

••• Von Sascha Harold

Auch heuer hat es die Wiener Agentur Himmelhoch auf den ersten Platz im PR-Agenturen-Ranking geschafft. Was das Geheimnis dieses Dauererfolgs ist und warum PR die Zukunftsdisziplin ist, erklärt Gründerin und Geschäftsführerin Eva Mandl im Interview.

medianet: *Erster Platz in gleich zwei Kategorien heuer, was bedeutet der Erfolg?*

Eva Mandl: Für mein Team und mich ist das wie Weihnachten und Ostern gleichzeitig. Wir sind überglücklich und megastolz. Es ist eine überschwängliche Freude für uns, wenn die Anstrengungen eines ganzen Jahres mit einer der wichtigsten Auszeichnungen in Österreich belohnt werden. Meine Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter und ich sind das ganze Jahr mit Herzblut und Engagement für unsere Kunden da. Die **xpert.awards** sind für uns eine Bestätigung dafür, dass die Performance und die Qualität passen. Ganz wichtig ist für uns, dass wir jedes Jahr besser werden und noch mehr Qualität bieten, die dank ISO 9001-Zertifizierung auch regelmäßig aus externer Sicht bestätigt wird. Gleichzeitig glauben wir, dass das **xpert**-Ranking für potenzielle Auftraggeber auch eine fundierte Entscheidungshilfe bei der Agenturauswahl ist.

medianet: *In der Kategorie PR ist Himmelhoch Seriensieger – was ist das Geheimnis?*

Mandl: Ständige Weiterentwicklung, intrinsische Motivation aller Mitarbeiter, kompromissloser Fokus auf Qualität und wir nutzen alle Facetten der PR. Für uns ist PR viel mehr als nur Medienarbeit und Storytelling. Es geht uns darum, Meinungs-

bildner und Zielgruppen aktiv einzubinden und zu beteiligen. Denn PR spürt nicht nur die neuesten Trends auf, sondern definiert sie auch mit. Authentische Konversationen mit Meinungsbildnern und Dialoggruppen zu kreieren, ist das Herzstück

”

Für uns ist PR viel mehr als nur Medienarbeit und Storytelling.

Eva Mandl
Gründerin und GF
Himmelhoch

“

unseres PR-Verständnisses. Wir wollen uns nicht nur auf den Bereich Earned Media fokussieren, sondern sind überzeugt, dass erfolgreiche PR-Kampagnen *integriert* arbeiten und daher in einem ausbalancierten Mix an Paid-, Earned-, Shared- und Owned-Media zu konzeptionieren sind.

medianet: *Einen besonderen Schwerpunkt legt Himmelhoch seit Längerem auf Nachhaltigkeit; was gibt es hier Neues?*

Mandl: Nachhaltigkeit ist in der PR und für uns nicht mehr wegzudenken. Deshalb haben wir unseren Nachhaltigkeitsschwerpunkt auch 2021 weiter ausgebaut. Unter Nachhaltigkeit in der PR verstehen wir die SDGs, die nachhaltigen Entwicklungsziele, die bis Ende 2030 umgesetzt werden sollen. Dazu zählen Armut und Hunger bekämpfen, Maßnahmen zum Klimaschutz, Gleichstellung der Geschlechter, sauberes Wasser und Energie, Gesundheitsversorgung und

Bildung. Dafür legen wir für unsere Kunden im Nachhaltigkeitsbereich eine übergeordnete PR-Strategie mit Fokus auf nachhaltige, politische und gesamtgesellschaftlich relevante Themen an und entwickeln zum Unternehmen passende PR-Maßnahmen.

medianet: *Auf welche Projekte blicken Sie besonders stolz?*

Mandl: Was uns besonders stolz macht, ist, dass wir im letzten Jahr trotz der vielen Unsicherheiten und kurzfristigen Änderungen der Rahmenbedingungen viele große Projekte umsetzen konnten. Dazu zählen etwa die Präsentation der neuen Kollektion von Palmers in Zusammenarbeit mit Marina Hörmanseder, das 50 Jahre-Jubiläum von Thermomix oder die Zusammenarbeit von MAM Babyartikel und Pure Encapsulations. Darüber hinaus haben wir gemerkt, dass die langjährige vertrauensvolle Zusammenarbeit im letzten Jahr dazu geführt hat, dass viele ihre Etats bei uns ausgebaut haben oder nun auch in anderen Bereichen (Events, Promotion, Social Media) auf eine Zusammenarbeit mit uns setzen. Stellvertretend für viele Projekte setzen wir zum Beispiel bei ‚Österreichs Energie‘ auf in-

tegrierte Kommunikation – von Strategie, über PR und Social Media bis hin zu Events. Sauberer Strom aus Wasser, Wind und Sonne ist die Energieform der Zukunft. Bis 2030 soll die heimische Stromerzeugung daher zu 100 Prozent auf erneuerbare Energiequellen umgestellt werden – eine Jahrhundertaufgabe. Neben Milliarden-Investitionen braucht es dafür die Akzeptanz der Bevölkerung. Ziel der Interessenvertretung der E-Wirtschaft ist es, die Stakeholder zu informieren und öffentliches Verständnis dafür zu schaffen.

medianet: *Welche Trends und Entwicklungen werden die PR-Branche künftig prägen?*

Mandl: Viele. Digitalisierung, Künstliche Intelligenz, Mobilität, Content PR, die Suche nach qualifizierten Arbeitskräften, Influencer-PR. Pressekonferenzen werden weiterhin auch digital oder hybrid stattfinden. Eine gute Online-Positionierung ist unumgänglich, da die Dialoggruppen im Web nach Antworten suchen, sich organisieren und mit Marken interagieren. PR und Content Marketing wachsen noch enger zusammen. Unternehmen werden immer mehr zu einem *Medium* und bieten ihren Dialoggruppen Informationen,



Das Himmelhoch-Team hat auch heuer wieder allen Grund zu feiern.