

It's a great place to work

Auszeichnung für Philipp Maderthaners Campaigning Bureau gleich beim ersten Antritt.

WIEN. Die besten Arbeitgeber in Österreich stehen fest. Bei Great Place to Work hat das Campaigning Bureau beim ersten Antritt in der Kategorie unter 50 Mitarbeitern den dritten Platz erreicht (hinter dem Tiroler Aktivhotel Alpendorf auf Platz eins und der Wiener Insight Technology Solutions).

„Wir lieben unsere Werte“, so Philipp Maderthaner und Stefanie Winkler-Schloffer. Maderthaner: „Es liegt in der DNA des Campaigning Bureaus, zu begeistern, zu beteiligen und Gleichgesinnte für eine gemein-

same Sache zu mobilisieren. Und genau diese Begeisterung, die wir täglich im Campaigning Bureau leben und entwickeln, möchten wir bei Great Place to Work auch mit anderen teilen.“

Ein guter Arbeitgeber

Die Geschäftsleiterin Kampagnen und Biz, Stefanie Winkler-Schloffer, fährt fort: „Diese Auszeichnung hat für uns einen hohen Wert, weil sie das Gefühl und Empfinden unserer Mitarbeiter ausdrückt und das herausragende Wirken unseres Führungsteams bestätigt.“ Das



© Alexander Krivda

Auszeichnung

Stefanie Winkler-Schloffer, Doris Palz, Philipp Maderthaner (v.l.); vorne: Lukas Holter (l.), Christoph Schleifer.

Campaigning Bureau unterschiede sich von anderen Unternehmen in der Branche vor allem durch die persönliche sowie fachliche Weiterentwicklung.

Zeit für Mitarbeiter

„Darum gibt es bei uns wöchentlich sogenannte 1-on-1s, in denen sich die jeweilige Führungskraft Zeit für ihre Mitarbeiter nimmt“, sagt Maderthaner. „So bringen wir uns gemeinsam auf

das nächste Level. Außerdem ist unsere Teamkultur einzigartig. Wir schaffen uns selbst ein High-Performance-Arbeitsumfeld und halten zusammen“, sagt Winkler-Schloffer. Konkurrenz-Denken untereinander gebe es nicht, und der Gesamterfolg werde über den Erfolg des einzelnen gestellt. „Natürlich feiern wir auch gern. Und Anlässe finden sich genug“, sagen die beiden abschließend. (red)

Mehr als 70 Prozent!

Salzburgs Entscheidungsträger lesen die „Salzburger Nachrichten“ – die Reichweite der Qualitätstageszeitung liegt über 70 Prozent.

SALZBURG. Laut der LAE (Leseranalyse Entscheidungsträger) 2020 sind Tageszeitungen ein unverzichtbarer Bestandteil im Leben beruflicher Entscheidungsträger. In Salzburg beziehen 86 Prozent dieser Zielgruppe mindestens einen Titel.

Die *Salzburger Nachrichten* können dabei wiederholt auf eine sehr erfolgreiche Entwicklung verweisen und bleiben in dieser Zielgruppe die klare Nummer 1 im Bundesland: 66 Prozent der Entscheidungsträger in Salzburg lesen täglich die gedruckten *SN*, bei der Wochenendausgabe sind es sogar 72 Prozent.

Digitalangebot & Marktumfeld

Stark gestiegen ist auch die Nutzung des digitalen Angebots der *SN*, das von 32 Prozent täglich genutzt wird.

Die *Kronen Zeitung* kommt mit ihrer gedruckten Ausgabe im Bundesland Salzburg auf 40 Prozent tägliche Reichweite, *Die Presse* auf elf, *Der Standard* auf 9,7 und der *Kurier* auf 8,7 Prozent. Am Wochenende zeigt sich folgendes Bild: *Krone* 57, *Standard* 26, *Presse* 20 und *Kurier* 16 Prozent.



© Stock/Flamingoimages

Infos zur Studie

Die Leseranalyse Entscheidungsträger (LAE) versteht sich als Leistungsnachweis relevanter Medienmarken im Sinne der Leistungsfähigkeit als Werbeträger für Investitionsgüter- und Dienstleistungsanbieter im „Business to Business“-Bereich. Die LAE wird alle zwei Jahre



© Salzburger Nachrichten

durchgeführt und beruht auf 3.000 Interviews mit Führungskräften heimischer Unternehmen (ab 5 Mitarbeitern), die von Jänner bis Dezember durchgeführt werden.

KONTAKT

Wollen auch Sie die Führungskräfte Salzburgs erreichen? Wir unterstützen Sie gern bei Ihrer Marktkommunikation! Kontaktieren Sie uns persönlich unter *Mediaservice (Print)* +43 662/8373-206 oder *mediaservice@sn.at* bzw. *Online Werbung (Digital)* +43 662/8373-730 oder *online-werbung@sn.at*