

Mediaconsulting fort. Durch die zahlreichen Neukundengewinne haben wir die Struktur verändert und neue Managementpositionen geschaffen. New Business und Wachstum sind ein starker Fokus für die künftige Ausrichtung. Aktuell arbeiten wir an zwei großen New Business-Projekten. Wir erwarten uns, wieder lokale Kunden zu gewinnen und unsere Beratungsschiene weiter gut auszubauen.

medianet: Welche Vorteile für Mindshare erwarten Sie sich durch die Strukturänderung und Erweiterung des Management Boards?

Arnold: Wir sind mittlerweile über 80 Mitarbeiter. Damit waren auch neue Strukturen gefragt. Das neue Management kommt aus dem stark digital geprägten Nachwuchs der Agentur und bringt neue Ansätze und moderne Denkweisen mit ein, um Analoges und Digitales zusammenfließen zu lassen, damit auch weiterhin außergewöhnliche Arbeiten zusammen mit einem exzellenten Team mit dem besten Leadership entstehen.

medianet: Es ist das erste Jahr, wo Sie von Beginn an mit dem neuen Managementteam loslegen. Wie ist der Start 2019 gelungen?

Arnold: Sehr erfreulich. Mit 2019 beraten und betreuen wir 14 neue lokale Kunden zu den bestehenden. Wir hoffen, durch weitere New Business-Aktivitäten weitere österreichische Marken für uns zu gewinnen; zwei Projekte laufen diesbezüglich noch.



Media: Top 3 Gesamtwertung

Top-Agenturen Die drei besten Media-agenturen, bezogen auf das kumulierte Ergebnis aus allen Baskets.

1 ranking	Mindshare	Basket 1: 30,00 Pkt.	Basket 2: 24,82 Pkt.	Basket 3: 38,23 Pkt.	93,05 rating points
2 ranking	Reichl und Partner Media	Basket 1: 30,00 Pkt.	Basket 2: 25,89 Pkt.	Basket 3: 36,16 Pkt.	92,05 rating points
3 ranking	Mediaplus Austria	Basket 1: 30,00 Pkt.	Basket 2: 24,66 Pkt.	Basket 3: 35,32 Pkt.	89,98 rating points

Gewichtung

Kumuliertes Ergebnis aus drei Baskets:

„Daten und Fakten“ (30 Pkt. max.), „Leistung: Kreation, Innovation, Strategie“ (30 Pkt. max.) und „Kundenzufriedenheitskoeffizient“ (40 Pkt. max.).

medianet: Das hört sich nach einer sehr positiven Entwicklung an. Wie sehen Sie die allgemeine Situation der Medien und welche Herausforderungen erwarten Sie in der Zukunft für die Branche?

Arnold: Die Medien-Zukunft ist weiterhin von einer hohen Ge-

schwindigkeit gekennzeichnet. Die digitale Transformation und neue Themen wie Voice, Visuality und AI werden unsere Kommunikation und das Einkaufsverhalten noch mehr verändern. Eine viel stärkere Ausprägung in der echten Media-Beratungsleistung halte ich daher für besonders wichtig. Als ideale Grundlage dafür dient uns

Mindshare Loop, unsere innovative Denk- und Arbeitsweise, die durch Smart Data-Management zu besseren Business-Entscheidungen führt.

medianet: Wenn wir von Entscheidungen sprechen, dann gibt es eine Frage, die sich immer mehr Kunden stellen, damit sie die richtige Entscheidung über ihren Mitteleinsatz treffen können.

Es ist die Frage über den richtigen Mix beim Mitteleinsatz zwischen linearem- und online TV. Wie wichtig ist das online TV-Angebot im Vergleich zum linearen Fernsehen?

Arnold: Für einen effizienten Markenaufbau und Steigerung der Awareness behält TV weiterhin seinen starken Stellenwert im Mediamix. Je nach Strategie und Zielsetzungen der Kampagnen wird der Anteil unterschiedlich groß sein.

Durch die Transformation nutzen wir die Möglichkeiten der direkt beeinflussbaren Kommunikation wie Addressable TV. Die Verlängerung von TV-Kampagnen in Bewegtbild und TV-Theken gewinnt weiter an Bedeutung und wird fixer Bestandteil einer Bewegtbildstrategie sein. Bei älteren Zielgruppen ist Fernsehen immer noch das beliebteste Bewegtbild.

Im jüngeren Segment sind es immerhin noch 70 Prozent lineare Nutzung, der Rest entfällt schon auf Netflix, YouTube, Amazon Prime und Co. Die Weiterentwicklung des nationalen online TV-Angebots halte ich für sehr wichtig, um sich gegen die internationalen Subscription Video on Demand-Dienste durchzusetzen.



Leopold Gröbl, Managing Director Client Leadership, Sabine Auer-Germann, COO, Ursula Arnold, CEO, Christoph Truppe, Managing Director Digital Performance, und Niklas Wiesauer, Managing Director Innovation & Strategy (v.l.).

xpert.Ranking Media

Rang	Agentur	Basket 1	Basket 2	Basket 3	Rating
1	Mindshare	30,00	24,82	38,23	93,05
2	Reichl und Partner Media	30,00	25,89	36,16	92,05
3	Mediaplus Austria	30,00	24,66	35,32	89,98
4	Havas Media	30,00	19,02	39,20	88,22
5	Wavemaker	30,00	20,71	33,83	84,55
6	Pulpmedia	30,00	16,94	35,20	82,14
7	e-dialog	27,00	15,74	34,40	77,14
8	PHD Mediaagentur	19,00	17,78	37,00	73,78