



© Vorwerk

Der Klassiker

Vor 50 Jahren brachte die Firma Vorwerk erstmals den „Thermomix“ auf den Markt. Himmelhoch betreute das Jubiläum.

Expertise und Unterhaltung. Dabei geht es weniger darum, sich als Unternehmen zu profilieren, sondern einen Content anzubieten, der die Haltung des Unternehmens transportiert. Kooperation mit relevanten Influencern und Opinion Leadern werden in der PR zum Bestandteil der Kommunikationsstrategie. PR-Seeding wird immer wichtiger; dadurch können Unternehmen ihre Botschaften strategisch verbreiten und über einen organischen Linkaufbau vorantreiben.

medianet: Welche Rolle spielt das Employer-Branding dabei?

Mandl: Der Arbeitsmarkt hat sich geändert. Qualifizierte und talentierte Mitarbeiter zu finden wird in allen Branchen immer schwieriger. Mitarbeitersuche wie bisher funktioniert nicht mehr. Was funktioniert, ist das Recruiting durch bestehende Mitarbeiter, die das eigene Unternehmen weiterempfehlen. Und genau hier setzen wir als PR-Agentur an. Wir lassen echte Mitarbeiter auf unterschiedlichen Kanälen ehrliche Geschichten aus ihrem Arbeitsalltag erzählen, zeigen transparente

Karrierewege und eine authentische Unternehmenskultur auf. Die eigenen Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter sind die besten Multiplikatoren und kennen in ihrem Netzwerk genau jene Leute, die zum Unternehmen passen. Und nachdem im letzten Jahr immer mehr Kunden mit Employer Branding-Themen auf uns zugekommen sind, wir erfolgreich Projekte umgesetzt haben, setzen wir heuer einen Schwerpunkt im Bereich Employer Branding.

medianet: Wie ist Himmelhoch bisher ins Jahr 2022 gestartet?

Mandl: Unser Start ist erfreulicherweise sehr gelungen und man merkt, dass aktuell mehr denn je Bedarf an professioneller, umfassender Kommunikation besteht. Seit Jänner haben wir spannende Neukunden gewinnen können. Etwa Österreichs Energie, TIW, ein Verein, der sich mit benachteiligten Jugendlichen beschäftigt, die Versicherungsmakler der WKW, den E-Mobilitäts-Dienstleister Smatrics, die Marktkette Thomas Philipps, das Zentrum für robotische Neuro-Therapie, tech2people, den Verein ProPel-

lets Austria. Das war natürlich nur möglich, weil wir als Team auch immer bereit waren und sind, die Extrameile für unsere Kunden zu gehen. Jeden Tag, den ich bei Himmelhoch verbringen darf, freue ich mich über alle diese wunderbaren Menschen in unserem Team, ohne die wir heute nicht wären, wo wir sind.

medianet: Was möchten Sie mit Himmelhoch in fünf Jahren erreicht haben?

Mandl: Wir wollen auch in fünf Jahren himmelhoch jauchzende Kunden betreuen und weiterhin beim medianet-Ranking gut abschneiden. Die Zukunft hat bereits begonnen. Kommunikation wird immer unser Kerngebiet bleiben. Die Kanäle werden sich

nur noch radikaler wandeln. Dafür brauchen wir laufend neue, zielorientierte, kreative und einzigartige Lösungen für die einzelnen Dialoggruppen. Und deshalb haben wir in fünf Jahren noch mehr Spezialistinnen und Spezialisten mit unterschiedlichsten Branchenkenntnissen, Qualifikationen und Fertigkeiten, klassische PR-, Digital- und Event-Expertinnen und -Experten, innovative und kreative Köpfe. Wir sind überzeugt, dass Public Relations die Zukunftsdisziplin ist und das teilweise immer noch vorhandene Stigma des reinen ‚Clipping-zählens‘ hinter sich lässt. Stattdessen präsentiert sich die PR als selbstbewusste, kreative und integriert arbeitende Disziplin.

xpert.Ranking PR

Rang	Agentur	Basket 1	Basket 2	Basket 3	Gesamtpunkte
1	Himmelhoch	39,00	18,15	39,83	96,98
2	bettertogether	38,00	11,93	36,89	86,82
3	Lifelike PR	37,00	7,38	39,62	84,00
4	Martschin & Partner	35,00	9,00	39,24	83,24
5	P8 Marketing	33,00	8,16	36,80	77,96
6	Reichl und Partner PR	31,00	8,54	35,87	75,40