

Kreativer, aktueller Content zählt

Himmelhoch setzt auf Kreativität, um Themen aus neuen Perspektiven unkonventionell zu betrachten.



Winterfest Cafetier Berndt Querfeld und Sabine Pilling-Kienzer, Verkaufsleitung Vossen, vor dem Café Landtmann.

... Von Sascha Harold

WIEN. Von der Kommunikationsbranche wird verlangt, ständig nach kreativen, neuartigen Lösungen Ausschau zu halten – eine Aufgabe, der sich die Branche auch gern annimmt. Kreativität ist dabei allerdings kein Selbstzweck, sondern das wichtigste Mittel, um Zielgruppen und Communitys zu erreichen. Das weiß auch Eva Mandl, Gründerin und Geschäftsführerin der Wiener Agentur Himmelhoch, die zuletzt bei den medianet xpert.awards als beste PR- und Promotions-Agentur ausgezeichnet wurde.

Auffallende PR-Aktion

„Die relevanten Communitys erreichen wir nur, wenn wir Botschaften in kreative Geschichten packen. Das gilt für Wohlfühl-Themen genauso wie für Krisenzeiten. Wir verstehen Kreativität nicht als fröhliche Dauerparty, sondern als Fähigkeit, Themen

unkonventionell aus unterschiedlichen Perspektiven zu betrachten“, erläutert Mandl und ergänzt: „Und das so lange, bis wir Wege und Pfade finden, die uns zu Geschichten führen, die uns überraschen und auffallen.“

Ein Beispiel dafür ist die Aktion „Kuscheln statt Heizen“, die Anfang Dezember in Wiener Schanigärten gestartet ist.



Eva Mandl, Gründerin Himmelhoch.

Die Idee: Die Heizschwammerl bleiben kalt, stattdessen setzt Cafetier Berndt Querfeld auf einen New Yorker Trend – die „Cozy Coffee Times“. Wer einen Besuch im Café Landmann, Café Museum oder Landtmann Das Bootshaus macht, wird sehen, dass die Heizschwammerl diese Saison durch Frottee-Mäntel ersetzt sind, die auch bei kühlen Temperaturen zum Verweilen im Freien einladen.

„Wir freuen uns, auf diese Weise unserem Ziel, Energie einzusparen, ein Stück näher zu kommen. Dank der Kooperation mit Vossen ermöglichen wir eine energiesparende, aber wärmende Variante, bei der weiterhin der Komfort und die Gemütlichkeit für jeden Schanigartenbesucher erhalten bleibt. Wir wollen der aktuellen Diskussion zudem auch mit ein wenig Augenzwinkern begegnen“, so Mandl, die das Thema Energiesparen damit auf kreative Art und Weise umsetzt.

AUTHENTIZITÄT

Werteorientierung liegt im Trend

WIEN. Die Wiener PR-Agentur comm:unications – Consulting & Services sieht die steigende Bedeutung von Authentizität als einen Megatrend in der PR. „Gerade in vulnerablen Zeiten steigt das Bedürfnis nach Sicherheit und Orientierung – Werte rücken dabei verstärkt in den Fokus“, so Agenturleiterin Sabine Pöhacker. Der Fachkräftemangel bringe Unternehmen zusätzlich dazu, sich auf ihre Werte zu besinnen.

ESG-konformes Handeln

Verstärkt wird das durch die steigende Bedeutung von ESG-Zielen. Pöhacker: „Banken, Lieferanten und Partner fordern von Unternehmen zunehmend ein ESG-konformes und transparentes Handeln im Hinblick auf Umwelt, Soziales und wertebasierte Unternehmensführung. Diese Herausforderung wird das Business der PR-Agenturen weiter ankurbeln – von der Entwicklung der Unternehmensidentität, über Image-PR bis zum Employer Branding – es gibt viel zu tun.“



Authentisch bleiben

Werteorientierung ist auch in der PR ein Megatrend, weiß Sabine Pöhacker, comm:unications.