

medianet: Über welche Neukunden konnten Sie sich freuen?

Schönherr: Am allermeisten freuen wir uns darüber, dass sich langjährige Kunden entschieden haben, weiterhin mit uns zu arbeiten. Das zeigt das Vertrauen und die gute Arbeit, die wir bisher geleistet haben. Doch natürlich machen uns auch die Gewinne neuer Kunden sehr glücklich. Unternehmen wie Brau Union, Generali, Jacques Lemans, Polestar und bank99 konnten wir im letzten Jahr als Kunden unter anderem dazugewinnen.

”

Uns geht es nicht um kurzfristige Erfolge, sondern wir wollen nachhaltige Kundenbeziehungen aufbauen.

Jakob Schönherr

medianet: Werfen wir einen Blick in die Zukunft: Welche Umwälzungen wird die Branche in den nächsten 5 Jahren erleben?

Schönherr: Die nächsten 5 Jahre werden wohl ebenso maßgebend für die Branche sein, wie Anfang der 2000er mit dem Aufkommen des kommerziellen Internets. Es wird dies die letzte Dekade von Smartphones sein – wir stehen vor einem Sprung in einen neuen Umgang mit Information. Diese wird enger mit unserem Kör-



© Philip Gabriel

per verbunden sein, eine ganz neue Nähe schaffen, uns aber auch gleichzeitig noch mehr im Zwischenmenschlichen abkapseln. Werbung wird sich dabei kontinuierlich vom Linearen verabschieden und muss noch viel mehr als bisher *individualsbezogen* gedacht werden. Wir werden aufhören, in Personas zu denken, weil das viel zu generisch ist, sondern werden in eine Phase der weitgehenden 1:1-Kommunikation eintreten. Dazu kommt eine Welt, die sich in der Post-Corona-Zeit wieder mit klimapolitischen Fragestellungen beschäftigen wird. Hier werden sich auch Unternehmen anders positionieren müssen.

medianet: Wie rüstet sich Dentsu Austria für diese Zeit?

Schönherr: Als dentsu wollen wir immer einen Blick über das Hier und Jetzt werfen. Uns geht es nicht um kurzfristige Erfolge, sondern wir wollen nachhaltige Kundenbeziehungen aufbauen. In diesem Sinne sind für uns Zukunftsprognosen zentraler Bestandteil unserer Bestrebungen. Erst vor wenigen Wochen haben wir die ‚Consumer Vision 2030‘ herausgebracht, die auf Basis von Hunderten Experten Zukunftsthemen ableitet. Doch die Zukunft braucht selbstverständlich die Transformation

Leitungsteam

Vom Büro im 2. Bezirk in Wien aus arbeitet die neue Geschäftsführung bei Dentsu Austria an den künftigen Weichenstellungen. Neben CEO Jakob Schönherr sind das Marion Hengel als CCO, Herbert Pratter als COO und Mathias Fanschek im Bereich CxM.

4

jetzt, also bevor der Zug abgefahren ist. Daher bauen wir alles auf Daten, Kreativität und Technologie auf. Wir sind der festen Überzeugung, dass nur das Wissen um den Menschen in seiner Ganzheit, also seinen Motivatoren und Bedürfnissen, perfekte Kommunikation möglich macht. Dafür bauen wir über CCS auf einem einzigartigen Datenmaterial auf und Kreation und Technologie sind in weiterer Folge unsere Enabler.

medianet: Was haben Sie im Jahr 2021 noch vor?

Schönherr: Das Jahr 2021 hat bisher vor allem zu einer konsequenten Fortsetzung des eingeschlagenen Kurses geführt. Mit Ende 2020 hat unser langjähriger CEO die dentsu verlassen und ich bin erst kürzlich als neuer CEO an die Spitze berufen worden. Doch nicht nur meine Person – mit Marion Hengel als CCO für den Commercial-Bereich, Herbert Pratter als COO für Digital und Operations, bzw. Mathias Fanschek im Bereich CxM – agiert jetzt ein Team, welches die dentsu für unsere Kunden in den nächsten Jahren nachhaltig prägen wird. Mit all unseren Mitarbeitern gemeinsam werden wir konsequent den Weg einer zukunftsweisenden Agentur beschreiten.