



© Decathlon Österreich

Kreativität

Himmelhoch-Kunde Decathlon gibt Tipps, um auch zu Hause in Bewegung zu bleiben.

„Müssen jetzt Haltung beweisen“

Gerade in Zeiten der Krise zeigt gute PR, was sie kann – das weiß auch Himmelhoch-Gründerin Eva Mandl.

••• Von Sascha Harold

WIEN. PR-Agenturen sind schon lange mehr, als bloße Zulieferer von Dienstleistungen. Gerade in Krisenzeiten müssen sie ihre Kunden als Partner umfassend unterstützen. Weil die Krise um die Covid-19-Pandemie fast die gesamte Gesellschaft betrifft, müssen sich auch PR-Agenturen darauf einstellen. Krisenmodus ist daher der vorläufig neue Alltag für viele. Himmelhoch-Geschäftsführerin Eva Mandl fasst die Anforderungen an ihre Branche so zusammen: „Covid-19 stellt unsere Kunden, die heimische Medien- und Agenturlandschaft und nicht zuletzt jeden Einzelnen von uns vor noch nie dagewesene Herausforderungen. Gerade in Krisenzeiten gehört es zu unseren Aufgaben als Kommunikationsagentur, die Unternehmen bestmöglich in allen Agenden zu unterstützen und als Servicepartner für die

Journalisten zu fungieren, die vor allem in diesen Tagen dankbar für Inspirationen zu guten Geschichten sind – ob mit oder ohne Bezug zur Coronakrise.“

Klare Kommunikation

Nicht zu kommunizieren, ist etwas, das sich Unternehmen gerade jetzt nicht leisten sollten. Die aktuelle Situation ist von einer Informationsflut geprägt, die Orientierung erschwert und das Entstehen von Gerüchten fördert. Unternehmen sollten daher in ihrer Kommunikation klar sein. Mandl gibt Einblick in die Arbeit ihrer Agentur: „In den vergangenen Wochen waren wir stark damit beschäftigt, unseren Kunden Orientierung zu geben und sie step by step und optimal zu unterstützen. Im zweiten Schritt haben wir den meisten Unternehmen empfohlen, klar zu kommunizieren – intern sowie extern, mit den eigenen Mitarbeitern ebenso wie mit den

Kunden.“ Obwohl sie die große Herausforderung durch das Coronavirus sieht, bleibt Mandl zuversichtlich und sieht die Chance, aus der Krise gestärkt hervorzugehen.

Deutlich erhöhten Kommunikationsbedarf haben derzeit Handel, Gastronomie und Lebensmittelhersteller – ob sie

nun von den Schließungen betroffen sind oder nicht. Himmelhoch-Kunden wissen damit aber kreativ umzugehen. Der Sportartikel-Hersteller Decathlon etwa gibt Tipps, um auch zu Hause in Bewegung zu bleiben, die Kräuterlikör-Marke Jägermeister liefert Ideen, die das Homeoffice zur Partylocation umzufunktionieren. Mandl: „Unsere Kunden mussten in den vergangenen Wochen bereit sein, umzudenken und seit Monaten abgesegnete PR-Pläne kurzfristig über Bord werfen. Es gilt, hier vor allem zwei Dinge zu beweisen: Kreativität einerseits und Empathie andererseits.“ Bis wieder Normalität einkehre, wollen Mandl und ihr Team mit ihren Kunden daran arbeiten, das Beste aus einer schwierigen Situation zu machen.



© Himmelhoch

Eva Mandl ist Gründerin und Geschäftsführerin bei Himmelhoch.