


# Blühende Kommunikationsdisziplin

Wie im Vorjahr wird das **BESTSELLER-PR-AGENTUR-RANKING** von den großen vier der heimischen PR-Agentur-Szene angeführt. Gravierende Veränderungen gegenüber dem Vorjahresranking gibt es erst ab Rang fünf.

TEXT MAXIMILIAN MONDEL, KARIN STROBL, ALBERT SACHS, THOMAS LOSER

ILLUSTRATIONEN ANJA MORITZ

**E**ine Fortschreibung des für die meisten PR-Agenturen erfolgreichen Jahres 2004 war das Jahr 2005 für die heimische PR-Branche. Addiert man die gemeldeten Nettohonorarumsätze der Top-ten-gereihten PR-Agenturen im BESTSELLER-PR-Agentur-Ranking 2005 und vergleicht die Summe mit jener des Vorjahres, wird eine leichte Steigerung von 39,78 Millionen Euro auf 40,44 Millionen Euro ersichtlich. Nimmt man die Performance der Top-ten als Gradmesser, dann konnte die PR-Agentur-Szene in Österreich im Jahr 2005 im Vergleich zum Jahr davor also leicht zulegen.

An der Spitze, konkret unter den Top-four, ist alles beim Alten geblieben: Erneut führt Pléon Publico die Liste der honorarumsatzstärksten PR-Agenturen des Landes vor HoeheggerlCom, Trimedia Communications und Ecker & Partner an. Überraschend auf Rang fünf findet sich „Neueinsteiger“ Create Connections von David Ungar-Klein, der seit zweieinhalb Jahren am Markt ist und zum ersten Mal am BESTSELLER-PR-Agentur-Ranking teilnimmt. Auf den Rängen sechs bis neun finden sich dann wieder „alte Bekannte“ wie Menedetter PR, ikp, The Skills Group und communication matters/Esprit. Erstmals den Sprung unter die Top-ten geschafft hat die Agentur Accedo Communications. Lesen Sie auf den nachfolgenden Seiten ausführliche Statements der Chefs der Top-15-Agenturen zum PR-Jahr 2005. 



Das BESTSELLER-PR-Agentur-Ranking 2005

Rang 2005	Rang 2004	Agentur	Honorarumsatz 2005 in Mio. Euro			Veränderung in %	Mitarbeiter fixe/freie	Kunden	Geschäftsfelder									
			Honorarumsatz 2005	Honorarumsatz 2004	Veränderung				Corporate-PR	Medienkooperationen	Beratung	Lobbying	Public Affairs	Corporate Publishing	Veranstaltungen	Finanz-PR	Sonstiges	CMS
1	1	<b>Pléon Publico</b>	<b>11,22</b>	10,56	<b>+6,25</b>	55/0	70	40	0	0	1	0	0	0	20	40 <sup>1</sup>		
2	2	<b>Hohegger Com</b>	<b>9,59</b>	9,12	<b>+5,16</b>	60/7	42	25	5	5	20	15	5	10	10	5 <sup>2</sup>		
3	3	<b>Trimedia Communications</b>	<b>6,72</b>	6,05	<b>+11,08</b>	40/0	50	30	5	5	15	15	5	5	10	10 <sup>3</sup> •		
4	4	<b>Ecker &amp; Partner</b>	<b>3,75<sup>a</sup></b>	4,23	<b>-11,34</b>	33/5	63	35	5	5	30	10	5	10	0	0		
5	n.g.	<b>Create Connections</b>	<b>2,14</b>	n.g.	<b>k.v.</b>	6/1	k.A.	40	0	10	35	5	0	10	0	0		
6	5	<b>Menedetter PR</b>	<b>1,64</b>	1,61	<b>+1,87</b>	12/0	25	30	0	15	0	10	10	15	10 <sup>5</sup> •			
7	6	<b>ikp</b>	<b>1,56</b>	1,39	<b>+12,24</b>	14/3	35	25	25	5	10	10	15	10	0	0 •		

© BESTSELLER/HORIZONT, Manstein Zeitschriften Verlag 2006

**01 PLÉON PUBLICO**  
PUBLIC RELATIONS GMBH

<sup>1)</sup> Sonstige Geschäftsfelder: 20 % Lobbying und Public Affairs, 10 % Change Communications, 10 % Kommunikatives Risk Management

URL www.pleon-publico.at

E-MAIL office@pleon-publico.at

**INTERNATIONALE NETWORKANBINDUNG** Pléon Beteiligungsverhältnisse 70 % Pléon Partners GmbH, 30 % Management Beteiligung unter Führung von Mag. Markus Schindler & Partner

**GESCHÄFTSFÜHRUNG** Mag. Markus Schindler, Mag. Claudia Müller-Stralz, Dr. Harald Mahrer

**NEUKUNDEN IM JAHR 2005** Superfund, Vinzenz Gruppe, NÖGUS, Adeg, Comnet, TIWAG, ÖVAG, IWO, Logitech, mii Marcus Izmir, Malik Managementzentrum St. Gallen u.a.

**UMSATZBESTÄTIGUNG** PricewaterhouseCoopers, Wien

**02 HOHEGGER|COM**

<sup>2)</sup> Sonstige Geschäftsfelder: 5 % Reputation Management

URL www.hohegger.com

E-MAIL office@hohegger.com

**INTERNATIONALE NETWORKANBINDUNG** Burson Marsteller Associate Office

**BETEILIGUNGSVERHÄLTNISSE**

45 % Dr. Peter Hohegger, 45 % Paul Hohegger, 10 % Mag. Dietmar Trummer

**GESCHÄFTSFÜHRUNG** Dr. Peter Hohegger, Mag. Dietmar Trummer, Harald Schiffli

**NEUKUNDEN IM JAHR 2005**

ÖBB-Konzern, Novomatic AG, BEWAG, Visa Europe, Wyeth Lederle Pharma GmbH, HTP AG u.a.

**UMSATZBESTÄTIGUNG**

Lummerstorfer & Richter Steuerberatungs GmbH, Wien

**03 TRIMEDIA COMMUNICATIONS**  
AUSTRIA GMBH

<sup>3)</sup> Sonstige Geschäftsfelder: 10 % Risiko- und Krisenkommunikation

URL www.trimedia.at

E-MAIL welcome@trimedia.at

**INTERNATIONALE NETWORKANBINDUNG**

Trimedia International AG Zürich; Huntsworth plc., London

**BETEILIGUNGSVERHÄLTNISSE**

91,5 % Trimedia International AG, Zürich,

8,5 % CMC AG, Zürich

**GESCHÄFTSFÜHRUNG**

Mag. Sepp Tschernutter, Mag. Sigrid Krupica,

Mag. Bernhard Hudik

**NEUKUNDEN IM JAHR 2005** ORS, Bau Massiv, Harley Davidson, Rat für Forschung und Technologieentwicklung,

Forum Rohstoffe, Palfinger, Manner, Teekanne

**UMSATZBESTÄTIGUNG**

Heller Consult Tax and Business Solutions GmbH, Wien

**04 ECKER & PARTNER ÖFFENTLICHKEITS-ARBEIT UND LOBBYING GMBH**

<sup>4)</sup> Im Nettohonorarumsatz 2005 sind die Hirschmann & Ecker GmbH und Ecker & Partner Europainformations-agentur KEG nicht enthalten

URL www.eup.at

E-MAIL office@eup.at

**INTERNATIONALE NETWORKANBINDUNG**

Hill & Knowlton Inc.

