

„Wunsch erfüllt“

Die ehemalige Journalistin und Kommunikationsexpertin Nica Seper gründet mit Vibe Vienna eine neue Agentur.

••• Von Sascha Harold

WIEN. Die Kommunikations-expertin Nica Seper hat sich selbstständig gemacht und mit Vibe Vienna eine neue Agentur gegründet. Zu den Kunden zählen bisher die Kurier Romy Gala, die Kaiser Wiesn oder Wiener Diversity Ball.

medianet: Sie haben sich vor Kurzem mit Vibe Vienna selbstständig gemacht – was sind die Hintergründe?

Nica Seper: Ich war selbst viele Jahre Journalistin, unter anderem bei der Fachzeitschrift *Horizont* und dann beim *Seitenblicke Magazin*, wo ich ab 2010 die Ressortleitung für Events innehatte. 2014 habe ich die Seiten gewechselt und war erst bei Chanel als Media-Managerin für Österreich zuständig, dann bei LSK als Senior PR-Consultant, genauso wie zuletzt bei der PR-Agentur BBPR.

Kommunikation hat mich also schon immer begleitet – die Selbstständigkeit war aber tatsächlich ein Feld, das ich viele Jahre tunlichst vermieden habe. Mit der Erfahrung und vielen verschiedenen tollen Projekten kam schließlich auch der Mut.

Denn letztlich war der Wunsch, selbstbestimmt an Projekte heranzugehen und die Vision einer PR-Agentur nach meinen Maßstäben und meinen Wertvorstellungen zu gründen, einfach größer.

medianet: Welche Dinge sind Ihnen im Agenturalltag wichtig?

Seper: Ein Arbeitsumfeld zu schaffen, in dem Wertschätzung und Miteinander großgeschrieben, flache Hierarchien gelebt werden und dennoch ein Maximum an Professionalität, Kreativität und Verlässlichkeit herrscht.



© Mariena König

Nica Seper hat sich 2023 mit der Agentur Vibe Vienna selbstständig gemacht.

medianet: Was waren die Herausforderungen am Beginn?

Seper: Ganz am Anfang war es sicher schwierig, den inneren Schweinehund, der auf Sicherheit baut, zu überwinden und sich ganz einfach zu trauen, die eigene Agentur aus der Taufe zu heben. Es hat sich allerdings schnell abgezeichnet – und das war natürlich ein großes Glück! –, dass Vibe Vienna gleich von Anfang an mit großartigen Kunden starten konnte. Zum Beispiel die Kurier Romy Gala oder das Kurier Branchenfest, der Diversity Ball, die Kaiser Wiesn, das Modelabel Imaatu oder der karitative Verein Tralalobe – sie alle haben ihr Vertrauen von Anfang an in uns gesetzt, dafür bin ich sehr dankbar.

medianet: Wie sehen Ihre Zukunftspläne aus?

Seper: Erst mal ein gutes erstes Agentur-Jahr hinter uns bringen. Mir ist wichtig, beständig und gewissenhaft zu wachsen und unseren Weg kontinuierlich weiterzugehen. Außerdem tüfteln wir gerade an einem spannenden internen Projekt, einer neuen PR-Plattform, die besonders karitative Vereine kostenschonend PR-technisch unterstützen soll. Durch die Arbeit mit dem Diversity Ball oder Tralalobe war mir nämlich schnell klar, wie stark der Bedarf hier ist. Und natürlich ein diverses, buntes Team an PR-Profis zu etablieren, das liebt, was es tut. Nur dann kann auch gute Arbeit geleistet werden.

HOCHBETRIEB

P8 wird zu einer 360-Grad-Agentur

INNSBRUCK/SALZBURG/WIEN. Einiges los ist derzeit bei P8 Marketing. Bereits am Jahresbeginn fusionierte P8 mit Bright IT, einer im D-A-CH-Raum erfolgreichen Digitalagentur. P8-Gründer Georg Hofherr dazu: „Mit der Fusion wurde P8 zu einer 360-Grad-Agentur, die weit mehr als ‚nur‘ PR kann.“ Ein Beispiel dafür ist der Kunde Swarovski Optik, für den Bright IT (vor der Fusion) eine neue Website inkl. integriertem Webshop erstellte. Durch die Fusion mit P8 können solche Projekte mit Expertise aus anderen Bereichen, etwa PR und Online-Marketing, verknüpft werden.

Neue Projekte

Was bei P8 derzeit noch ansteht: Für das Pharmaunternehmen Biolife/Takeda hat die Agentur eine Kampagne entwickelt, die heuer mit dem European Excellence Award als beste Agentur in Österreich und der Schweiz ausgezeichnet wurde. Für die Kunden Doppelmayer und die gemeinnützige Wohnbaugesellschaft GSWB hat P8 kürzlich ebenfalls neue Websites entwickelt.



© P8

Mehr als „nur“ PR

P8-Gründer Georg Hofherr ist in ein aufgabenreiches Jahr gestartet.