

Im Gespräch Media 1 positioniert sich im Außenauftritt noch klarer als Markenmediaagentur und stellt die Marke ins Zentrum ihres Tuns

„Die Marke ist Teil unserer DNA“

„Wir sorgen dafür, dass die Markenführung auch in der Mediaplanung wirkungsvoll durchgezogen wird“, so die Agenturleiter.

Wien. „Unser erstes Jahr ist gut verlaufen: Wir konnten die Forecasts leicht übererfüllen, neue Kunden gewinnen und haben die Neupositionierung samt neuer Website erfolgreich realisiert“, resümieren Verena Tazimsky und Joachim Krügel, die seit November 2013 die Agenturleitung der Media 1 innehaben, ihr erstes Jahr bei der Demner, Merlicek & Bergmann-Schwesteragentur.

Das definierte Ziel lag im Außenauftritt vor allem in einer Schärfung der Positionierung als Markenmediaagentur. „Die Marke steht im Zentrum des Tuns. Das ist denke ich auch ein fundamentaler Unterschied zu den meisten anderen Agenturen am Markt, denn durch die Nähe zu Demner, Merlicek & Bergmann ist die Marke ein Teil unserer DNA“, erläutert Krügel. Die Wichtigkeit dieser Fokussierung auf die Marke betont Tazimsky: „45.000 Marken wurden laut Focus im letzten Jahr in Österreich beworben. Als Mediaplaner müssen wir dafür sorgen, dass die Markenführung auch in der Mediaplanung wirkungsvoll durchgezogen wird.“

Gemeinsam mit Kreativen

Die Marke erachte man als Kern der erfolgreichen Kommunikation, und nur mit dem Verständnis dafür könne man auch erfolgreich Zielgruppen definieren – und dann



Joachim Krügel und Verena Tazimsky lenken die Geschicke der Media 1.

eben mit den richtig gewählten Kanälen auch erreichen. So wolle man für die Kunden effektive und effiziente Kampagnen planen und fahren. Bestandteil dieses Markenverständnisses ist es auch, von Beginn an gemeinsam mit den Kreativen in einem Boot zu sitzen.

Nicht nur bei Kunden, die man gemeinsam mit der Kreativ-Schwester Demner, Merlicek & Bergmann betreut – 60% der Kunden betreut man gemeinsam mit D,M&B, der

Rest sind eigenständig gewonnene Etats. „Wir verbinden nahtlos Markenpositionierung, Markenführung und Kreation mit der Mediaplanung“, so die beiden Agenturleiter unisono.

Die Umsetzung der Markenpositionierung in den Medien sei der letzte Teil der Markenführung. Um diese Aufgabe sinnvoll erfüllen zu können, müsse der Mediaplaner die Marke und ihre Positionierung verstehen. „Aus Sicht der Media

1 ist die Wahl des Spiels und des passenden Balls entscheidend: Manche scheinen mit einem Rugby-Ei Fußball zu spielen. Mediaplanung ist durch die Fragmentierung der Kanäle ein aufwendiger Prozess geworden, bei dem entscheidend ist, dass Marketing-KPIs das Planungsszenario bestimmen. Dann gelingen flüssige Spielzüge, die mehrheitlich in die Endzone des Spielfelds gelangen – also im Fall der Mediaplanung zur Zielgruppe.“

Neukundengewinne

Eine besondere Rolle kommt der digitalen Infrastruktur zu, innerhalb derer es besonders aufwendig ist, die Marke sichtbar zu machen. Das gelinge aber mit den richtigen Tools und einem guten Gespür für die Wirkungsweise der diversen Devices und Plattformen im Internet.

„Da dürfen wir den GF von Buzz-Value zitieren, der kürzlich festgestellt hat, dass man gar keine Vorstellung davon hat, wie viele Menschen sich Zeit nehmen, die Familie Putz zu kommentieren. Da erreichen wir also sozusagen eine freiwillige Nachspielzeit.“

Dies werde auch vom Markt mit Wohlwollen angenommen: Acht Neukundengewinne verzeichnete die Agentur im Jahr 2014 unter Tazimsky und Krügel. Dazu zählen unter anderem die Etats von

Wiener Wohnen, Niemetz Schwenbomben Heidi Chocolat, Weltbild, Somfy und aktuell im Dezember jener von Sandwich-Spezialist Subway.

Dieser ist derzeit mit 26 Restaurants in Österreich vertreten und plant, diese um 50% zu erhöhen. Unterstützen soll dabei die Media 1, wie Gordon Faehnrich, Head of Marketing D-A-CH Subway, erläutert: „Media 1 hat unsere Marke und die Herausforderungen für uns in Österreich am besten verstanden und daraus überzeugende Lösungswege entwickelt, um auch die Österreicher für Subway zu begeistern.“

Mit Subway erhöht sich die Kundenanzahl bei der Media-Schwester von Demner, Merlicek & Bergmann derzeit auf 42. (hof)

INFO

Verena Tazimsky und Joachim Krügel leiten die Geschicke der Media 1 seit dem Rückzug der langjährigen Geschäftsführerin Christina Schauer im November 2013. Tazimsky, seit mehreren Jahren in führender Position in der Mediaagentur tätig, hat die Agenturleitung im Bereich Client Services/Personal inne. Joachim Krügel verantwortet die Bereiche Development/New Business. Krügel agierte davor für ProSiebenSat.1 Puls 4 und die Gratiszeitung *Heute*. 2010 wechselte er auf Agenturseite und startete als New Business Director bei der Aegis Media Austria.