**BETEILIGUNGSVERHÄLTNISSE**

100 % Mag. Dietmar Ecker

**GESCHÄFTSFÜHRUNG**

Mag. Dietmar Ecker

**NEUKUNDEN IM JAHR 2005**

BAWAG, Danfoss, Western Union, BMC Software, Wiener Stadthalle, ARA, Wien Holding, P.S.K.Versicherung, Intermarketbank u.a.

**UMSATZBESTÄTIGUNG** Casapicola & Gross, Wien

**05 CREATE CONNECTIONS**  
NETWORKING & LOBBYING GMBH

URL www.create-connections.com

E-MAIL office@create-connections.com

**BETEILIGUNGSVERHÄLTNISSE**

100 % David Ungar-Klein

**GESCHÄFTSFÜHRUNG** David Ungar-Klein

**UMSATZBESTÄTIGUNG**

Allaudit Buchprüfungs- und SteuerberatungsgmbH, Wien

**06 MENEDETTTER PR GMBH**

<sup>5)</sup> Sonstige Geschäftsfelder: 10 % Issue PR

URL www.menedetter-pr.at

E-MAIL office@menedetter-pr.at

**INTERNATIONALE NETWORKANBINDUNG** Ketchum

**BETEILIGUNGSVERHÄLTNISSE**

50 % Familie Mühlbauer, 50 % Familie Lenhardt

**GESCHÄFTSFÜHRUNG** Mag. Brigitte Mühlbauer,

Mag. Christian Lenhardt

**NEUKUNDEN IM JAHR 2005**

Hauptverband der österreichischen Sozialversicherungsträger (e-card), VBV Pensionskasse, Esterházy Betriebe und Stiftungen, Brau Union u.a.

**UMSATZBESTÄTIGUNG** STB Buchhaltungs- und Unternehmensberatungs GmbH, Gerasdorf

**07 IKP – KOMMUNIKATIONSPLANUNG UND ÖFFENTLICHKEITSARBEIT GMBH**

URL www.ikp.at E-MAIL wien@ikp.at

**INTERNATIONALE NETWORKANBINDUNG**

Porter Novelli

**BETEILIGUNGSVERHÄLTNISSE** 50 % Dr. Peter

Hörschinger, 50 % Dr. Andreas Windischbauer

**GESCHÄFTSFÜHRUNG** Dr. Peter Hörschinger,

Dr. Andreas Windischbauer

**NEUKUNDEN IM JAHR 2005** JP Morgan, SEG Immo AG,

SEG GmbH, Platzer & Partner, La Redoute, Expedia.at, Alk

Abello, Home Shopping Europe u.a.

**UMSATZBESTÄTIGUNG** Dr. Beisteiner Wirt-

schaftstreuhand-SteuerberatungsgmbH, Salzburg



## Das BESTSELLER-PR-Agentur-Ranking 2005

Rang 2005	Rang 2004	Agentur	Honorarumsatz 2005 in Mio. Euro		Veränderung in %	Mitarbeiter fixe/freie	Kunden	Geschäftsfelder									
			Honorarumsatz 2005	Honorarumsatz 2004				Corporate-PR	Medienkooperationen	Beratung	Lobbying	Public Affairs	Corporate Publishing	Veranstaltungen	Finanz-PR	Sonstiges	CMS
8	6	<b>The Skills Group</b>	1,45	1,39	+4,32	13/0	20	20	2	20	15	20	15	8	0	0	•
9	10	<b>communication matters &amp; Esprit<sup>6</sup></b>	1,27	1,03	+23,31	16/1 <sup>7</sup>	32	20	5	25	10	5	10	15	0	10 <sup>8</sup>	•
10	12	<b>Accedo Austria</b>	1,10	0,94	+17,03	11/2	26	50	0	0	50	0	0	0	0	0	
11	14	<b>Dr. Viktor Bauer</b>	1,07	0,74	+44,60	5/1	11	80	0	0	0	0	0	0	0	20 <sup>9</sup>	
12	11	<b>com_unit</b>	1,06	1,02	+3,93	10/2	10	20	15	5	10	15	10	15	0	10 <sup>10</sup>	•
13	13	<b>Currycom</b>	0,94	0,84	+11,91	9/20 <sup>11</sup>	16	30	10	5	5	5	25	20	0	0	
14	8	<b>Svoboda PR &amp; Consulting</b>	0,86	1,11	-22,52	2/1	7	50	5	0	10	25	0	10	0	0	

© BESTSELLER/HORIZONT, Manstein Zeitschriften Verlag 2006

**08 THE SKILLS GROUP**

URL www.skills.at E-MAIL office@skills.at

**INTERNATIONALE NETWORKANBINDUNG**

In allen EU-Staaten inkl. Beitrittsländern, Schweiz, USA, Kanada, Asien/Pazifik

**BETEILIGUNGSVERHÄLTNISSE**

25 % Dkfm. Renate Skoff, 25 % Dr. Paul M. Sills, 16,67 % Stefan Bachleitner, 16,67 % Jürgen H. Gangoly, 16,67 % Edward Strasser

**GESCHÄFTSFÜHRUNG** Dkfm. Renate Skoff, Edward Strasser**NEUKUNDEN IM JAHR 2005**

redmail, Accenture, Arbeiterkammer Wien

**UMSATZBESTÄTIGUNG**

Wirtschaftstreuhand Gesa Bernd Dickinger, Wien

**09 ARBEITSGEMEINSCHAFT COMMUNICATION MATTERS & ESPRIT**<sup>6</sup> communication matters ist seit Mai 2003 eine Arbeitsgemeinschaft mit Esprit eingegangen, unter der sie auch bei Wettbewerbspräsentationen antritt und in der Kundenbetreuung tätig ist<sup>7</sup> Gesamtmitarbeiterzahl der ARGE<sup>8</sup> Sonstige Geschäftsfelder: Krisenkommunikation, Bürgerbeteiligung, BürgerInnenkonferenz, Mediation**COMMUNICATION MATTERS**

URL www.communicationmatters.at

E-MAIL office@comma.at

**INTERNATIONALE NETWORKANBINDUNG**

ECCO International Public Relations Ltd.

**BETEILIGUNGSVERHÄLTNISSE**

je 50 % Christian Kollmann, Mag. Peter Menasse

**GESCHÄFTSFÜHRUNG**

Christian Kollmann, Mag. Peter Menasse

**MITARBEITER** 12 Fixe, 1 Freier**KUNDEN** 21**NEUKUNDEN IM JAHR 2005** Österreichische Forschungsförderungsgesellschaft, Österreichischer Generikaverband, Österreichische Post AG (Geschäftsfeld: KEP), tipp 3, Yesss! Telekommunikation GmbH u.a.**ESPRIT PR**

URL www.esprit-pr.at

E-MAIL esprit@esprit-pr.at

**BETEILIGUNGSVERHÄLTNISSE**

100 % Stefan B. Szalachy

**GESCHÄFTSFÜHRUNG**

Stefan B. Szalachy

**MITARBEITER** 4 Fixe**KUNDEN** 11**NEUKUNDEN IM JAHR 2005** Schnauer Energie-, Solar- und Umwelttechnik, DI Tonhauser GmbH**UMSATZBESTÄTIGUNG**

Wirtschaftstreuhand ATP Andreas Krejca, Wien

**10 ACCEDO AUSTRIA GESMBH**

URL www.accedo.cc

E-MAIL vienna@accedo.cc

**BETEILIGUNGSVERHÄLTNISSE**

50 % Mag. Christoph Edelmann, 50 % Dr. Reinhold Frasl

**GESCHÄFTSFÜHRUNG**

Mag. Christoph Edelmann, Dr. Reinhold Frasl

**NEUKUNDEN IM JAHR 2005**

ISPA, Forum Ernährung Heute, Returnity, Freeport,

AZ direkt, Burgenland Tourismus u.a.

