



© Reichl und Partner (2)

**Team**

Sabine Abt und Karina Jäger (beide Agenturleitung), Raffaella Hinterreiter (Leitung Onlineteam).

# Die klassische Agentur ist überholt

Von Linz aus nimmt Reichl und Partner das Thema „Customized Agency“ in Angriff; Wien ist Kreativ-Zentrum.

••• Von Michael Fiala

WIEN/LINZ. „Das Konzept der klassischen Mediaagentur ist längst überholt“, sagt Agenturchef Rainer Reichl gegenüber medianet und spricht damit aus, was sich viele bereits denken. Die Mediaagentur der Zukunft denkt *ganzheitlich*. Sie plant alle klassischen und digitalen Medien aus einer Hand. Bei Reichl und Partner arbeiten mittlerweile 170 fix angestellte Mitarbeiter an diesem Ziel. „Wir profitieren als kleine, wendige Mediaagentur von der Trägheit so mancher supergroßen, internationalen Mediaagentur“, sagen auch Karina Jäger und Sabine Abt, die die Mediaagentur leiten. Das Online Media-Team wird von Raffaella Hinterreiter geleitet; die studierte Wirtschaftswissenschaftlerin gilt als engagierte und erfahrene Online-Expertin.

2017 konnte die Agentur bruto mehr als zehn Prozent Wachstum verzeichnen, „netto sind es sogar mehr, weil die inhabergeführte Agentur nicht – wie viele internationale Agenturen – nur vermeintlich gute Konditionen verkauft, sondern den Kunden auch echte Leistung und handfesten Service bietet“, so Reichl.



Rainer Reichl: „Modell klassischer Mediaagenturen ist überholt.“

Denn die Zeit seit laut Reichl vorbei, in der Auftraggeber nur noch die oberflächlich betrachtet billigste Kondition suchen und sich von den großartigen Tools der Agenturen blenden lassen. „Unser größtes Wachstumssegment ist der klassische Handel, gefolgt von internationalen eCommerce-Anbietern und Markenartiklern. Planungsqualität und die persönliche Betreuung durch ein stabiles Team sind enorm wichtig geworden. Vor allem deutsche Unternehmen und Marken haben begonnen, ihre Mediaagenturen neu zu organisieren, und so kommt es, dass in Deutschland wieder nationale Agenturen zum Zug kommen. Diese Unternehmen suchen dann auch eine nationale Mediaagentur in Österreich und anderen Ländern. Wir profitieren von diesem Trend“, so Reichl.

Das ist auch der Grund, warum sich Reichl entschieden hat,

das Thema „Customized Agency“ von Linz aus anzugehen und im Juni 2017 eine Agentur auf 2.500 m<sup>2</sup> Fläche zu eröffnen, die digitale und analoge Medien aus einem Guss gestaltet und plant und zudem weltweit mit Gleichgesinnten vernetzt ist.

„Linz ist als Standort perfekt. Hier sind wir mitten in Österreich und gleichzeitig nahe an Deutschland. Linz ist zudem UNESCO City of media arts. Hier finden wir auch die Mitarbeiter für alle digitalen Themen auf Universitätsniveau sowie gut ausgebildete Marketing-Absolventen“, erzählt Reichl. Wien wird dagegen zunehmend das „Center of Creativity“ und bildet die Basis für die Betreuung der Kunden in Ostösterreich und Zentraleuropa. Beide Standorte arbeiten zudem eng zusammen.

**Beteiligung am (Miss-)Erfolg**

Die Mediaagentur der Zukunft arbeitet ganzheitlich, sie beteiligt sich am Erfolg *und* Misserfolg ihrer Auftraggeber und wird bei Start-ups auch schon mal zum partnerschaftlichen Mitunternehmer. „Nur ihre Kompetenz gibt ihr die Berechtigung zum Überleben. Arroganz wird durch Partnerschaft ersetzt. Blenden durch das Beweisen von Fakten. Alles Punkte, die für Reichl und Partner Media schon immer gegolten haben“, so Reichl abschließend.