

Starkes Wachstum

Auch für eine PR-Agentur wie ikp ist die Digitalisierung der Treiber schlechthin, so Susanne Hudelist und Maria Wedenig im großen Jahresinterview.

Mit Standorten in Vorarlberg, Salzburg und Wien ist ikp nicht nur geografisch, sondern auch in Bezug auf ihr Portfolio breit aufgestellt. medianet bat Susanne Hudelist und Maria Wedenig zum Talk.

medianet: Frau Wedenig, Frau Hudelist, wir stehen mitten im Q4. Wie es scheint, weist Ihre Agentur bisher ein schönes Wachstum aus ...

Maria Wedenig: ... Das ist richtig. Schon 2018 haben wir eine wirklich schöne Steigerung von plus sechs Prozent geschafft, und wie es aussieht, werden wir heuer an der vier Millionen-Marke beim Honorarumsatz kratzen.

medianet: Womit Sie über dem Marktschnitt liegen, was insofern erstaunlich ist, als der PR-Markt in den letzten Jahren nicht so stark gewachsen ist.

”

Die gesamte Pitchkultur ist unverändert katastrophal. Dabei spreche ich noch gar nicht von ‚normalen‘ Pitches, sondern von einfachen Preislistenangeboten, Kostenvoranschlägen oder Kurzkonzepten.

Susanne Hudelist
ikp

“

Teamarbeit

Susanne Hudelist, Peter Hörschinger und Maria Wedenig.



© ikp/Markus Hirschbögl

Wedenig: Umso mehr freut uns das – besonders auch deswegen, weil wir in Wien ein noch deutlich höheres Plus gemacht haben. Und zwar mit der gleichen Mitarbeiteranzahl. Insgesamt haben wir knapp 40 Kolleginnen und Kollegen an allen drei Standorten zusammen.

medianet: Sie sagen es. Der Gesamtmarkt ist um knapp ein Prozent gewachsen. Wie ist Ihnen hier das überdurchschnittliche Wachstum gelungen?

Susanne Hudelist: Wir sind als Agentur thematisch und branchentechnisch sehr breit aufgestellt. Alle Bereiche sind derzeit gleich stabil – von Handel, über Gesundheit bis hin zu Bauen, Wohnen, Leben. Unser Vorteil ist, dass wir Kunden sehr lang betreuen, einige schon 20 Jahre und länger. Und die empfehlen uns auch gern weiter.

medianet: Sie haben es gerade angesprochen: Mit Bauen. Wohnen. Leben. haben Sie einen neuen thematischen Bereich für Ihre Agentur erobert. Ich nehme an, dass Sie hier besonders gut wachsen konnten.

Wedenig: Das Wachstum ist über alle Bereiche ähnlich gut verteilt. Wir wachsen vor allem gemeinsam mit unseren bestehenden Kunden sehr stark – auch, weil wir hier auf langjährige Kundenbeziehungen bauen.

Hudelist: Wir wachsen aber nicht nur, weil wir in Bezug auf die Branchen breit aufgestellt sind, sondern auch, weil wir als Agentur eine sehr breit gefächerte Produktpalette anbieten können – von klassischer PR, über die Infografik bis hin zu Social Media und Film.

medianet: Heute sind ja Agenturen mittlerweile zum Teil auch Berater der Kunden.

Wedenig: Besonders stark nachgefragt wird Strategieberatung und natürlich das Dauerthema Krisenkommunikation.

medianet: Wie gestaltet sich das Neukundengeschäft?

Wedenig: Der Bereich Kommunikation ist ein Empfehlungsbusiness. Ausschreibungen und Offerte sind eine Sache, aber sehr vieles kommt über Weiterempfehlungen, was uns natürlich besonders freut, weil dies eine höchst wertvolle Währung ist.

medianet: Und wie sieht es mit Pitches aus?

Hudelist: Hier wären wir bei dem Negativthema der Branche schlechthin angelangt. Die gesamte Pitchkultur ist unverändert katastrophal. Dabei spreche ich noch gar nicht von ‚normalen‘ Pitches, sondern von einfachen Preislistenangeboten, Kostenvoranschlägen oder Kurzkonzepten.