**UMSATZBESTÄTIGUNG**

Steuerberater Mag. Gerald Grübl, Zwettl

**11 DR. VIKTOR BAUER PUBLIC RELATIONS**<sup>9</sup> Sonstige Geschäftsfelder: Marken PR, Finanz-Kommunikation

URL www.viktorbauer.com

E-MAIL public.relations@viktorbauer.com

**INTERNATIONALE NETWORKANBINDUNG**

IPAN International Public Relations Agency Network

**BETEILIGUNGSVERHÄLTNISSE** 100 % Dr. Viktor Bauer**GESCHÄFTSFÜHRUNG** Dr. Viktor Bauer**NEUKUNDEN IM JAHR 2005**

Industriellenvereinigung, BMWa u.a.

**UMSATZBESTÄTIGUNG**

Wirtschaftstreuhand Dr. Klaus Hafner, Wien

**12 COM\_UNIT****AGENTUR FÜR KOMMUNIKATION**<sup>10</sup> Sonstige Geschäftsfelder: Corporate Social Responsibility

URL www.comunit.at

E-MAIL office@comunit.at

**BETEILIGUNGSVERHÄLTNISSE**

je 50 % Peter Sitte, Mag. Susanne Wegscheider

**GESCHÄFTSFÜHRUNG**

Peter Sitte, Mag. Susanne Wegscheider

**INTERNATIONALE NETWORKANBINDUNG**

MC European Network

**NEUKUNDEN IM JAHR 2005** Industriellenvereinigung/

respACT austria, Lokale Agenda 21, Sappi Austria, Stadt

Wien Ressort Gesundheit, Lebenshilfe Salzburg

**UMSATZBESTÄTIGUNG** PKF Österreicher-Staribacher

Wirtschaftsprüfungsgesellschaft mbH, Wien

**13 CURRYCOM COMMUNICATIONS GMBH**<sup>11</sup> Die Agentur beschäftigt insgesamt 27 fixe Mitarbeiter,

9 davon in der PR, und 20 freie

URL www.currycom.com

E-MAIL office@currycom.com

**BETEILIGUNGSVERHÄLTNISSE**

Management und leitende Mitarbeiter

**GESCHÄFTSFÜHRUNG**

Dr. Alfred Ruhaltinger

**NEUKUNDEN IM JAHR 2005**

Lavazza, Marriott, Alco, Priority Telecom

**UMSATZBESTÄTIGUNG**

Steuerberatungsgesellschaft Ginthoer &amp; Partner, Wien

**14 SVOBODA PR & CONSULTING GMBH**

E-MAIL a.svoboda@svobodapr.at

**BETEILIGUNGSVERHÄLTNISSE**

100 % Mag. Angelika Svoboda

**GESCHÄFTSFÜHRUNG**

Mag. Angelika Svoboda

**UMSATZBESTÄTIGUNG**

BF Consulting WirtschaftsprüfungsgmbH, Wien



## Das BESTSELLER-PR-Agentur-Ranking 2005

Rang 2005	Rang 2004	Agentur	Honorarumsatz 2005 in Mio. Euro		Veränderung in %	Mitarbeiter fixe/freie	Kunden	Geschäftsfelder									
			Honorarumsatz 2005	Honorarumsatz 2004				Corporate-PR	Medienkooperationen	Beratung	Lobbying	Public Affairs	Corporate Publishing	Veranstaltungen	Finanz-PR	Sonstiges	CMS
15	18	Reichl und Partner PR	0,62	0,47	+31,92	7/0	25	40	0	0	0	20	0	0	0	40 <sup>12</sup>	
16	25	brand2media	0,59	0,31	+90,33	3/4	20	20	20	10	10	0	0	0	0	40 <sup>13</sup>	
16	n.g.	wiko Wirtschaftskommunikation	0,59	n.g.	k.V.	8/0	16	20	10	20	10	10	10	20	0	0	
16	17	P.R.I.M.A.	0,59	0,55	+7,28	5/0	9	25	10	10	10	20	20	5	0	0	
19	n.g.	PR Plus	0,58	n.g.	k.V.	7/2	15	70	3	1	1	0	0	25	0	0	
20	n.g.	Emergence	0,56	n.g.	k.V.	3/1	k.A.	20	0	50	0	0	20	10	0	0	
21	19	Dr. Wolfgang May PR	0,43	0,43	± 0	7/1	5	10	10	5	0	5	70	0	0	0	
21	20	WIR PR	0,43	0,42	+2,39	2/5	6	10	30	10	0	5	30	15	0	0	
23	21	Sery Werbeagentur	0,42	0,35	+20	2/1	k.A.	10	0	10	10	10	40	0	0	10 <sup>14</sup>	
24	n.g.	match PR	0,41	n.g.	k.V.	5/4	14	40	0	20	0	0	10	10	0	20 <sup>15</sup>	
25	23	Conclusio	0,38	0,34	+11,77	6/0	15	30	0	20	5	15	25	5	0	0	
26	21	comm:unications	0,28	0,35	-20	4/0	10	50	5	10	0	20	5	10	0	0	
27	n.g.	comm • in PR	0,16	n.g.	k.V.	2/5	8	50	0	0	0	0	0	50	0	0	
28	n.g.	GMH Hofbauer	0,10	n.g.	k.V.	1/1	k.A.	k.A.									
29	n.g.	Dialogium	0,07 <sup>16</sup>	n.g.	k.V.	3/0	7	40	0	15	5	0	20	20	0	0	

**15 REICHL UND PARTNER PR GMBH**<sup>12)</sup> Sonstige Geschäftsfelder: 40 % Marken-PR

URL www.reichlundpartner.at

E-MAIL publicrelations@reichlundpartner.at

INTERNATIONALE NETWORKANBINDUNG In Network

BETEILIGUNGSVERHÄLTNISSE

Mag. Rainer Reichl, Michael Obermeyr

GESCHÄFTSFÜHRUNG Michael Obermeyr

NEUKUNDEN IM JAHR 2005

Nordsee, Hofman Personalservice, REMAX, Vileda

UMSATZBESTÄTIGUNG

FinanzKraft Wirtschaftstreuhand, Linz

**16 BRAND2MEDIA PR SERVICES GMBH**<sup>13)</sup> Sonstige Geschäftsfelder: 40 % Event-PR

URL www.brand2media.at E-MAIL office@brand2media.at

GESCHÄFTSFÜHRUNG DI Martin Egger, Andreas Hladky

NEUKUNDEN IM JAHR 2005 Voglauer Hotel Concept,

X-Jam Maturareise, Manova GmbH, EMI Music, No Prob-

laim, One Drachenboot Cup u.a.

