



© Julie Brass

”

Wenn es stürmisch wird, muss man die Segel so setzen, dass man noch mehr Fahrt aufnimmt.

Bernhard Redl
Managing Partner
Mediaplus

“

Digitalkompetenz ausgezeichnet wurden. Das macht schon sehr stolz! Darüber hinaus haben wir mit Asfinag und dem Roten Kreuz auch zwei Kunden gewonnen, die uns richtig gut zu Gesicht stehen und bei denen die Zusammenarbeit hervorragend ist.

Redl: Wenn ich noch etwas ergänzen darf – es ist mittlerweile fast eine Selbstverständlichkeit, dass wir mit unseren Kunden auch über die Möglichkeiten nachhaltiger Kommunikation sprechen. Unsere Klimaschutzstrategie mit allen Initiativen – vom klimafreundlichen Agen-

turstandort bis zum Green GRP, der als Marktinitiative mittlerweile von immer mehr Kunden nachgefragt wird und Eingang ins unsere Mediapläne findet –, wird mit jedem Jahr breiter und besser.

medianet: Wirtschaftlich ist die Situation aktuell angespannt. Wie gehen Sie damit um?

Redl: Wenn es stürmisch wird, muss man die Segel so setzen, dass man noch mehr Fahrt aufnimmt. Und es ist immer auch eine Chance, die Dinge neu zu denken. Wir haben unser Angebotsportfolio weiterentwickelt, Abläufe neu organisiert und neue Partnerschaften abgeschlossen. Unser Blick ist immer nach vorne gerichtet.

medianet: Welche Weiterentwicklungen des Angebotsportfolios sind das?

Redl: Unser Produktatlas ist mittlerweile sehr ansehnlich. Das reicht von neuen Medienprodukten und -technologien wie einem MP Streaming-Produkt, über eine schnelle KI-basierte Werbemittelabtestung bis zu Gaming und E-Sports-Plattformen, die nur wir in dieser Form ansteuern können. Kunden sind oft überrascht über die vielen Lösungen, die wir ihnen bieten können.

medianet: Welche Innovationen stehen bei Mediaplus heuer an?

Hochmayer: Auch bei uns spielt die Frage ‚Was kann KI für uns und unsere Kundinnen und Kunden leisten?‘ natürlich eine zentrale Rolle. Und die Möglichkeiten sind wirklich atemberaubend. Wir haben mittlerweile im gesamten Spektrum unseres Tuns Anwendungsfelder – von Persona GPT, die unsere Fragen an ei-

nen Vertreter der Zielgruppe im Echtgespräch beantwortet, über NE.R.O AI, die Targetinglösung für die Post-Cookie-Ära, bis zum GreenAd, einer KI-Anwendung, die Ads mit geringerem Datengewicht herstellt. Es ist eine unglaublich spannende Zeit, in der wir leben.

medianet: Abschließend – in welchen Bereichen spielt Künstliche Intelligenz bereits jetzt eine größere Rolle?

Kehr: Bei uns ist KI schon in den Agenturalltag eingezogen. Mit ‚Insights AI‘ haben wir eine hauseigene Applikation, die uns bei Markt- und Zielgruppenanalysen unterstützt. Auch in der Ideenfindung darf KI nicht fehlen und nimmt bei jeder Ideati-

”

Jeder kann irgendetwas besonders gut, aber am allerbesten macht man, was man am allerliebsten tut. Und bei uns ist es, das Neue zu umarmen.

Ronald Hochmayer

“

on Session einen Platz ein. Und NE.R.O AI ist unsere KI-Lösung, die wir schon vor der großen Hysterie entwickelt haben und die nachweislich herausragendes kontextuelles Targeting ermöglicht.

xpert.Ranking Media

Rang	Agentur	Basket 2 Basket 3 Gesamt-			
		Basket 1	Jury	Kunden punkte	
1	Mediaplus Austria	30,00	26,16	39,43	95,59
2	Reichl und Partner Media	30,00	23,05	40,00	93,05