

# „Sehnsucht nach Momenten der Freude“

Mediplus schafft beim **xpert**.Ranking die Titelverteidigung – Ronald Hochmayer und Bernhard Redl wissen genau, woran das liegt.

... Von Sascha Harold

**D**er österreichische Werbemarkt macht, wie die Wirtschaft insgesamt, keine rosigen Zeiten durch. Vieles ist derzeit im Umbruch, das wissen auch Ronald Hochmayer und Bernhard Redl, die beiden Managing Partner von Mediplus Austria. Bereits zum zweiten Mal in Folge konnte sich die Agentur bei den **xpert**.awards in der Kategorie Media-agenturen ganz vorne durchsetzen. Die beiden Geschäftsführer erläutern im Gespräch, wie sie mit den unsicheren Zeiten umgehen und warum Marketing ohne wirtschaftliches Fundament nutzlos ist.

**medianet:** Den Erfolg aus dem Vorjahr bestätigt – wie fühlt sich das an?

**Ronald Hochmayer:** Ich glaube, dass bei uns allen gerade die Sehnsucht nach Momenten der Freude besonders groß ist. Deshalb macht uns der erste Platz beim **xpert**.award 2022 ganz besonders glücklich und stolz. Und am meisten freuen wir uns für unser Team und unsere vielen neuen Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter, weil das *ihr* Preis und *ihre* Auszeichnung ist. Dass Kunden unsere Arbeit positiv bewerten, ist eine Leistung, die unser Team vollbracht hat.

”

*Was mich seit Jahren begleitet und begeistert, sind die Widersprüche, die wir alle leben und aushalten müssen.*

**Ronald Hochmayer**  
Managing Partner  
Mediplus

“

**medianet:** Was hat Mediplus im letzten Jahr richtig gemacht?

**Bernhard Redl:** Wir haben bei allen Veränderungen immer versucht, das Positive in den Mittelpunkt zu rücken. Den neuen Anforderungen an die Arbeitswelt sind wir mit mehr Flexibilität für die Mitarbeiter begegnet, ohne dass dabei die Bindung zum Unternehmen verloren gegangen ist. Darüber hinaus haben wir neue digitale Arbeitsabläufe und Kommunikationsprozesse etabliert – das reicht vom digitalen Morgenkaffee, über das Arbeiten in cloudbasierten Sharepoint Hubs bis zur vollautomatisierten Rechnungslegung. Es war auch ganz wichtig, dass wir unsere Kundenbeziehungen und unser Leistungsportfolio

auf den Prüfstand gestellt und an die neuen Bedürfnisse und Gegebenheiten angepasst haben. Da ist unglaublich viel passiert im letzten Jahr.

**medianet:** Wie hat sich der Werbemarkt nach dem covid-bedingten Einbruch entwickelt?

**Redl:** Es gab sehr unterschiedliche Signale und Reaktionen unserer Kunden und Medienpartner. Manche sind schneller aus den Startblöcken gekommen und haben versucht, mit Marketingmaßnahmen Marktanteile zu gewinnen, andere waren etwas vorsichtiger. Jede Krise stellt auch bewährte Muster infrage, daher war unsere Bera-

tungsleistung stark nachgefragt. Wir haben im letzten Jahr mehr Workshops, Deep Dives und Inspiration Sessions mit unseren Kunden gemacht als je zuvor.

**medianet:** Hat sich rückblickend durch die Pandemie Grundlegendes geändert?

**Hochmayer:** Man soll mit Superlativen immer vorsichtig umgehen, aber der Umbruch ist in vielen Bereichen wirklich gewaltig. Mobilität, Einkaufsverhalten, Mediennutzungsmuster und auch Werthaltungen haben sich signifikant verschoben. Ich glaube, das beobachtet und spürt auch jeder in seiner eigenen kleinen Welt. Die Erwar-



© Matthias Heschel

Die beiden Mediplus-GF Bernhard Redl (l.) und Ronald Hochmayer.