

„Insofern hat die Branche von VW profitiert“

Ein Jahresrückblick der Skills Group sowie ein Ausblick auf künftige Challenges: mehr Krise, mehr Transparenz – am Beispiel VW-Skandal.

••• Von Jürgen Hofer

WIEN. Nach dem Jubiläumsjahr 2014 zum 30-jährigen Bestehen der Agentur habe sich Skills, eine der Top 5-PR-Agenturen des Landes, auch in diesem Jahr gut entwickelt, freuen sich die Geschäftsführer Jürgen H. Gangoly und Jörg Wollmann im Gespräch mit medianet.

Zu Buche stehen neben einem „erneuten Umsatzplus“ beispielsweise die Etatgewinne von Holzindustrie Schweighofer, des Beleuchtungs- und Glas-Experten LightGlass, der Personalmanagement-Plattform Veeta sowie der Ticketing-Plattform Ticketgarden.com.

„Wir konnten zu unseren langjährigen Bestandskunden weitere interessante Etats aus neuen Branchen gewinnen, was uns persönlich sehr freut“, so Gangoly. Darüber hinaus darf sich die Agentur seit diesem November auch als staatstragend bezeichnen. So wurde Skills das österreichische Staatswappen und der Titel „Staatlich ausgezeichnetes Unternehmen“ vom Wirtschaftsministerium verliehen.

Diese Ehrung erhalten Unternehmen, die sich „um die österreichische Wirtschaft besonders verdient gemacht haben und in ihrer Branche eine führende Stellung einnehmen“.

Global PR Award

Auszeichnungen gab es auch auf anderer Ebene, zuletzt mit dem Global PR-Award 2015; die österreichische Agentur konnte dabei mit dem Projekt „Journalismus und Demokratie“ punkten und erhielt den Global PR Award 2015 – World's Best PR-Campaign – in der Kategorie „Gesellschaftliche Verantwortung“.



Geschäftsführer
Stefan A. Sengl,
Jürgen H.
Gangoly, Jörg
Wollmann (v.l.).

Das von der Skills initiierte Projekt machte es sich zum Ziel, die Medienlandschaft in Ägypten zu stärken und junge Medienschaffende zu unterstützen. So wurde ein bis heute bestehendes Netzwerk mit ägyptischen Journalisten und Bloggern aufgebaut und unterstützt. „Dieser Preis kam für uns durchaus überraschend“, verweist Gangoly auf aus seiner Sicht hervorragende Projekte aus über 70 Ländern, „aber umso mehr freut es uns; auch weil es zeigt, dass sich soziales Engagement bezahlt macht.“

Ein Nachfolgeprojekt sei bereits in der Pipeline, so die beiden Ver-

2,82

Agenturfacts

Die Skills Group erwirtschaftete im Jahr 2014 laut Eigenangaben einen Honorarumsatz von 2,82 Mio. €. Skills wurde 1984 von Renate Skoff und Paul M. Sills gegründet.

antwortlichen. „Ein Projekt wie dieses zeigt in der aktuellen Situation umso mehr, wie wichtig Kommunikationskompetenz im interkulturellen Bereich ist“, ergänzt Wollmann. Neben diesem Segment sehen die Agenturchefs weitere Dienstleistungen auf sich zu kommen, vor allem dank der fortschreitenden Digitalisierung.

„Kommunikation bedarf dafür immer mehr Personen, die in allen Kommunikationswelten firm sind“, so Wollmann, der betont, dass man dafür auch stetig, aber eben organisch wachsend, neues Personal suche und einstelle. „Die Frage nach gutem Personal ist essenziell

in anspruchsvollen Zeiten wie diesen“, ergänzt Gangoly. Dabei bleibt man aber dem Prinzip der eigentümergeführten Beratung stets bei jedem Kunden treu.

Neue Transparenz

Dies gilt auch für Start-ups, wo man sich – wenn der Grundgedanke wie beispielsweise bei der Online-Bewerbungsplattform myVeeta.com überzeugt – auch verstärkt engagiert und in der ersten Phase der Unternehmenspositionierung sowie bei der Markteinführung der Produkte oder Dienstleistungen strategisch und kommunikatorisch unterstützt.

Und mit welchen Themen wird sich Skills 2016 intensiv beschäftigen? „Mit der Digitalisierung geht eine neue Transparenz in der Kommunikation einher“, so Wollmann. Man stünde als Kommunikator wie auch als Marke im von allen Seiten einsehbaren Schaufenster wie nie zuvor. „Dieser Verantwortung muss man sich bewusst sein“, führt er weiter aus. Aktuelles Beispiel: der Skandal um gefälschte Abgaswerte beim deutschen Automobilkonzern Volkswagen.

„Solche Dinge lassen sich heute nicht mehr vertuschen und sollten daher erst gar nicht geschehen. Ich bin mir sicher, dass sich viele Entscheidungsträger in Unternehmen aktuell die Frage stellen, ob so etwas auch bei ihnen möglich wäre“, so Gangoly. Ethische Fragen finden derzeit in der Wirtschaft allgemein mehr Beachtung – und damit auch in der Kommunikation. Die Nachfrage nach Krisenprävention und professioneller Krisenkommunikation ist zuletzt enorm gestiegen. „Insofern hat die Kommunikationsbranche vom VW-Skandal sicherlich profitiert“, so Gangoly.

Digitalisierung etablieren

Der Verein Digital Hub will die Digitalisierung in Gesellschaft und Wirtschaft fördern.

WIEN. „Wir stellen uns der Digitalisierung“, so die Erfinder. Unter diesem Motto entsteht der Digital Hub Vienna als gemeinnütziger Verein. Der Zweck des Vereins ist es, die Digitalisierung in der Gesellschaft und Wirtschaft zu etablieren und zu fördern. Dabei steht der Wissenstransfer im Mittelpunkt: Mehr Wissen baut Ängste ab und lässt Möglichkeiten entstehen.

Wien im Wandel

Der Digital Hub Vienna hat als Plattform zum digitalen Wandel unterschiedliche Schwerpunkte, unter anderem Hub Wissen, Hub Kommunikation und Hub Old & New Economy. Die Vernetzung ist Anliegen des Vereins.

„Es gab bereits Zeiten des Umbruchs in Wirtschaft und Gesell-

„...aber auch damals hat es viel Überzeugungsarbeit und Mut gebraucht, um den Stil umzusetzen...“

schaft, aus dem Wien als einer der Gewinner hervorging – die Secessionzeit, auch im Stil ‚Art Nouveau‘ oder Jugendstil genannt. Wien profitiert noch heute davon, aber auch damals hat es viel Überzeugungsarbeit und Mut gebraucht, um den Stil umzusetzen.

Das steht nun auch im Zuge der Digitalisierung an“, meinen die Initiatoren.

Als eben diese fungieren Birgit Kraft-Kinzig mit der gleichnamigen Agentur Kraftkinzig und der Unternehmer Michael Gastinger. „Wir stehen für eine Gruppe von Unternehmerinnen und Unternehmern, die sich 2016 beherrscht der Digitalisierung stellen. Wir sind offen & freuen uns über viele Verbündete auf dem Weg, Österreich nach vorn zu bringen!“ (red)



Digital Hub Vienna-Gründer: Birgit Kraft-Kinzig und Michael Gastinger.