatisch mehr Authentizität und Content-Tiefe gegeben. Das bedeutet zwar mehr Aufwand im Projektmanagement, aber unter dem Strich auch einen Mehrwert für den Kunden – und darum geht es.

medianet: *Wie finden Sie diese Experten jeweils punktgenau zum richtigen Zeitpunkt?*

“

Distl: Auch hier ist das Netzwerk der GroupM bzw. WPP von Vorteil, plus nicht zu vergessen durch meine bisherigen Tätigkeiten sowohl auf Medien- als auch Unternehmensseite habe ich ein prall gefülltes Adressbuch und sehr viele Kontakte zu sehr vielen Themen, bei denen unsere Kunden entsprechende Lösungen benötigen.

medianet: *Den Schwerpunkt setzen Sie auf Digital; wie sieht es mit klassischem Corporate Publishing aus?*

Distl: Wir sehen im Digital-Business rund um das Thema Content so viel Potenzial, dass uns hier in den nächsten Jahren nicht langweilig wird. Wenn aber jemand gezielt auf uns zukommt oder es das Kommunikationsziel des Kunden erfordert, werden wir gern auch Corporate Publishing im klassischen Sinn (Print) machen.

medianet: *Für welche Kunden hat [m]Studio schon Inhalte umgesetzt?*

Distl: Obwohl wir erst seit Kurzem am Markt aktiv sind,

dürfen wir schon einige Kunden betreuen. Einer davon ist zum Beispiel Coca-Cola. Hier verantworten wir im Lead die komplette Content Marketing-Plattform Coca-Cola Journey in

”

Ja, wir schaffen mit gut gemachtem Content höhere Effizienz und damit entweder niedrige Kosten beziehungsweise einen höheren Output.

Österreich. Beginnend von der Redaktionsplanung, über wöchentliche Content Tables inkl. der Abstimmung mit den jeweiligen Coca-Cola-Managern und

den anderen Agenturen bis zur Content-Produktion selbst (u.a. Podcasts, redaktionelle Beiträge, Bild-Produktionen, Events). Erst kürzlich haben wir gemeinsam mit der MediaCom sowie anderen Coke-Agenturen ein Influencer/Blogger-Event inkl. Social Media-Kampagne und Content-Produktion für unterschiedlichste Kanäle auf die Beine gestellt. Der Vorteil für den Kunden ist dabei, immer alles aus einer Hand zu bekommen, wodurch die Koordination von Schnittstellen reduziert wird oder sogar komplett wegfällt.

medianet: *Zeichnen sich bereits erste Erfolge ab?*

Distl: Ja, wir schaffen mit gut gemachtem Content höhere Effizienz und damit entweder niedrige Kosten beziehungsweise einen höheren Output. Bis jetzt wird unser Angebot sowohl innerhalb der GroupM als auch bei externen Kunden sehr gut angenommen. Und egal wo wir mit dem [m]Studio hinkommen: Die Kunden hören zu und zeigen, dass der Bedarf nach gutem Content gefragt ist als je zuvor!



© Katharina Schiffl