



vid mehr Zeit. „Wir konnten uns endlich um unsere Website – die es davor ja nie gab – kümmern und uns für die Zeit danach gut aufstellen. Jetzt freuen wir uns über attraktive Neukunden und Jobs, etwa für Münze Österreich, OPEC Fund oder das Beiersdorf Europavorstandsmeeting.“

#### Es geht wieder aufwärts

Dass sich das Promotionsgeschäft im Aufwind befindet, ist quer durch die Branche spürbar. Zwar ist die Unsicherheit in Bezug auf die Pandemie noch nicht ganz weg, eine gewisse Planbarkeit ist aber wieder gegeben. Dem kann auch der Drittplatzierten im heurigen **xpert**. Ranking beipflichten: „Wir merken wieder einen starken Aufschwung im Promotionsbereich. Die letzte Zeit war zwar nicht einfach, aber wir sind nie stehen geblieben, haben uns stets wei-

essierte zu überzeugten Fans werden“, führt Mandl aus. Die Bedeutung von Promotions zeigt sich auch in der Flexibilität und Kreativität, mit der versucht wurde, auch in den letzten beiden Jahren möglichst viele Aktivitäten zu setzen.

Auch bei Ideal Live Marketing war diese Flexibilität ein zentraler Faktor im letzten Jahr. „Natürlich war Covid das beherrschende Thema, das uns aber auch zu Neuerungen gebracht hat. So haben wir unser großes Lindt Goldhasenfest erstmals nicht im Schlosspark Schönbrunn, sondern im Web und so quasi in den Gärten und Wohnzimmern der Österreicher realisiert – und damit reüssiert: 22 Mio. Bruttokontakte, ein PR-Wert von ½ Mio. Euro haben unseren Kunden veranlasst, die heurige Suche analog, aber wiederum auch digital zu beauftragen“, erläutert Geschäftsführer Marcus Wild. Auch für andere Dinge war bei Ideal wegen Co-

”

*Wir merken wieder einen starken Aufschwung im Promotionsbereich.*

**René Nemeth**  
COO Kesch

“

terentwickelt und weitergebildet und freuen uns, jetzt all dies mit unseren Kunden umsetzen zu dürfen“, erzählt Kesch-COO René Nemeth.

#### Online als Ergänzung

Die Pandemie hat dem gesamten Online-Bereich in den letzten Jahren zusätzlichen Auftrieb gegeben. Auch Promotions waren davon betroffen, wenngleich sich nicht alle Konzepte eins zu



Marcus Wild holt mit Ideal Live Marketing den zweiten Platz im **xpert**-Ranking.

eins ins Digitale übertragen lassen. „Auch wenn das Thema Online in den letzten beiden Jahren sehr gehyped wurde, so ist die klassische offline Promotion und Sampling natürlich weiterhin ein altbewährtes Tool, um sein Produkt/Marke der jeweiligen Zielgruppe perfekt präsentieren zu können“, erläutert Nemeth. Deshalb, führt er weiter aus, sei es jetzt umso wichtiger, on- und offline Promotions noch stärker zu verknüpfen.

#### Kombi: PR & Social Media

Dem pflichtet auch Mandl bei: „Vor allem die Unterstützung der Promotion-Aktionen durch Social Media und PR funktioniert sehr gut. Wir können so im in-

dividuellen Zusammenspiel auf unterschiedlichen Ebenen kommunizieren und zielgruppengerecht inszenieren.“ Der Agentur sei es deshalb ein Anliegen, so die Himmelhoch-Geschäftsführerin weiter, die Bereiche kommunikationsübergreifend zu sehen und immer wieder neue unkonventionelle, innovative Wege zu gehen. Wie es im Promotions-Bereich weitergehen wird, hängt auch stark mit dem weiteren Verlauf der Pandemie zusammen. Die Ausgezeichneten der heurigen **xpert.awards** zeigen jedenfalls, dass es auch in schwierigen Zeiten Wege gibt, um erfolgreich zu arbeiten – auch wenn sich natürlich alle mehr Planbarkeit wünschen.

### xpert.Ranking Promotion

Rang	Agentur	Basket 1	Basket 2	Basket 3	Gesamtpunkte
1	Himmelhoch	30,00	27,68	40,00	97,68
2	Ideal Live Marketing	30,00	24,05	40,00	94,05
3	Kesch	30,00	23,63	40,00	93,63
4	Spürsinn	30,00	21,93	40,00	91,93
5	Plus Promotion Sales	30,00	20,77	40,00	90,77
6	Werbehelden	30,00	20,87	37,11	87,98
7	Freudebringer	27,50	19,34	37,47	84,31
8	360 Perspektiven	22,50	16,47	36,61	75,58