

"Innovative Geschäftsmodelle ersetzen etablierte Weltmarken"

OLN NEWS, MEDIEN, AGENTUREN | 15.04.2021

Rainer Reichl, Gründer und Geschäftsführer der Reichl und Partner Communications Group, im Interview über aktuelle Herausforderungen im Agenturgeschäft, warum man sich als einzige Agenturgruppe Österreichs mit dem Thema "Business Model Innovation" beschäftigt und wie die Agentur der Zukunft aufgestellt sein muss.



Rainer Reichl © Reichl und Partner/Foto Herschi

Rainer Reichl ist Gründer und Geschäftsführer einer der leistungsstärksten Agenturgruppen Österreichs. Die Agentur erhält im Rahmen von Kundenbefragungen über Jahre hinweg Bestnoten und positioniert sich selbst als Agentur für die Zukunft. Wie diese aussehen wird, verrät Rainer Reichl im exklusiven LEADERSNET-Interview.

LEADERSNET: Welche Veränderungen vollziehen sich derzeit im Agenturgeschäft?

Reichl: Unsere Welt ist im Umbruch: Eine intakte Umwelt wird uns plötzlich wichtig, eine Pandemie legt seit über einem Jahr die Weltwirtschaft lahm, die soziale Mittelschicht bricht weltweit weg, nicht zu vergessen sind die technologischen Entwicklungen und hier vor allem die digitale Transformation. Viele Unternehmungen sehen in diesen Entwicklungen eine Gefahr. Wir sehen in diesen Veränderungen große Chancen für unsere Kunden und für uns selbst. Es entstehen neue Bedürfnisse und damit verbunden sind die Unternehmungen gezwungen, ihre bisherigen Geschäftsmodelle zu hinterfragen und zu innovieren und dazu benötigen sie eine kompetente, ganzheitlich denkende Agentur mit hoch spezialisierten Units für alle Bereiche der Marketingkommunikation.

In der Vergangenheit wurden Produkte durch Marken ersetzt, jetzt und in Zukunft ersetzen innovative Geschäftsmodelle etablierte Weltmarken, wie das Beispiel "airbnb" versus "Hilton & Co" oder "uber" versus "Yellow Cabs" (die ehemaligen gelben Taxis in NY) zeigen. Die Agentur für die Zukunft gestaltet nicht nur Werbemittel sondern ist auch an der Entwicklung innovativer Geschäftsmodelle beteiligt.

LEADERSNET: Wie muss sich eine Agentur aufstellen, um überhaupt mit all den neuen Herausforderungen zurechtzukommen? Welche Maßnahmen setzen Sie diesbezüglich?

Reichl: Die Reichl und Partner Communications Group ist für diese Herausforderungen schon jetzt gut gerüstet. Wir setzen seit dem Start im Jahr 1988 auf Ganzheitlichkeit. Heute können wir als einzige Agentur Österreichs für uns beanspruchen, dass wir alle Bereiche der klassischen, digitalen und sozialen Kommunikation unter einem Dach mit einem eigenen Team abdecken. Unsere hoch spezialisierten Units für Business Model Innovation (RUP Future Thinking), Strategie & Kreation (RUP Advertising), digitale Kommunikation & eCommerce (RUP eMarketing), Public Relations (RUP PR), Social Media (SMC) und Eventmarketing (Erlebnismarketing) sind als eigenständige Agenturen oder auch als Fullservice-Agentur verfügbar. Wir passen uns den individuellen Bedürfnissen der Unternehmungen an und werden so zu einer customized agency. Das macht uns zu einem starken Partner für alle unternehmerisch denkenden Menschen.

LEADERSNET: Über welche Personalressourcen muss eigentlich eine Agentur verfügen, "die alles abdecken will"?

Reichl: "Diversity is the Mother of Creativity." Unser Team von 170 Spezialisten und Generalisten ist komplett divers aufgestellt. Wir setzen auf das interdisziplinäre Zusammenspiel von unterschiedlichen Talenten, bei uns arbeiten Strategen, Kreative, UI/UX Designer, Web-Developer, Mediaexperten, PR-Spezialisten, Social Media Profis und Event-Marketer unter einem Dach.

Wir haben bereits vor Jahren begonnen, Wissen im eigenen Unternehmen zu generieren und die RUP Ad Academy ins Leben gerufen. Somit können wir auch dem Wunsch nach Weiterentwicklung unserer Teammitglieder Rechnung tragen und ziehen so auch interessante Talente an.

LEADERSNET: Was muss man tun, damit die Kreativität nicht verloren geht?

Reichl: Kreativität entsteht durch permanente Stimulation: Unternehmen arbeiten mit einer Agentur zusammen, weil man sich durch die Kreativität und Innovationskraft frische Inspiration von einem externen Partner ins Unternehmen holen will. Allein die Tatsache dass unsere Mitarbeiter für Hunderte Unternehmen aus allen möglichen Branchen, sowohl im B2B als auch B2C Bereich, auf nationaler und internationaler Ebene arbeiten und dadurch permanent stimuliert werden, garantiert die kreative Entwicklung jedes Einzelnen. Dazu kommen Coaching Programme im Rahmen der eigenen Ad Academy und ein sehr angenehmes Arbeitsumfeld an unseren Agenturstandorten, die sich sowohl in Wien, Graz und Linz mitten in der City befinden.

LEADERSNET: Können Sie uns einen Ausblick auf das laufende Jahr und die "Agentur für die Zukunft" geben?

Reichl: Unsere Zukunftsaussichten sind sehr optimistisch. Unternehmen suchen nach starken Partnern und den damit verbundenen Ideen und Innovationen. Wir sind leistungsfähiger als jede einzelne Werbeagentur, Mediaagentur, Digitalagentur, PR-Agentur, Social Media Agentur und Eventagentur. Und mit unserem neu gegründeten Think Tank, der "ReichlundPartner Future Thinking" setzen wir noch eines drauf. Als einzige Agenturgruppe Österreichs beschäftigen wir uns mit dem Thema "Business Model Innovation" und stärken so die Wettbewerbsfähigkeit unserer Kunden durch Kreativität und Innovationskraft nachhaltig. Und das sichert auch unsere eigene Daseinsberechtigung. (jw)

www.reichlundpartner.com