

”

Es ist das Gebot der Stunde, dass wir neben der Digitalisierung auch wieder das Persönliche, das Nahe dazuholen, dass man füreinander sorgt.

Herbert Rohrmair-Lewis
CEO Zum goldenen Hirschen

“

die Agentur auch das lokale Geschäft in Österreich sehr gut, rund 20 Kunden werden von 15 Mitarbeiterinnen und Mitarbeitern in Wien betreut.

Sophia Tutsch sieht als Schlüssel zum Erfolg in der DNA der Agentur festgeschrieben: „Ich beschreibe uns gerne als Schweizer Taschenmesser – man kann alle Features nutzen, muss es aber nicht. Das ist die Stärke der Hirschen, die sich auch bei den Etatgewinnen und auf die Spendings niedergeschlagen hat, dass wir eben auf sehr viel Wissen und auf Kolleginnen und Kollegen zugreifen und costumized das Richtige für unsere Kunden schaffen können. Das spiegelt sich auch im Neukundinnen- und Neukundengewinn wider.“

DNA des Unternehmens

Dass die Hirschen in den letzten Jahren trotz der Dauerkrise stark gewachsen sind, beschreibt Hans-Hermann Langguth so: „Ich bin selbst erstaunt, wenn ich an die ersten Wochen im Frühjahr 2020 denke. Da hätte ich das nicht für möglich gehalten. Die konventionellen Einkünfte sind eingebrochen. Wir haben uns erholt, dadurch dass wir Geschäft umgeschichtet haben, das wir viel stärker und schneller digitalisiert haben, als wir es auf normalem Wege gemacht hätten.“

Dadurch sei man tatsächlich in beiden Pandemie Jahren gewachsen, insgesamt ungefähr

um zwölf Prozent. „Die Leute mussten neue Wege gehen, sich umgewöhnen, die hybride Arbeitsweise mussten sie erst lernen, das ist aber in Summe gut gelungen.“

Das dies so gut gelungen sei, läge auch an der DNA des Unternehmens, in der die Vernetzung ein immens wichtiger Punkt sei. Man verstehe sich als unternehmerische Plattform. Der Grad der Freiheit der einzelnen Unternehmungen sei relativ groß. „Und das ist, glaube ich, ein bisschen unser Erfolgsgeheimnis, dass wir den Leuten sehr viel Spielraum lassen, ihr Geschäft zu machen, ihr Geschäft besser zu machen, ihr Geschäft neu zu erleben, zu erkennen und neu zu machen. Die unterschiedlichen Standorte und die unterschiedlichen Units, die wir haben, unterscheiden sich oft sehr stark. Und die Vielfalt der Leute und die Vielfalt dessen, was wir da inzwischen an kommunikativen Leistungen erbringen können, die machen es auch aus“, erklärt Hans-Hermann Langguth.

Agile Teams finden sich und lösen sich auch wieder auf, je nach Anforderung. So lebe man Vielfalt und unternehmerische Freiheit. Zu den geltenden Schlagworten „Schnell. Schlank.

”

Ich beschreibe uns gerne als Schweizer Taschenmesser. Man kann alle Features nutzen, muss es aber nicht. Das ist die Stärke der Hirschen.

Sophia Tutsch
Kreativchefin

“

Schlau und spektakulär sei – der derzeitigen Situation entspringend – auch der Begriff „menschlich“ dazugekommen, und dies sei „das Gebot der Stunde, dass wir neben der Digitalisierung auch wieder das Persönliche, das Nahe dazuholen, dass man füreinander sorgt. Auch wenn es digitale Teams-Konferenzen sind, bleibt man nachher drinnen und fragt: ‚Sag, wie geht es dir eigentlich?‘ und ‚Was sind deine Probleme?‘, was man früher vielleicht am Kaffeeautomaten besprochen hat“, betont Rohrmair-Lewis.

Beispiel. Das wird stilprägend sein. Das merkt man jetzt schon.“

Auch hierzulande ist das Engagement der Hirschen auch politisch. So wurde beispielsweise im Jahr 2018 der EU-Ratsvorsitz kommunikativ begleitet, im Europawahlkampf im Jahr 2019 begleitete man den SPÖ Kandidaten Peter Schieder.

Rohrmair-Lewis dazu: „Wir arbeiten sehr gerne für Menschen, für Themen, die uns interessieren, die wir dann unterstützen mit unserer Kreativität und unseren Einsatz.“



© Screenshot tv.medianet.at
medianet-Herausgeber Chris Radda sprach mit Sophia Tutsch, Herbert Rohrmair-Lewis und Hans-Hermann Langguth von den goldenen Hirschen.

Ob Werbung zur Weiterentwicklung von Gesellschaft und Politik beitragen könne, beantwortet Langguth so: „Das glaube ich schon. Ich würde es nicht auf Werbung reduzieren, sondern vielleicht über Kommunikation sprechen. Gute Kommunikation bringt Fortschritt, im wahrsten Sinne des Wortes. Ich kann das aktuell sehr gut studieren am deutschen Wirtschaftsminister Habeck, der eine völlig ungewohnte Form der offenen Kommunikation für einen Politiker kreiert hat. Offen über Dilemmas spricht, über Schwierigkeiten, über nicht erreichte Ziele. Das wird in Deutschland gefeiert als eine völlig neue Dimension der Kommunikation. Das ist so ein

Normalzustand Krise

In der Dauerkrise, die Normalzustand geworden ist, ließen sich schwer Prognosen treffen, wie sich das Geschäft in der kommenden Zeit des Krieges und der damit einhergehenden Inflation entwickeln werde. Rohrmair-Lewis: „Ich glaube, dass wir das mehr spüren als Corona. Es ist viel schwieriger, etwas zu prognostizieren, und wir müssen alle hoffen, dass das rasch vorbeigeht, vor allem für die Bevölkerung in der Ukraine.“

Den gesamten Agency Log #45 sehen Sie hier: <https://tv.medianet.at/video/agency-log-der-hirschen-weite-sprunge>
Redaktion TV: Andy Marada