



© Gregor Hartl/Reichl und Partner

Daniela Strasser und Michael Obermeyr sind die beiden Geschäftsführer bei Reichl und Partner Public Relations.

# Impulsgeber sein

Bei Reichl und Partner Public Relations will man nach dem Ausnahmejahr 2020 noch engeren Kundenkontakt suchen.

... Von Sascha Harold

WIEN. Gerade in unsicheren Zeiten wirkt gute Kommunikation stabilisierend. Diese Einsicht ist nicht neu und rückt vor allem die Beziehung zwischen Kunde und Agentur in den Fokus. Das Thema ist auch bei Reichl und Partner Public Relations zentral: „Wir agieren als Impulsgeber und haben die Krise zum Anlass genommen, proaktiv auf unsere Kunden zuzugehen und sie dabei zu unterstützen, Geschäftsmodelle weiterzuentwickeln und neue Ideen zu finden und umzusetzen“, erläutert Daniela Strasser und Michael Obermeyr, die beiden Geschäftsführer.

Es komme jetzt darauf an, so die beiden weiter, Stabilität und Sicherheit zu vermitteln und die Vertrauensbasis aufrechtzuerhalten.

Nach wie vor bestimmt die Covid-19-Pandemie den öffentlichen Diskurs. Allem Anschein nach dürfte sich das auch im

neuen Jahr nur wenig ändern. Gerade Produkte, die einen Beitrag zur Bewältigung der Krise leisten, haben deshalb einen hohen Stellenwert.

„In der Kommunikation ist es uns auch immer ein Anliegen, einen Beitrag zur Qualität in der öffentlichen Diskussion zu leisten und Werte zu vermitteln“, so Strasser und Obermeyr. Zwei Neukunden, bei denen das gelingt, sind Kühnel Elec-

tronic, dessen Marke „Umidus – Bon Air Guardian“ sich mit Raumlufqualität befasst, und „chabaDoo“, eine digitale Lernplattform für den Umstieg auf Homeschooling.

## Ausblick auf 2021

Das letzte Jahr hat auch die PR-Branche verändert, einige Agenturen haben die Gelegenheit genutzt, Strukturen zu überdenken und an künftige Herausforderungen anzupassen. Auf die Frage, wie die Agentur der Zukunft aussehen kann, antworten Strasser und Obermeyr unisono: „Eine Agentur der Zukunft arbeitet interdisziplinär, versammelt Spezialisten und Generalisten, unterstützt ihre Kunden bei der Entwicklung der unternehmerischen Vision und des Wertesystems und arbeitet an neuen Geschäftsideen und Geschäftsstrategien mit. All das sind Skills, die wir unseren Kunden bieten, um wieder optimistisch nach vorn schauen zu können.“

”

*Es kommt jetzt darauf an, Stabilität und Sicherheit zu vermitteln.*

**Daniela Strasser,  
Michael Obermeyr**

“

## MASSGESCHNEIDERT

### 10 Jahre und 360 Grad

WIEN. Das Kommunikationsbüro massgeschneidert in der Wiener Kaiserstraße ist zehn Jahre alt. Das Erfolgsrezept ist für Inhaberin und Geschäftsführerin Petra Schneider einfach: „Integrierte Konzepte mit einer 360 Grad-Sicht auf Projekte und immer einen Schritt weiter sein. Gerade bei der Positionierung von Food & Beverages gibt es wenig Vergleichbares.“ Vor Kurzem hat die Agentur etwa die 1. Viennale Edition von Monkey 47 Gin gelauncht oder den Social Media-Support für Wiesbauer federführend begleitet.

## Frauenpower für 2021

Das inzwischen fünfköpfige Team von massgeschneidert will auch künftig spannende Konzepte umsetzen und bleibt durch verschiedene Weiterbildungen am Puls der Zeit. Es genüge heute nicht mehr, so Schneider, nur PR zu machen, Kunden bräuchten einen Full-Service-Partner. Sie resümiert: „Wir sind zusammengewachsen, als Team sowie mit unseren Kunden und bereit für die nächsten zehn Jahre.“



## PR-Team massgeschneidert

v.l., vorn: Alexandra Figl, Petra Schneider; hinten: Sophie Katschthaler, Valeska Murawski, Alexandra Lichtenwörner.

© Melina Weger