

Mindshare macht Sprung nach vorn

Mindshare rückt in den focus.xpert-Rankings der Media-Agenturen auf den zweiten Platz vor.

••• Von Sascha Harold

WIEN. Mit Mindshare gibt es heuer einen neuen Zweiten in den focus.xpert-Rankings. medianet hat mit der langjährigen Geschäftsführerin Ursula Arnold über die Gründe des Erfolgs gesprochen.

medianet: Mindshare hat heuer in den Focus-Rankings einen Satz nach vorne gemacht und sich den zweiten Platz gesichert.

”

Wir durften 14 Awards bei den wichtigsten Werbe-preisen für unsere Kunden und Projekte entgegennehmen.

Ursula Arnold
CEO Mindshare

“

Was ist im letzten Jahr so gut gelaufen?

Ursula Arnold: Wir freuen uns sehr über das großartige Ergebnis und Platz zwei im Ranking.

Wir haben gemeinsam mit unserem Team mehrere Neukunden gewonnen und auch unser Bestandsgeschäft mit unseren Kunden weiterentwickelt, und das hat diesen Schritt nach vorne möglich gemacht. Gleichzeitig haben wir intensiv an unseren Prozessen gearbeitet sowie neue Tools & Systeme implementiert, um die Qualität



© Nuno Filipe Oliveira

und Effizienz unserer Arbeit für unsere Kunden und unser Team zu verbessern – ganz im Sinne unserer Unternehmensvision Good Growth.

medianet: Mit MediaMarkt hat Mindshare im letzten Jahr einen gewichtigen Neukunden gewonnen. Was waren die ausschlaggebenden Gründe für den erfolgreichen Pitch?

Arnold: MediaMarkt war sicher der größte Neukundenzuwachs und ein gemeinsamer Erfolg mit unseren Kolleginnen und Kolle-

Konstant

Ursula Arnold ist bereits seit 2003 Teil von Mindshare und seit 2009 Mitglied der Geschäftsführung. Im November 2018 übernahm sie die Rolle des CEO.

gen in der Gruppe. MediaMarkt ist performanceorientiert, und genau in diesem Bereich konnten wir, auch aufgrund unserer Handels-Erfahrung, überzeugen. Abseits von Performance Marketing wird das Thema Mar-

kenaufbau & Weiterentwicklung für den Handel immer wichtiger, um sich zu differenzieren. Diese Kombination ist für uns als Agentur besonders spannend. So konnten wir mit H&M einen weiteren Neukunden bei uns begrüßen. Gewachsen sind wir insbesondere über die Performance-Kanäle auch mit unserem Kunden Woom.

Arnold: Auf welche anderen Highlights blicken Sie 2023 zurück?

Arnold: Auf ein weiteres, sehr intensives Pitchjahr und große Erfolge. Wir konnten zu Beginn des Jahres den Rewe-Etat verteidigen und im Herbst Ferrero wieder zurückgewinnen. Wir durften 14 Awards bei den wichtigsten Werbepreisen für unsere Kunden und Projekte entgegennehmen, darunter der Effie in Gold für willhaben.at, IAB Gold für Best ROI-Performance Campaign für oekostrom AG sowie den Preis für das Nachwuchstalent des Jahres.

medianet: Welche Rolle spielt die Einbettung in das GroupM-Netzwerk?

Arnold: Wir arbeiten in Österreich seit vielen Jahren sehr partnerschaftlich und erfolgreich eingebettet in unserem GroupM-Netzwerk. Die Bedeutung der lokalen Zusammenarbeit wird zunehmend wichtig, da wir mit unserem gesamten Service-Angebot bei Pitches antreten. Die Digital Performance Units sind bei GroupM angesiedelt und komplettieren unser Angebot. Auch die Zusammenarbeit mit GroupM Deutschland und innerhalb unserem Länderverbund Österreich-Schweiz bauen wir weiter aus.