

”

*In der gesamten DACH-Region vertreten zu sein, ist mittlerweile in den Ausschreibungen internationaler Konzerne ein wesentliches Kriterium.*

**Georg Linnerth**  
Partner Plus  
Promotion Sales

“

det wurde, wird sich vor allem Georg Linnerth als neuer Partner der Plus Promotion Sales kümmern.

„Wir sind sehr froh, ihn an Bord zu haben. Wir kennen uns schätzen einander schon seit vielen Jahren. Er bringt für das Projekt die notwendige Erfahrung sowie neue Sichtweisen und Kontakte ein“, so Tassul-Kobl Müller weiter.

Linnerths Ziel ist ambitioniert: „Wir wollen uns in den drei Ländern als führende Sales- und Marketing-Agentur positionieren und verfolgen dabei einen holistischen Ansatz. Es wird Key Accounts auf DACH-Ebene geben, ein gemeinsames einheitliches Reporting und dann natürlich die Expertenteams vor Ort.“

#### Alles aus einer Hand

Das Konzept eines One-Stop-Shops für sämtliche Dienstleistungen am Point of Sale ist, so Plus Promotion Sales-Geschäftsführerin Tamara Wagner-Trenkwitz, vor allem aus zwei Gründen wichtig: „Der Trend geht dahin, dass Kunden eine einzige 360 Grad-Agentur haben wollen, die alles erledigt.“

”

*Der Trend geht dahin, dass Kunden eine einzige 360 Grad-Agentur wollen, die alles macht – auch, weil die lokalen Marketing-Teams immer kleiner werden.*

**Tamara Wagner-Trenkwitz**  
Geschäftsführerin  
Plus Promotion Sales

“

Einerseits, weil die lokalen Marketing-Teams immer kleiner und viele von deren Aufgaben ausgelagert werden. Andererseits stellen internationale Unternehmen auch sehr hohe Anforderungen an ihre Preferred Supplier, die kleine, rein national agierende Agenturen kaum mehr erfüllen können. Für Coca-Cola kann man ohne Master Service-Agreement nicht einmal theoretisch arbeiten. Ähnliche Akkreditierungen gibt es zum Beispiel auch bei Henkel oder Unilever.“

Dass der Trend zu grenzüberschreitenden Etats geht, zeige sich, so Linnerth, auch darin, dass es mittlerweile Ausschreibungen von internationalen Konzernen gibt, in denen die Präsenz in der gesamten DACH-Region ein wesentliches Kriterium ist.

#### Einheitliches Reporting

Aufgrund der sehr ähnlichen Handelslandschaft sei das auch durchaus verständlich. „Abgesehen von einigen Adaptionen, kann man ein Konzept über alle drei Länder spielen. Man braucht nicht drei Ansprechpartner und drei verschiedene Reporting-Systeme.“

„Wir hatten kürzlich einen Call mit unserem deutschen Kollegen wegen einer solchen großen Ausschreibung“, ergänzt Tassul-Kobl Müller. „Da soll zwar in Deutschland präsentiert werden, aber es ist von vornherein klar, dass das Konzept dann 1:1 auch in Österreich umgesetzt

wird. Dafür muss man in beiden Ländern natürlich auch die gleichen Strukturen und Möglichkeiten bieten können.“

#### Innovative Ansätze

TMS DACH ist allerdings nicht die einzige Neuerung bei Plus Promotion Sales. Vor Kurzem hat man den Vertrieb für Tokinomo übernommen. Dabei handelt es sich um einen sensorgesteuerten Roboterarm, der aus dem Regal oder einer Sonderplatzierung in Lebensmittel- oder Fachmärkten Produkte präsentiert und damit perfekt zum aktuell angesagten Social Distancing passt. „Das Interesse der Industrie an diesem Tool ist sehr groß, der Handel ist noch etwas vorsichtig“, sagt Tassul-Kobl Müller. „Im Livemarketing muss man innovativ sein und die Herausforderung lieben.“

Von Zweiterem gab es nach ihrem Geschmack heuer aber zu viel: „Wir sind aber in der glücklichen Lage, dass wir sehr breit aufgestellt sind. Unser Schwerpunkt sind Aktionen im Lebensmittelhandel, in Trafiken und Apotheken, Regalbetreuung,

Sales Services oder auch Markterhebungen für Nielsen. Da sind auch im Lockdown kaum Projekte weggefallen, eher noch zusätzliche dazugekommen. 2020 wird zwar nicht, wie wir wegen etlicher Neukunden erwartet hatten, ein Rekordjahr, aber auch kein schlechtes. Ich rechne mit einer Steigerung von rund zehn Prozent gegenüber 2019.“

”

*Wir bekommen immer häufiger Anfragen von deutschen Agenturen, die für einen Pitch unbedingt einen österreichischen Partner brauchen.*

**Andrea Tassul-Kobl Müller**  
Geschäftsführerin  
Plus Promotion Sales

“



Trotz Corona-Einschränkungen wurden heuer etliche Projekte umgesetzt.