UMSATZBESTÄTIGUNG

Wirtschaftstreuhand Dkfm. Stefan Grbenic, Mistelbach

**16 WIKO**

WIRTSCHAFTSKOMMUNIKATION GMBH

URL www.wiko.co.at E-MAIL office@wiko.co.at

BETEILIGUNGSVERHÄLTNISSE

51 % Ulrich Müller, 49 % Dieter Bitschnau

GESCHÄFTSFÜHRUNG Ulrich Müller, Dieter Bitschnau

NEUKUNDEN IM JAHR 2005 EKZ Gerasdorf, One, Öster-

reichisches Siedlungswerk

UMSATZBESTÄTIGUNG Marsoner + Partner GmbH,  
Wirtschaftsprüfungs- und Steuerberatungsges., Innsbruck**16 P.R.I.M.A. PUBLIC RELATIONS UND  
IMAGEMARKETING AGENTUR GMBH**

URL www.prima.co.at E-MAIL office@prima.co.at

BETEILIGUNGSVERHÄLTNISSE zwei Gesellschafter

GESCHÄFTSFÜHRUNG Andrea Schneider

NEUKUNDEN IM JAHR 2005

Österreichische Notariatskammer, Ab Original Fine Art,

Praxisingemeinschaft Dr. Dultinger – Dr. Egger

UMSATZBESTÄTIGUNG plus SteuerberatungsgmbH, Wien

**19 PR PLUS GMBH**

URL www.prplus.at E-MAIL office@prplus.at

BETEILIGUNGSVERHÄLTNISSE

100 % Charlotte Rettenbach-Ludwig

GESCHÄFTSFÜHRUNG Charlotte Rettenbach-Ludwig

NEUKUNDEN IM JAHR 2005 Badener Kurbetriebs

GmbH, Bratislava Tourismusverband, Gesundheitsressort

Königsberg u.a.

UMSATZBESTÄTIGUNG Dr. Gerd Eder Wirtschaftsprü-

fungs- und Steuerberatungsges.m.b.H., Wien

**20 EMERGENCE AGENTUR FÜR  
ÖFFENTLICHKEITSARBEIT**

URL www.emergence.at E-MAIL a.maier@emergence.at

BETEILIGUNGSVERHÄLTNISSE 100 % Mag. Axel Maier

GESCHÄFTSFÜHRUNG Mag. Axel Maier

UMSATZBESTÄTIGUNG Pöschl &amp; Partner Wirt-

schaftstreuhand- und Steuerberatungs GmbH, Klagenfurt

**21 DR. WOLFGANG MAY PUBLIC RELATIONS  
KOMMUNIKATIONSBERATUNGSGMBH**

URL www.mayway.at E-MAIL may.pr@mayway.at

BETEILIGUNGSVERHÄLTNISSE 100 % Dr. Wolfgang May

GESCHÄFTSFÜHRUNG Dr. Wolfgang May

UMSATZBESTÄTIGUNG

Wirtschaftstreuhand Weinberger &amp; Höchtl, St. Pölten

**21 WIR PUBLIC RELATIONS**

URL www.wirpr.at E-MAIL box3@wirpr.at

BETEILIGUNGSVERHÄLTNISSE

100 % Wolfgang M. Wagenleitner

GESCHÄFTSFÜHRUNG Wolfgang M. Wagenleitner

UMSATZBESTÄTIGUNG

Wirtschaftstreuhand Mag. Reinhard Kerber, Hard

**23 SERY WERBEAGENTUR**<sup>14)</sup> Sonstige Geschäftsfelder: 10 % Investor Relations

URL www.sery.com E-MAIL office@sery.com

BETEILIGUNGSVERHÄLTNISSE

67 % Mag. Angelika Sery-Froschauer,

33 % Mag. Manfred Froschauer

GESCHÄFTSFÜHRUNG

Mag. Angelika Sery-Froschauer, Mag. Manfred Froschauer

NEUKUNDEN IM JAHR 2005

Abatel Electronic, Genussland Oberösterreich, Genussre-

gion Land Oberösterreich u.a.

UMSATZBESTÄTIGUNG

Steuerberater Mag. Andreas Wimmer, Linz

## 24 MATCH PR GMBH

<sup>15)</sup> Sonstige Geschäftsfelder: 20 % Brand PR

URL www.matchpr.at E-MAIL office@matchpr.at

BETEILIGUNGSVERHÄLTNISSE 100 % Gabriele Brandner

### GESCHÄFTSFÜHRUNG

Gabriele Brandner, Mag. Regina Senk

NEUKUNDEN IM JAHR 2005 Axe, Mentadent, Becel, Heineken, Shinx IT Consulting, debra austria (Schmetterlingskinder), Marx Productions u.a.

### UMSATZBESTÄTIGUNG

Buchhaltungskanzlei Gerhard Duchon KEG, Wien

## 25 CONCLUSIO PR BERATUNGS GMBH

URL www.conclusio.at E-MAIL office@conclusio.at

GESCHÄFTSFÜHRUNG Martin Novak

### UMSATZBESTÄTIGUNG

Wirtschaftstreuhand Ulrike Gruber, Graz

## 26 COMM:UNICATIONS

### AGENTUR FÜR TEXT, PR & EVENTS

URL www.communications.co.at

E-MAIL office@communications.co.at

BETEILIGUNGSVERHÄLTNISSE 100 % Sabine Pöhacker

GESCHÄFTSFÜHRUNG Sabine Pöhacker

NEUKUNDEN IM JAHR 2005 ÖVS – Österreichische Vereinigung für Supervision, Olivarium, Agora Distributions und Handels GmbH, Wiener Männergesangs Verein

### UMSATZBESTÄTIGUNG

Wirtschaftsprüfer Kanzlei Dr. Franz Klein, Wien

## 27 COMM \* IN PR

### EVENTS CONSULTING

URL www.commin.at E-MAIL office@commin.at

BETEILIGUNGSVERHÄLTNISSE 100 % Mag. Andrea Pfennigbauer

GESCHÄFTSFÜHRUNG Mag. Andrea Pfennigbauer

NEUKUNDEN IM JAHR 2005 Lafarge CTEC, Svoboda Büromöbel, Apartment O2, Xerox Office Supplies

UMSATZBESTÄTIGUNG Steuerberater Karl Hausch, Wien

## 28 GMH HOFBAUER

URL www.gmh.at E-MAIL hofbauer@gmh.at

BETEILIGUNGSVERHÄLTNISSE

100 % Georg Michael Hofbauer

GESCHÄFTSFÜHRUNG Georg Michael Hofbauer

NEUKUNDEN IM JAHR 2005 Artega, Blue Dolphin, Magic Nights, Auböck Bau, Nycomed, Banner, Dywidag u.a.

### UMSATZBESTÄTIGUNG

Steuerberater Kanzlei Dr. Hans Peter Huber, Linz

## 29 DIALOGIUM – AGENTUR FÜR KOMMUNIKATION KRALL UND SWATONEK OEG

<sup>16)</sup> Rumpffahr, die Gründung der Agentur erfolgte im Juli 2005

URL www.dialogium.at E-MAIL office@dialogium.at

BETEILIGUNGSVERHÄLTNISSE

50 % DI Clemens Swatonek, 50 % Mag. Caroline Krall

### GESCHÄFTSFÜHRUNG

DI Clemens Swatonek, Mag. Caroline Krall

NEUKUNDEN IM JAHR 2005 Freie Weingärtner Wachau, Austria Tabak/Gallaher Europe, Autonom Health Gesundheitsbildungs GmbH, Pannobile, Jennifer Exquisite Moden

