

„Das Beste aus dem Budget rausholen“

SlopeLift-Geschäftsführer Konstantin Kasapis über Relevanz, Plattform-Ökonomie, den Run auf Digital und wichtige Zertifikate.



© SlopeLift/Michael Kobler

... Von Petra Stückler

Schon im Gründungsjahr 2014, als die SlopeLift Performance Marketing Media GmbH aus der Blue Summit Österreich hervorging, und Geschäftsführer Konstantin Kasapis mit seinem bewährten Team, darunter Florian Fischer und Richard Maurer, eigene Wege ging, hat man sich auf Search Engine Advertising (SEA) und Search Engine Optimization (SEO) spezialisiert.

Weitere Kernkompetenzen sind Remarketing, Programmatic Advertising, Social Media Advertising, Feed-Optimierung, Shopping Ads, Tracking und Analyse, Content Marketing, Kampagnenplanung, Banner-Produktion und Affiliate Marketing.

Die SlopeLift-Kundenliste liest sich wie das Who's Who österreichischer Großunternehmen.

Geschäftsführer Konstantin Kasapis erzählt im Gespräch mit **medianet**, was der Name SlopeLift eigentlich bedeutet, was er im zweiten Halbjahr 2023 in der Digitalbranche erwartet und, last but not least, was

sein Unternehmen für Kunden tun kann. Wie der Firmennamen entstand, erklärt Kasapis gleich zu Beginn schmunzelnd: „Ich wollte aufgrund meiner Vergangenheit, ich war einmal für Austrian Airlines tätig, einen Luftfahrt-Connex haben. Unser Geschäft ist ein sehr technisches Metier, man steuert auch hier etwas. SlopeLift bedeutet ‚der Aufwind‘, und wir sind als Agentur der Aufwind unter den Flügeln der Kunden, um über die großen Hügel von Facebook, Google und Co entlang zu navigieren.“

Es gibt Niederlassungen in München, Bratislava und eine

Tochter in den USA. So deckt die Digital-Agentur den gesamten D-A-CH- und CEE-Raum mit rund 50 Mitarbeiterinnen und Mitarbeitern ab, wie Kasapis betont, mit der größten SEO-Abteilung innerhalb einer Performance-Agentur Österreichs. Man entwickle derzeit bei SlopeLift auch eigene AI-Lösungen und wolle das Beste für den Kunden haben und die performantesten Lösungen bieten.

Trotz absoluter Tool-Neutralität verschließt sich SlopeLift nicht den neuesten Entwicklungen im Digitalen Marketing und legt auch gerne selbst Hand an.