

”

Unsere Mitarbeiter kommen aus unterschiedlichen Branchen. Es ist unser USP und uns sehr wichtig, dass wir verschiedene Facetten vereinen, denn das macht uns stark.

Hans-Georg Mayer
CEO Milestones
in Communication

“



”

Was Kunden an uns schätzen, ist, dass wir uns nicht sklavisch an ihre Vorstellungen und Wünsche halten. Das führt oft zu Diskussionen, im Nachhinein ist es jedoch immer besser so.

Werner Beninger
CEO Milestones
in Communication

“

beobachtung und Cleantech. Der von Milestones entwickelte Webmonitor extrahiert Daten aus mehr als 400 Mio. Online-Quellen. Cleantech beschreibt den Einsatz von neuen, sauberen Technologien, um eine Produktivitätssteigerung trotz Emissionsreduktion zu erreichen. Sie gilt als eine neue Art des Wirtschaftens.

Das Wiener Flair

Während des Treffens in Wien wurde den Gästen neben Workshops und Meetings auch ein Programm mit den Wien-Klassikern geboten: eine Fahrt in einem alten Straßenbahnwaggon, Weinverkostung und Abendessen beim Heurigen in Grinzing sowie eine Fahrt im Riesenrad. „Diese Treffen sind auch immer dafür da, damit die Partner gegenseitig etwas voneinander lernen können. Wir Österreicher können Social Media-technisch noch ein, zwei Dinge dazulernen. Umgekehrt haben wir einen großen Schwerpunkt im Krisen-PR-Bereich, der bei anderen Ländern nicht so ausgeprägt ist“, so Beninger.

Sollte eine internationale Krise ausbrechen, könne Milestones in Communication sehr schnell und effizient handeln. Besonders bei Produktrückholungen von international verkauften Lebensmitteln sei dies ein großer Vorteil. „Wir haben in einem solchen Fall das gesamte Netzwerk in 15 Minuten versam-

melt – und zwar auch außerhalb der Bürozeiten“, sagt Mayer.

Gegen den Strom schwimmen

„Was Kunden wirklich an uns schätzen, ist, dass wir uns als ihre PR-Berater nicht sklavisch an ihre Vorstellungen und Wünsche halten. Wenn wir eine Idee von ihnen als sinnlos empfinden, setzen wir die nicht um. Das führt oft zu Diskussionen, im Nachhinein ist es jedoch immer besser so, denn wir sind ja dafür da, sie zu unterstützen“, sagt Beninger. Mithilfe des PR-Network deckt Milestones mit seinen Partnern nicht nur ganz Europa ab, sondern kann Kun-

den bei Bedarf auch Märkte in Indien, USA, Kanada, China, Thailand oder Südafrika erschließen. „Damit bieten wir unseren Kunden einen internationalen ‚Alles aus einer Hand‘-Service in Sachen PR“, betont Beninger.

Stark durch das Team

Die verschiedenen Zugänge spiegeln sich auch in der Teamzusammensetzung wider: „Unsere Mitarbeiter kommen aus unterschiedlichen Branchen. Es ist unser USP und uns sehr wichtig, dass wir verschiedene Facetten vereinen, denn das macht uns stark“, sagt Mayer. Von der Al-

tersstruktur her setze die Agentur auf einen Mix aus branchenfrischen Talenten sowie Senior Consultants.

„Wir finden es spannend, was wir alles von den Jüngeren lernen können. Gleichzeitig haben wir unsere erfahrene Stammmannschaft“, sagt Beninger. Durch das Netzwerk habe die österreichische Agentur viele Anknüpfungspunkte mit anderen Ländern. „Eine Kollegin, die Spanisch studiert hat, wollte die Sprache besser lernen. Ein Anruf bei der Agentur in Madrid und sie ist unten gesessen“, erzählen die Geschäftsführer von Milestones in Communication.



© Milestones in Communication (2)

Exkursion

Im Rahmen des PRN-Treffens in Wien wurden die Gäste durch die besondere Immobilie „Börseplatz 1“ geführt; auch ein Meet & Greet mit dem Investor war möglich.