### UMSATZBESTÄTIGUNG

Steuerberater Mag. Sylvia Swatonek, Neulengbach

## PLÉON PUBLICO

### Branchenprimus souverän voran

Das Jahr zwei nach dem Ausstieg von Wolfgang „Mr. Publico“ Rosam ist, wie Mag. Markus Schindler, geschäftsführender Gesellschafter von Pléon Publico erklärt, „hervorragend gelaufen, und zwar erwartungsgemäß“, wie Schindler hinzufügt. 2005 war nicht nur das erste volle Jahr seit dem Ausscheiden von Rosam, sondern auch jenes, „in dem die Transformation von einer eigentümergeführten österreichischen Agentur zu einer partnerschaftlich geführten Agentur internationalen Zuschnitts erfolgte“. Gegenüber dem Jahr 2004 ist die Pléon Publico mit einem Plus von 6,25 Prozent im Übrigen doppelt so stark gewachsen wie von 2003 auf 2004, und darauf ist Schindler nicht un stolz, schließlich waren auch für ihn die Unkenrufe nicht zu überhören, die besagten, dass sich nach Rosams Rückzug bei der Publico einiges ändern würde. Auch 2006 sieht laut Schindler, der die Agentur gemeinsam mit Mag. Claudia Müller-Stralz und Dr. Harald Mahrer leitet, wieder „sehr gut aus“. Nach Etatgewinnen wie AKG, FH Campus Wien, Zumtobel, ISS, Datenkraft und einigen anderen wird es Schindler zufolge „wieder einen Wachstumsschub geben“. Nicht zuletzt auch,

Markus Schindler, geschäftsführender Gesellschafter von Pléon Publico: „2005 war jenes Jahr, in dem die Transformation von einer eigentümergeführten österreichischen Agentur zu einer partnerschaftlich geführten Agentur internationalen Zuschnitts erfolgte.“



weil man mit Corporate-PR-Profi Manuela Bruck (von T-Mobile), Finanz-PR-Koryphäe Susanne Weichselbaum (von der Brau Union) und Lobbying-Spezialistin Ulrike Rauch-Keschmann (vom Bildungsministerium) „einige Top-Leute“ geholt hat. Zukunftspotenzial sieht Schindler in den Teildisziplinen Financial PR, Lobbying/Public Affairs, Risk Management, Change Communications, Agenda Setting/Issue Management und im Gesundheitsbereich. In letzterem konnte Pléon Publico jüngst den Spitalsbetreiber Nöguns als Kunden gewinnen, was dazu führen wird, dass es bald auch in St. Pölten ein Publico-Office geben wird.

## HOCHEGGER | COM

### Der Chef als Wertfaktor

Trotz einer sich in den vergangenen Jahren zunehmend verschärfenden Wettbewerbssituation sieht Mag. Dietmar Trummer, geschäftsführender Gesellschafter von ❖

Die Methodik

Wie PR im BESTSELLER-PR-Agentur-Ranking definiert wird

Der **rankingrelevante PR-Begriff** ist in Abstimmung mit dem **Public Relations Verband Austria (PRVA)** und der **PR Group Austria** wie folgt präzisiert: PR im Sinne des BESTSELLER-PR-Agentur-Rankings umfasst strategische, konzeptive und operative Öffentlichkeitsarbeit von Corporate PR und Produkt PR über Medien-/Pressearbeit, Ghostwriting und Medien-Coaching bis Lobbying und Public Affairs. All jene Agenturen, die **neben ihren PR-Umsätzen** auch Umsätze aus anderen Kommunikationsdisziplinen (Werbung, Direct-Marketing, Sponsoring, Neue Medien, Product Placement etc.) generieren konnten, die nicht unmittelbar auf ihre Rolle als PR-Agentur zurückzuführen sind, sind dazu angehalten, diese **sonstigen Umsätze nicht in den PR-Honorarumsatz** hineinzurechnen. Auch im BESTSELLER-PR-Agentur-Ranking 2006 wurden ausschließlich jene PR-Agenturen in die Rangreihe aufgenommen, die von einem **Steuerberater** und oder **Wirtschaftsprüfer** testierte Angaben zum Nett Honorarumsatz beistellen konnten.

Hochegger|Com, für die gesamte „PR-Branche eine gute Zeit“ angebrochen. Beispielsweise registriert Trummer eine verstärkte Nachfrage nach Projektgeschäft, Investor Relations und Lobbying. „Viel Arbeit, wenig Geld“, formuliert der Hochegger|Com-Geschäftsführer und beklagt einen „deutlichen Verfall des Preisniveaus“. Seine Agentur entwickle sich jedoch ohnedies immer mehr weg vom Anbieter klassischer PR-Tools wie beispielsweise der Pressearbeit und verstehe sich immer mehr als Consulting-Unternehmen. Hochegger|Com habe daher in der jüngsten Vergangenheit in die drei Felder Finanzkommunikation, Public Affairs und Strategieberatung investiert. Nicht zuletzt auf Grund der Kompetenz in diesen Feldern hätte die Agentur mit den ÖBB und der Rewe Group Austria „zwei

Dietmar Trummer, geschäftsführender Gesellschafter Hochegger|Com: „Das Verständnis für das Wertsteigerungspotenzial, das durch unsere Branche ausgeschöpft werden kann, ist auf Kundenseite noch immer viel zu wenig vorhanden.“



tolle Etats eingefahren“. Im Vergleich zu 2004 verzeichnet die 60-Mitarbeiter-Agentur 2005 ein Umsatzwachstum von mehr als fünf Prozent auf 9,59 Millionen Euro. Zu Umsatz und Wertschöpfung soll künftig auch ein neues Geschäftsfeld beitragen, das die Agentur gerade entwickelt: CEO Reputation Management, das gemeinsam mit Leslie Gaines-Ross aus dem Burson-Marsteller-Headquarter in New York entwickelt wurde und auf die Rolle



Die beiden Trimedia-Geschäftsführer Sepp Tschernutter und Alfred Autischer erarbeiteten das beste Jahr hinsichtlich Wachstum und Profitabilität.



des CEO als Wertfaktor für ein Unternehmen abzielt.

## TRIMEDIA COMMUNICATIONS

### Neue Geschäftsfelder erschlossen

„2005 war für uns ein Rekordjahr. Wir konnten unser Kerngeschäft ausbauen und mit unseren Tochterunternehmen Trimedia Public Affairs, Bachler & Partners und dem Forum für Krisenmanagement und Krisenkommunikation in Lobbying und Risk Management neue Geschäftsfelder erschließen“, wie Trimedia-Geschäftsführer Sepp Tschernutter bestätigt. Der deutsche PR-Preis, den die Trimedia gemeinsam mit der OMV für das Move and Help Education Programme im Herbst erhielt, ließ das Jahr äußerst positiv auslaufen. Etats wie die Kampagne der ORS zur Einführung des digitalen Antennenfernsehens in Österreich, Bau.Massiv und Harley Davidson haben dieses Jahr kraftvoll starten lassen.

