

”

*Große Herausforderungen waren sicherlich eingefrorene Budgets, Verschiebungen, Stornos und die Nachverhandlung von Preisen.*

**medianet:** Das Frühjahr 2020 traf die Branche unvermittelt; wie haben Sie diese Zeit erlebt?

**Schönherr:** Die Unsicherheit zum Start der Pandemie war sehr groß und meiner Meinung nach deutlich stärker ausgeprägt, als es bei der Finanzkrise 2008 der Fall war. Wir haben extrem viel kommuniziert, verschoben, versucht Unsicherheiten zu nehmen und eine starke Schulter zu sein. Das ist gerade in diesen Zeiten auch oft nicht leicht, da ja auch alle Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter selbst verunsichert waren und nicht wussten, wie es weitergeht. Aber im Nachhinein kann ich doch sagen, dass wir gestärkt aus der Krise hervorgegangen sind und daran wachsen konnten.

**medianet:** Was waren dabei die größten Herausforderungen?

**Schönherr:** Große Herausforderungen waren sicherlich eingefrorene Budgets, Verschiebungen, Stornos und die Nachverhandlungen von Preisen. Natürlich war es auch sehr wichtig, die Mitarbeiter ständig upzudaten und die besten Lösungen für sie zu finden, für die das ständige Arbeiten aus dem Homeoffice inklusive Homeschooling der Kids eine große Belastung war und ist. Dies alles zu vereinen und das Business für unsere Kunden, aber auch für unsere Mitarbeiter optimal am Laufen zu halten, war sicher die größte Herausforderung. Wir haben alles dafür getan, für beide Seiten so gut wie möglich da zu sein.

**medianet:** Welche Lehren konnten Sie daraus ziehen?

**Jakob Schönherr**  
CEO Dentsu Austria

“



© Dentsu Austria

**Schönherr:** Wir haben während der Krise wahnsinnig viel gelernt und uns stark weiterentwickelt. Es hat gezeigt, dass Veränderungen viel schneller erfolgreich stattfinden können. Natürlich hat die Pandemie auch bei uns für eine Umstellung der Prozessarchitektur gesorgt. Wir haben einige neue Kultur- und Arbeitstechniken etabliert und gesehen, dass wir auch sehr produktiv aus dem Homeoffice arbeiten. Die Reduktion der Reisen und der persönlichen Meetings ist sehr effizient, und wir haben auch schnell gelernt, wie man die virtuelle Zusammenarbeit produktiv über digitale Kollaborationstools etablieren kann. Die Vernetzung über Microsoft Teams hatte auch Auswirkungen auf die Beschleunigung und Festigung der internen Vernetzung und Agilität. Die internen

Entwicklungen bringen uns nun auch mehr Qualität und Effizienz im Arbeitsalltag. Wir haben definitiv auch den Beweis dafür geliefert bekommen, wie wertvoll in unsicheren Zeiten eine langjährige Zusammenarbeit, also Vertrauen, ist, und wie unabkömmlich eine verlässliche Beratungsleistung ist. Und die beste Erkenntnis war es doch zu sehen, wie stark wir als Einheit innerhalb der dentsu funktionieren, wie sehr wir zusammenhalten und was der Spirit der Menschen alles bewirken kann. Es war teilweise wirklich berührend und hat mich sehr stolz gemacht, ein Teil davon zu sein!

**medianet:** Wie ist das restliche Jahr für Sie gelaufen?

**Schönherr:** Dafür, dass wir oft sehr düstere Prognosen zu lesen

und hören bekamen, haben wir das Jahr 2020 sehr erfolgreich abschließen können, was nicht zuletzt diese Auszeichnung beweist. Selbstverständlich haben einige unserer Kunden Einbußen gehabt und konnten nicht wie gewohnt werben, aber dafür haben wiederum andere gerade in der Zeit der Krise den Moment genutzt und besonders intensiv geworben.

**medianet:** Welche Projekte hat Dentsu Austria 2020 umgesetzt?

**Schönherr:** Die Corona-Zeit war sicher eine Art Weichenstellung für uns. Wir konnten uns sehr erfolgreich strategisch neu aufstellen. Dazu trug die einerseits der neue D-A-CH-Cluster bei, aber auch mit der einhergehenden Umfirmierung zur dentsu die Umstrukturierung mit drei klaren Service Lines, um damit unseren Kunden nicht nur vereinfachte Strukturen, sondern vor allem maßgeschneiderte und integrierte Services bieten zu können.

## Media-Agenturen – Bruttoumsatzspendings inkl. Onlinewerbung

| Rang<br>2020 | Rang<br>2019 | Unternehmen                               | Gesamtsumme € |
|--------------|--------------|---|---------------|
| 1            | 2            | Dentsu Aegis Network Austria GmbH         | 601.738.475   |
| 2            | 1            | MediaCom – die Kommunikationsagentur GmbH | 530.016.846   |
| 3            | 3            | Mindshare GmbH                            | 430.141.257   |
| 4            | 4            | IPG Mediabrands                           | 311.576.314   |
| 5            | 5            | Wavemaker (Austria)                       | 227.599.867   |
| 6            | 6            | Media1                                    | 208.507.701   |
| 7            | 7            | Publicis Media Austria                    | 160.657.790   |
| 8            | 9            | Havas Media Austria                       | 131.018.642   |
| 9            | 8            | OMD Group                                 | 128.426.665   |
| 10           | 10           | Mediaplus Austria GmbH & Co. KG           | 114.416.896   |
| 11           | 11           | Reichl und Partner Werbeagentur GmbH      | 83.156.197    |
| 12           | 12           | PHD Mediaagentur GmbH                     | 29.345.124    |

Quelle: Focus Marketing Research; Angaben in €. Von medianet ohne Bearbeitung und Gewähr veröffentlicht.