



© Alexei Sigalov

Sieger Reichl und Partner ist im Ranking der Fullservice-Agenturen auf Nr. 1. **14**



”

Wir sehen in unseren Mitarbeiterinnen und Mitarbeitern echte Mitgestalter des Unternehmens.

Rainer Reichl
Gründer und GF
Reichl und Partner

“

Reichl und Partner holen Platz eins

Reichl und Partner setzen sich in den **xpert.**Rankings der Fullservice-Kommunikationsagenturen heuer durch.

••• Von Sascha Harold

Das Rennen bei den Fullservice-Kommunikationsagenturen ist gelaufen. An die Spitze kann sich in den Rankings heuer Reichl und Partner mit klarem Abstand

vor Scholz & Friends und Heimat Wien durchsetzen. Trotz wirtschaftlich herausfordernden Zeiten hat die Fullservice-Agentur im Vorjahr mit einigen Werbekampagnen für Aufsehen gesorgt. **medianet** hat mit Agenturgründer Rainer Reichl und Matthias Reichl, Geschäftsfüh-

rer Reichl und Partner Digital und Reichl und Partner Future Thinking und stellvertretender CEO der gesamten Agenturgruppe, darüber gesprochen, was die Herausforderungen für Fullservice-Agenturen heute sind und welche Themen die Branche in Zukunft bestimmen werden.

medianet: *Herr Reichl, wie schwierig ist es heute, eine echte Fullservice-Agentur zu sein?*
Rainer Reichl: Für uns bedeutet ‚Fullservice‘, dass wir über eigene Teams in den Bereichen der analogen, digitalen, sozialen und live erlebbaren Kommunikation verfügen. Denn der

zunehmende Wettbewerbsdruck und auch die Herausforderungen der Gegenwart veranlassen viele Marketer, wieder mehr auf strategische und innovative Kreativität zu setzen. Das kommt uns sehr entgegen. Renommiertere Unternehmen suchen ihre Agenturen zunehmend auch im Rahmen von ‚Chemistry Screenings‘, man schaut sich also die Agenturen genau an und vergibt erst einmal kleinere Projekte zum Kennenlernen. Der klassische Pitch verliert zunehmend an Bedeutung. Reichl und Partner steht für kompetente Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter und Kontinuität auf allen Ebenen und das ist zunehmend gefragt.

medianet: *Stichwort Mitarbeiter – wie gelingt es Ihnen, in Zeiten des Fachkräftemangels an gutes Personal zu kommen?*

Rainer Reichl: Wir sehen in unseren Mitarbeiterinnen und Mitarbeitern echte Mitgestalter des Unternehmens. Unsere Vision ist daher, die besten Arbeitsplätze in unserer Branche zu schaffen, indem wir auch auf die kontinuierliche Weiterentwicklung jedes einzelnen achten. Dabei setzen wir bereits beim Agentureintritt auf ein hohes Bildungsniveau und starke Persönlichkeiten, sodass wir dann mit individuellen Weiterbildungsprogrammen für den jeweiligen Aufgabenbereich aufsetzen können. Auf Freelancer verzichten wir komplett. Ebenso verzichten wir weitgehend auf das Homeoffice, dafür sorgen wir für anspruchsvolle Teamarbeit mit tollen Kolleginnen und Kollegen. Das kommt eigentlich gut an. Im Durchschnitt erhalten wir übers Jahr 15 Bewerbungen täglich für die Standorte

in Wien, Linz und Graz. Diese werden gewissenhaft und rasch beantwortet, sodass der Bewerber vom ersten Moment an auch den Speed der Agentur miterleben kann.

medianet: *Was waren 2023 die herausragenden Projekte?*

Matthias Reichl: Eigentlich sollte jedes Projekt sowohl strategisch als auch kreativ herausragend sein. Unser Business Innovation-Ansatz geht davon aus, dass neue Geschäftsmodelle die Grundlage jedes Markenerfolgs sind. Mit MedYouCate.com haben wir eine globale Lernplattform für Chirurginnen und Chirurgen entwickelt, die absolut einzigartig ist und global über alle digitalen, aber



Matthias Reichl ist GF von RUP Digital und RUP Future Thinking.

auch analogen Medien in der medizinischen Fachwelt kommuniziert wird. MedYouCate vernetzt die besten Kliniken der Welt. Die Plattform wurde von Reichl und Partner Digital entwickelt und wird auch von der Agentur betrieben und global beworben.

medianet: *Und welche Neukunden konnten Sie begrüßen?*

Matthias Reichl: Im B2C-Bereich waren das unter anderem die Dadat Bank, Diners Club, Tradersplace oder die Münze Österreich. Im B2B-Bereich konnten wir, um nur einige zu nennen, Andritz, Doka, Keba und Wittmann Battenfeld neu bei uns begrüßen.

medianet: *Beim Thema KI gab es im letzten Jahr weitere Sprünge. Wie beeinflusst das das Tagesgeschäft?*

Matthias Reichl: Für uns ist KI ein wertvolles Werkzeug, das wir im Bereich der Recherche, visuellen Gestaltung, textlichen Gestaltung, Programmierung, Qualitätskontrolle, Mediaplattformen

”

Unser Business Innovation-Ansatz geht davon aus, dass neue Geschäftsmodelle die Grundlage jedes Markenerfolgs sind.