Aber nicht nur auf Kundenseite gab es reichlich Bewegung, auch innerhalb der PR-Agentur wurde das Top-Management ausgebaut, Tschernutter dazu: „Mit Sigrid Krupica und Bernhard Hudik kommen zwei ausgewiesene PR-Spezialisten und langjährige Wegbegleiter in die Geschäftsführung der Trimedia Österreich. Alfred Autischer wird indes das Management der Trimedia D-A-CH-Region übernehmen.“ Autischer zum Erfolg der Agentur: „Das Jahr 2005 war für uns das beste Jahr in der Agenturgeschichte hinsichtlich Wachstum und Profitabilität.“

## ECKER & PARTNER

### Solides, gutes Jahr

„Ein gutes Jahr“ hat Ecker & Partner hinter sich gebracht, wie Mag. Dietmar Ecker, geschäftsführender Gesellschafter von Ecker & Partner, erklärt. Dass der im BESTSELLER-PR-Agentur-Ranking aus-

„Ein solides, gutes Jahr“, in dem er die Hirschmann & Ecker GmbH und die Ecker & Partner Europainformationsagentur ins Leben rief, hat Dietmar Ecker, geschäftsführender Gesellschafter von Ecker & Partner, hinter sich gebracht.



gewiesene Honorarumsatz für 2005 geringer ist als jener für 2004, ist darauf zurückzuführen, dass man die Hirschmann & Ecker GmbH und die Ecker & Partner Europainformationsagentur KEG (gemeinsam mit Oliver Tanzer), „nicht in den für das Ranking relevanten Honorarumsatz hineingerechnet hat“. Ecker: „Würden wir die Umsätze dazuzählen, würden wir über dem Vorjahreswert liegen.“ Übrigens: Die Europainformationsagentur hat nach dem Engagement von Oliver Tanzer bei Fellners Tageszeitung *Österreich* wieder ihre Pforten geschlossen. Entgegen allen Gerüchten wird „die zu 100 Prozent eigentümergeführte Agentur mittelfristig nicht an ein Werbenetzwerk angedockt“. Einzige mögliche Änderung an den Eigentumsverhältnissen: „Ab 2007 werden auch Mitarbeiter Anteile erhalten“ und an der „soliden Entwicklung, die sich auch 2006 fortsetzt“, teilhaben. Ambitionen, Nummer eins im heimischen PR-Markt zu werden, hat Ecker mit seiner

35-Mann-Agentur nicht: „Wir sind mit dem Status quo zufrieden und haben keinen wie auch immer gearteten Druck, größer zu werden.“

## CREATE CONNECTIONS

### Auf Anhieb auf Rang fünf

Zum ersten Mal nimmt David Ungar-Klein mit seiner zu 100 Prozent in seinem Besitz befindlichen Agentur Create Connections – Networking & Lobbying am BESTSELER-PR-Agentur-Ranking teil, und schon gelingt dem Veranstalter des alljährlichen Consulting-Kongresses Comsult und des Symposiums Future Business Austria der Einzugs unter die Top-ten. Nach einem Ho-



norarumsatz von knapp einer halben Million Euro im Jahr 2004 fuhr Create Connections 2005 einen Honorarumsatz von 2,14 Millionen Euro ein, wobei Ungar-Klein explizit vermerkt, dass der Honorarumsatz in der Tat ein solcher ist und nicht einer, der sich „aus dem Verkauf von

Eintrittskarten für den Comsult zusammensetzt“. Ungar-Klein: „Wir werden von unseren Kunden dafür bezahlt, dass wir Plattformen schaffen, auf denen die Themen meiner Kunden und meine Kunden selbst platziert werden. Das entspricht nicht dem Bild der klassischen PR, ist vielmehr eine Mischung aus PR, Networking und Lobbying.“ Die klassische PR – so Ungar-Klein – reiche heute nicht mehr aus, um die Themen von Wirtschaftsunternehmen in der Öffentlichkeit zu platzieren, weshalb Create Connections „das Pferd von hinten aufzäumt“. Die Neun-Mann-Agentur, die seit kurzem auch über ein Office in Budapest verfügt, ist bestrebt, sich 2006 in erster Linie zu konsolidieren: „Wir wollen 2006 den Umsatz halten, aber schon auch leicht wachsen.“

## MENEDETTER PR

### Breiter aufgestellt

Die PR-Agentur Menedetter PR hat sich im vergangenen Jahr durch personellen Zuwachs bewusst auf breitere Beine gestellt. „Mit Mag. Brigitte und Mag. Christian Lenhardt sind zwei PR-Profis in die Agentur eingezogen“, so Geschäftsführerin Mag. Brigitte Mühlbauer. Die beiden Neuzugänge führen nun Menedetter PR als Eigentümer und Geschäftsführer gemeinsam. „Das Jahr 2005 war für die Agentur sehr erfolgreich. Als Neukunden konnten wir einige namhafte Unternehmen gewinnen, unter anderem den Haupt-



verband der Sozialversicherungsträger mit dem Projekt e-card, die VBV Pensionskasse, Esterházy Betriebe und Stiftungen, Brau Union sowie SEB/Krups“, wie Mühlbauer ausholt. Vor allem das Projekt e-card stellte als größtes Modernisierungsprojekt des österreichischen Gesundheitswesens auch eine kommunikative Herausforderung dar. Esterházy wiederum sei deshalb eine besonders spannende Aufgabe, weil das Haus nach einer völligen Neuausrichtung in den vergangenen fünf Jahren nun beginnt, an die breitere Öffentlichkeit zu gehen.

Weiters wirke sich die aufstrebende wirtschaftliche Lage offenbar auch auf die Kommunikation aus. „Wir verzeichnen eine wirklich gute Entwicklung bei den Neukunden-Anfragen. Die Aufgabenstellungen sind sehr vielfältig und vor allem sehr hochrangig. Das heißt, strategische Beratung ist mehr denn je gefragt“, fährt Mühlbauer fort.

## IKP

### Über die Grenzen hinausgeblickt

Auch die PR-Agentur ikp blickt auf ein erfolgreiches Jahr zurück: Deutliches Wachstum mit neuen nationalen wie internationalen Kunden war der treibende ❖

Motor dafür. „Wir haben deutlich gespürt, dass die Nachfrage wieder anzieht. Unter den zahlreichen neuen Kunden sollen der französische Modespezialist La Redoute, die SEG Immo AG, das Online-Reise-geschäft Expedia, das Land Salzburg mit den Projekten Energie aktiv und Marke Salzburg und der oberösterreichische Motorenspezialist BRP-Rotax hier nur als Beispiele genannt werden“, betont ikp-Geschäftsführer Dr. Peter Hörschinger und räumt zugleich ein: „Ohne internationale Netzwerk-Anbindung könnten wir die steigenden Anforderungen nicht erfüllen. Immer öfter geht es auch für österreichische Kunden darum, international präsent zu sein.“ Mit Porter Novelli hat die ikp ein Netzwerk, das sowohl in Richtung Osten bis hin nach Südostasien und China als auch in allen anderen wichtigen EU-Ländern gut aufgestellt ist.

Mit Jahresbeginn 2006 hat ikp die PR-Agenten von LoysPR übernommen. Für die Agentur bedeutet die Integration von LoysPR einen weiteren Schritt in

ikp-Geschäftsführer Peter Hörschinger über die Übernahme der LoysPR: „Mit Alois Grill haben wir einen äußerst kompetenten Partner an Bord geholt.“



Richtung Wachstum. „Mit Alois Grill haben wir einen Partner an Bord geholt, der über ein ausgezeichnetes Netzwerk verfügt und für unternehmerischen Erfolg steht“, so Hörschinger abschließend.

#### THE SKILLS GROUP

##### Länder richtig positionieren

„Für uns ist das Jahr 2005 sehr gut gelaufen, wesentlich besser als 2004“, betont Dkfm. Renate Skoff, geschäftsführende Gesellschafterin der Skills Group. Insbesondere gegen Ende des Jahres verzeichnete die Skills Group „sehr viel Anfragen“, was dann auch noch zu Beginn des laufenden Jahres zu bemerken war. Doch nicht nur Anfragen verzeichnete die Skills Group 2005, sondern mit Accenture, redmail und der Arbeiterkammer Wien auch den Gewinn von drei Kunden. „Die Kun-

den investieren wieder in langfristige Konzepte, das Hoppen von einem Projekt zum anderen ist vielfach der Investition in langfristige, strategische Konzepte gewichen, vor allem dann, wenn es darum geht, auf spezielle Zielgruppen einzugehen“, analysiert Skoff die Marktlage. Beispielsweise betreut die Agentur derzeit fünf Schulprojekte. Skoff: „Das ist ein langfristiges Investment in die Zukunft.“ Nachbarschafts-PR, die Betreuung von Bauprojekten, Issue Management oder auch Country-Positionierung hätten sich bei Skills in der jüngsten Vergangenheit als Schwerpunkte herauskristallisiert. Derzeit arbeite die Agentur, die ihren Umsatz 2005 um mehr als vier Prozent auf 1,45 Millionen Euro steigerte, beispielsweise an jeweils unterschiedlichen Positionierungsaufgaben für Albanien, die Türkei

Renate Skoff, geschäftsführende Gesellschafterin von The Skills Group: „Wir wollen unsere Agentur vor allem in Geschäftsfeldern ansiedeln, die für Nachhaltigkeit, Wertschöpfung und eine klare Positionierung stehen.“



und Ägypten. Außerdem habe Skills den Verkauf von M-Payment für 55 Millionen Euro an ein US-Unternehmen begleitet, streicht Skoff eines der aus ihrer Sicht besonders interessanten Projekte heraus.

#### COMMUNICATION MATTERS

##### Lobbying matters!

Mit der Gründung der neuen Unit Lobbying matters kam communication matters der wachsenden Nachfrage am Lobbyingmarkt nach. In diesem Geschäftsfeld haben die beiden Geschäftsführer Christian Kollmann und Mag. Peter Menasse sozusagen „Nägel mit Köpfen“ gemacht und durch Einbeziehung der PR-Agenturen Esprit und Pecher Consulting diese neue Lobbying-Unit auf breite Beine gestellt. Aber nicht nur auf dem Gebiet des Lobbying hat die communication matters ausgebaut, auch das Know-how und die Expertise in Sachen Krisenkommunikation waren 2005 vielfach gefragt. „Durch die ECCO-Gruppe haben wir international ein starkes Netzwerk hinter uns, das



uns in vielen Belangen unterstützt“, so Kollmann weiter. Auch hierzulande konnte die communication matters Erfolge erwirtschaften. Mit der Umsetzung eines eigenen Infozentrums für die Vorarlberger Illwerke AG hat die Wiener PR-Agentur auch im Ländle für Aufmerksamkeit gesorgt. Mit „Tage der jungen Forschung – Open Space for Open Minds“ – im Auftrag des Bundesministeriums für Verkehr, Innovation und Technologie – hat communication matters zum Beispiel ein Projekt entwickelt, das den zu geringen Nachwuchs an Forschern in Österreich thematisiert. Allgemein hält Kollmann fest: „Es ist immer eine Herausforderung, die Auslastung auf hohem Niveau zu halten.“

#### ACCEDO

##### **Einzug unter die Top-ten**

Ein „zweistelliges Honorarumsatzplus“ bescherte der jungen Wiener PR-Agentur Accedo den erstmaligen Einzug unter die Top-zehn des BESTSELLER-PR-Agentur-Rankings, wie Mag. Christoph Edelmann, gemeinsam mit 50-Prozent-Partner Dr. Reinhold Frasl geschäftsführender Gesellschafter von Accedo, betont. 2005 war für Accedo „von der Übersiedlung, vom Zugewinn einiger Renommieretats (siehe Aufstellung auf Seite 58), aber auch der Expansion nach Osteuropa“ geprägt. Zuerst lies Accedo mit seiner Expansion nach Ungarn und in die Slowakei aufhören, heuer drängen Edelmann und Frasl mit ihrer „Agentur für den Donauraum“ auch nach Tschechien und Slowenien. Ziel ist es, in sämtlichen Ländern, in denen sich Accedo niederlässt, neben den österreichischen Etats auch nationale



Etats zu gewinnen. In Österreich möchte Edelmann mit seinem 15 Mann starken Team hinkünftig auch vermehrt Etats von Regierungsstellen, Institutionen, Verbänden und Initiativen an Land ziehen und sich in den Bereichen Corporate Social Responsibility, Health PR und Finanzkommunikation nachhaltig einen Namen machen. Langfristig strebt Edelmann „eine stabile Position unter den größten zehn im PR-Agentur-Markt“ an, was zumindest für 2006 schon jetzt sehr realistisch ist: „Die Umsatzdeckung für 2006 ist eingefahren, der Rest ist die Butter aufs Brot.“ Denn: „Wir werden wohl wieder um 20 Prozent zulegen“, ist Edelmann zuversichtlich.

#### VIKTOR BAUER PR

##### **Kurve geht steil nach oben**

Die Dr. Viktor Bauer PR hat ein regelrechtes „Boom-Jahr“ hinter sich. Nicht nur Kunden wie die Industriellenvereini-



gung, HCI Gruppe, Hamburg, Kapital & Wert AG haben dazu beigetragen, sondern auch der kontinuierliche Ausbau an Know-how auf dem Finanzdienstleistungssektor. „Mit Mag. Anita Königer haben wir eine Top-Expertin auf dem Gebiet des Finanzmarketing sowie die Kommunikation von Börsegängen gewinnen können. Der Entschluss, eine eigene Unit dafür zu gründen, hat sich als goldrichtig erwiesen“, erklärt Dr. Viktor Bauer. „Neben Volletats betreuen wir im Gegensatz zu früher nun auch Spezialprojekte, wie etwa die Propagierung von Finanzdienstleistungen und -produkten“, holt Bauer aus, ohne allerdings konkrete Namen zu nennen. Einen neuen Trend ortet Bauer: „Wir sind dem Wunsch der Kunden nach mehr Produkt-PR und der Messbarkeit der Ergebnisse nachgekommen. Dieses Vertrauen wurde vielfach belohnt.“ Gerade in New-Business-Belangen kann die

Agentur nun die Früchte der intensiven Arbeit der vergangenen Jahre ernten. „Ich gehe davon aus, dass dieses Jahr nahtlos an die Erfolge von 2005 angeschlossen wird“, so Bauer weiter. Auch das europaweite Netz IPAN (International Public Relations Agency Network), dem die Dr. Viktor Bauer PR angehört, hat sich laut dem Agentur-Gründer ausgezeichnet entwickelt.

## COM\_UNIT

### Qualifizierte Arbeit

Das Jahr 2005 stand bei der Wiener PR-Agentur com\_unit ganz unter dem Zeichen der Qualität: Als Mitglied der PR Group Austria wurde com\_unit am 1. August 2005 nach internationalen Standards qualitätszertifiziert (CMS II). Weiters konnten die beiden Geschäftsführer Mag. Susanne Wegscheider und Peter Sitte die Agentur in CSR-Belangen auf dem Markt etablieren. So betreut com\_unit unter anderem die österreichische Unternehmensplattform respACT austria für ge-

Die beiden com\_unit-Geschäftsführer Susanne Wegscheider und Peter Sitte haben die PR-Agentur 2005 qualitätszertifizieren lassen.



sellschaftliche Verantwortung. „Die Bereiche Governmental Relations und Lobbying haben wir ausgebaut“, wie Sitte bestätigt. Neben respACT austria war für com\_unit auch die PR-Kampagne „Wien hat was. Für jedes Alter“ im Auftrag der Stadt Wien äußerst spannend, denn: „Hier konnten wir die internationale Starfotografin Elfi Semontan für die Zusammenarbeit gewinnen“, erklärt Wegscheider. Im ersten Quartal 2006 konnte com\_unit neue Kunden gewinnen, zum Beispiel die Familie & Beruf Management GmbH – zum Thema Vereinbarkeit von Beruf und Familie, oder Pro Mente Wien. Auch wurde com\_unit von der Heilsarmee (Salvation Army) mit dem Markenaufbau für Österreich beauftragt. Die Heilsarmee ist eine christliche Hilfsorganisation, die in Wien im Bereich Obdachlosenhilfe tätig ist.