Matthias Reichl
Stv. CEO
Reichl und Partner

“

Rainer Reichl: Digitale Transformation, neue Geschäftsmodelle, Klimakrise, soziale Spaltung sind für viele Unternehmen eine große Herausforderung. Wir sehen uns als Partner zur Stärkung der Wettbewerbsfähigkeit unserer Kunden. Das hat sich herumgesprochen und deshalb dürfen wir uns als Agentur nicht beklagen. Gleichzeitig haben wir unsere Bemühungen verstärkt, qualifizierte Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter für unsere Teams zu gewinnen.

medianet: *Welche Themen werden das heurige Jahr noch bestimmen?*

Rainer Reichl: Der Ausfall der deutschen Konjunkturlokomotive, Streiks, das gesunkene Vertrauen in den Industriestandort Österreich, die digitale Transformation, neue Geschäftsmodelle, Klimakrise, Kaufzurückhaltung und die Aufspaltung der Gesellschaft sind Themen, die einen unmittelbaren Einfluss auf die Geschäftsmodelle und somit auch Kommunikationspolitik unserer Kunden haben. ‚Reduce‘, ‚Refuse‘, ‚Repair‘, ‚Recycle‘,



© Reichl und Partner

Für den ORF ÖÖ hat Reichl und Partner eine ganzheitliche Werbekampagne und Positionierungsstrategie umgesetzt.

”
Wir sind groß genug für komplexe Aufgaben und klein genug für die persönliche und individuelle Betreuung unserer Kunden.

Matthias Reichl

“

„Compliance“, „Nachhaltigkeit“ sind die Themen der Kommunikation, die unsere Kunden beschäftigen. Es gibt also viel zu tun für eine Fullservice-Kommunikationsagentur.

”

„Reduce“, „Refuse“, „Repair“, „Recycle“, „Compliance“, „Nachhaltigkeit“ sind die Themen der Kommunikation, die unsere Kunden beschäftigen.

Rainer Reichl

medianet: Wenn man sich diese Themen ansieht – ist Krisenkommunikation dann heute zentraler denn je?

Matthias Reichl: Es geht um Chancenkommunikation! Konkret geht es um Disruptionen, die neue Chancen eröffnen. So verzeichnen wir gerade bei den B2B-Kunden Zuwachs aus der Recycling-Industrie oder sehen auch, dass Handel und Industrie sich über Themen der Nachhaltigkeit gegenüber Konsumenten besser positionieren wollen. Durch den Wegfall von Fachmedien entwickeln Unternehmen ihre eigenen Informationssysteme. Für unser Team der RUP Digital bedeutet das die Entwicklung von individualisierten Websites und digitalen Bildungsplattformen. Somit entstehen für uns als Agentur komplett neue Kundenzyklen und damit Wachstumschancen.

medianet: Wohin möchte sich Reichl und Partner in den kommenden Jahren hinentwickeln?
 Matthias Reichl: Wir sind groß genug für komplexe Aufgaben und klein genug für die persönliche und individuelle Betreuung unserer Kunden. Reichl und

Partner ist international gesehen ein schwaches Pflänzchen, in Österreich allerdings die leistungsstärkste Fullservice-Kommunikationsagentur. Daher konzentrieren wir uns im B2C-Bereich auf den D-A-CH-Raum, unsere B2B-Kunden begleiten wir international. Wir wollen uns weiterhin zu einem inno-

vativen, kreativen, inspirierenden Impulsgeber und Sparringpartner für Unternehmungen im B2C- und B2B-Bereich entwickeln und alle Erwartungen unserer Kunden übererfüllen. Außerdem wollen wir auch in den nächsten Jahren weiterhin ein anerkannter Ausbilder und Coach für junge Talente sein.

xpert.Ranking Fullservice-Kommunikation

Rang	Agentur	Basket 2 Basket 3 Gesamt-			
		Basket 1	Jury	Kunden punkte	
1	Reichl und Partner	30,0	25,39	39,78	95,17
2	Scholz & Friends	30,0	24,29	39,60	93,89
3	Heimat Wien	30,0	24,02	39,80	93,82
4	kraftwerk	30,0	23,46	39,69	93,15
5	Springer & Jacoby	30,0	21,70	40,00	91,70
6	Zum goldenen Hirschen	30,0	23,06	37,94	91,00
7	&Us	28,0	23,25	39,10	90,35
8	Brokkoli	27,5	24,04	38,52	90,06
9	sery*	30,0	19,14	39,70	88,84
10	McCann	29,0	19,72	40,00	88,72
11	Kotschever Weiss	30,0	16,16	40,00	86,16
12	GGK MullenLowe	30,0	18,53	36,40	84,93
13	FCB Neuwien	29,0	16,06	39,20	84,26
14	Cayenne	30,0	17,18	32,40	79,58
15	saintstephens	19,0	17,06	36,00	72,06