## CURRYCOM

### Ein lebendiger Markt

Das vergangene Wirtschaftsjahr hat sich durch die gute Entwicklung im Neugeschäft ausgezeichnet, resümiert Alfred Ruhaltinger, Geschäftsführer von currycom, 2005. Lavazza und das Hotel Marriott nennt er stellvertretend für die neuen Auftraggeber im PR-Bereich. Neben den überzeugenden Konzeptentwicklungen fußt die wirtschaftliche Entwicklung der Agentur in der Investitionsfreude der Auftraggeber. Ruhaltinger: „Die Kunden investieren mehr.“ Auftraggeber aus den Wirtschaftsbereichen Handel und Gastronomie nutzen die spezifischen Kenntnisse von currycom deutlicher als andere Unternehmen. Ruhaltinger: „Wir sehen dort auch ganz klar einen Fokus für die Zukunft.“ Fundament für das, wie der currycom-Geschäftsführer erklärt, generische Wachstum ist das auf integrierter Kommunikation aufbauende Leistungsportfolio. Der Online-Bereich spielt im Sinne der Vernetzung eine zunehmend wichtige Rolle für currycom. Die komplet-

Alfred Ruhaltinger, currycom-Geschäftsführer, verrät, dass der Blick über den Tellerrand das Erfolgsgeheimnis der Agentur ist.



ten Konzepte mit klarer Kunden- und Serviceorientierung, schildert Ruhaltinger, überzeugen im Endeffekt unsere Kunden. Dieses Jahr will die Agentur ihre Kundenbasis weiter ausbauen, um ein nachhaltiges und generisches Wachstum des Unternehmens zu gewährleisten. Ruhaltinger: „Der Markt ist lebendig, und es laufen eine Menge Ausschreibungen.“

## SVOBODA PR & CONSULTING

### Knuspernde Etats

Nicht ganz in die Jubellieder ihrer Branchenkollegen mag Mag. Angelika Svoboda, Inhaberin der Agentur Svoboda PR & Consulting, einstimmen. Für die Wiener Agentur ist das Jahr 2005 „nicht so gut wie 2004 und 2003 gelaufen“, erklärt Svoboda, sieht aber in der Tatsache, dass der Umsatz unter die Million-Euro-Grenze fiel,

letztendlich keine dramatische und überraschende Entwicklung. Die Wiener Agenturchefin macht dafür mehrere Entwicklungen verantwortlich. Zum einen würden internationale Kunden ihre PR-Agenden immer mehr zentral steuern und vergeben, zum anderen entwickeln sich Aufgaben in der Branche weg vom Projektgeschäft wieder hin zu den eher klas-



sischen PR-Tools wie Pressearbeit oder Hintergrundgeschäft. Außerdem registriert Svoboda eine leichte Gewichtsverschiebung innerhalb der Kommunikation von der PR hin zur klassischen Werbung. Verloren hat die Agentur nach dem Auslaufen des bestehenden Projektvertrages den Kunden European Outlets, hingegen landete Nespresso neu auf der Kundenliste. Bereits in diesem Jahr konnte sich Svoboda PR die Rechtsanwaltskammer Wien, den Europäischen Cerealienverband, Cerial Partners Austria (CPA) sowie Obstlogistiker Ahorner als Neukunden angeln.

#### REICHL UND PARTNER PR

##### Kunden in neue Märkte begleiten

Von Rang 18 auf Rang 15 im BESTSELER-PR-Agentur-Ranking kletterte die

Auf Grund ihrer **Zugehörigkeit zum FCB-Network**, das unter dem Dach der Interpublic Group of Companies (IPG) angesiedelt ist, darf die unter normalen Umständen unter die **Top-5-PR-Agenturen Österreichs** zu reihende FCB Events & PR keine Angaben zum Honorarumsatz machen.

Dr. Christoph Bruckner, Geschäftsleiter PR bei **FCB Events & PR**, ist mit dem vergangenen Jahr zufrieden, da die PR-Unit gegenüber 2004 um rund fünf Prozent zulegen konnte: „Vor allem die langfristigen Projekte haben sich sehr gut entwickelt, die kurzfristigen Projekte waren eher in der Minderzahl.“ Für die erfreuliche Geschäftsentwicklung der **18-Mann-Agentur** waren „das erste volle Jahr mit dem Spar-Etat, die Klima-aktiv-Kampagne, die Kampagne für das Lebensministerium, die Samsung-Kampagne mit Olympia-Schwerpunkt“ verantwortlich. Auch für 2006 ist Bruckner guter Dinge: „Viele Projekte, die 2005 angeleiert wurden, werden heuer umgesetzt. Wir werden **2006 wohl stärker zulegen als 2005.**“ Auch weil der „Trend zu offensiver Kommunikation“ zunimmt, die Agentur im Health- und im Umwelt-Bereich zulegen wird und „als Network-Agentur generell breit aufgestellt ist und sich auf keine Spezialisierungen einlassen kann“. Insgesamt geht Bruckner, der nebenbei auch noch als **Präsident des Public Relations Verbandes Österreich** (PRVA) fungiert, von einer Fortsetzung der guten wirtschaftlichen Entwicklung der PR-Branche im Jahr 2005 aus: „2004 waren wir noch in einer kleinen Talsohle, 2005 haben wir uns bereits wieder erholt, und jetzt geht's weiter aufwärts.“



Christoph Bruckner, Geschäftsführer FCB Events & PR: „Viele Projekte, die 2005 angeleiert wurden, werden heuer umgesetzt. Wir werden 2006 wohl stärker zulegen als 2005.“

in Linz und Wien tätige Agentur Reichl und Partner PR empor. Dank eines Umsatzzuwachses von über 30 Prozent hält die vom geschäftsführenden Gesellschafter Michael Obermeyr geleitete Agentur nunmehr bei einem Honorarumsatz von 621.407 Euro. Bewerbstelligt wurde das Plus der 2001 von Mag. Rainer Reichl und Michael Obermeyr ins Leben gerufenen Agentur mit Kunden wie Nordsee, Remax, Hofmann Personalervice und Vileda. Reichl und Partner PR betreut sowohl Kunden der klassischen Werbeagentur Reichl und Partner als auch eigene, die – wie Obermeyr erklärt – „im Werbebereich auch durchaus von einer anderen Werbeagentur betreut werden“. Erklärtes Ziel sei es aber sehr wohl, „den Anteil der gemeinsamen Kunden zu erhöhen“.

Die auf Marken-PR spezialisierte PR-Agentur wird Obermeyr zufolge auch 2006 „wieder in einem ähnlichen Ausmaß

wie von 2004 auf 2005 wachsen“. Heuer und auch in weiterer Folge will Obermeyr die Kunden von Reichl und Partner PR „verstärkt bei ihrer Expansion in neue



Märkte“ betreuen und nennt etwa Kärcher („Für die machen wir in Ungarn und Rumänien PR“) als Paradebeispiel. Die Anzahl der Mitarbeiter in der Agentur wird sich auf Grund der Auftragslage übrigens schon demnächst von sieben auf zehn erhöhen. ■