



© Game City

**ECKER & PARTNER***Game City*

WIEN. Die Agentur Ecker & Partner freut sich über einen neuen Kunden: Game City, Österreichs größter Computer- und Konsolenspiel-Event, der bereits zum neunten Mal vom 2. bis 4. Oktober im Wiener Rathaus stattfindet.

Ecker & Partner unterstützt dabei die Organisatoren in allen Belangen der Kommunikation – von klassischer Medienarbeit im Print- und Onlinebereich über Medienkooperationen bis zur Organisation von Pressekonferenzen für den temporären und international beachteten Hotspot der Videospiele-Branche.

„Mit einem Besucherrekord von 69.000 Besuchern im Jahr 2014 erfreut sich die Game City einer immer steigenden Beliebtheit. Mit der Expertise und Kreativität von Ecker & Partner wollen wir die immer größer werdende Gaming Community über die verschiedenen Facetten des Themas begeistern“, so Paul Pitzer, Stellvertreter der geschäftsführenden Vorsitzenden von wienXtra.

„Die Game City ist eine der größten Jugend- und Familienveranstaltungen im Wiener Rathaus. Wir freuen uns, diesen einmaligen Event kommunikativ begleiten zu dürfen und unsere Ideen zu realisieren“, so Anna Harmer, Unitleiterin bei Ecker & Partner, über die Veranstaltung.



© Skills

Die drei Skills-Geschäftsführer: Jürgen Gangoly, Stefan Albin Sengl und Jörg Wollmann.

# Start-up-Unit für Skills

Als PR-Agentur bisher traditionell eher für int. Konzerne und Institutionen tätig, engagiert und beteiligt sich Skills nun sogar in der Start-up-Szene.



© Christian Jungwith

**PURTSCHER RELATIONS PR***Neu: „Positioning Group“*

WIEN. Seit einem Jahr bildet Carola Purtscher (Bild) – zusätzlich zu ihrem Public Relations-Angebot – gemeinsam mit einem renommierten, internationalen Personal- und Unternehmensberater die „Positioning Group“.

Dabei beschäftigt sich Carola Purtscher mit der persönlichen Weiterentwicklung von Führungskräften und erhebt einen *ganzheitlichen* Anspruch. Das bedeutet, dass nicht nur strategisch-soziale Komponenten analysiert werden, sondern auch Rahmenbedingungen wie Netzwerk, Auftritt, Präsentation usw. beleuchtet und betreut werden.

„Mit diesem besonderen ganzheitlichen Ansatz hat sich die Positioning Group innerhalb eines Jahres am österreichischen Markt äußerst erfolgreich und prominent etabliert. Die Betreuung durch den analytischen Personalberater und die empathische Kommunikationsexpertin geben ein ganzheitlicheres Bild und garantieren eine gewisse Nachhaltigkeit der Ergebnisse“, so Purtscher.

Zahlreiche namhafte Topmanager vertrauen bereits auf das Duo mit Sitz in der Walfischgasse.“  
<http://www.purtscherrelations.at>

WIEN. Die Wiener PR-Agentur Skills ist in der heimischen Start-up-Szene besonders aktiv. Zuletzt hat die Agentur drei Start-ups, Lightglass, Ticketgarden und MyVeeta, als Neukunden gewonnen, sich zum Teil an der einen oder anderen beteiligt und berät außerdem auch mehrere Investoren.

**medianet:** *Herr Gangoly: Wie passt das starke Start-up-Engagement zu einer Agentur, die traditionell vor allem für internationale Konzerne und Institutionen arbeitet?*  
**Skills-Geschäftsführer Jürgen H. Gangoly:** Wir betreuen seit Jahren neben Großunternehmen und Institutionen immer wieder auch Start-ups und Investoren. Inzwischen verfügen wir in diesem Bereich über ein hervorragendes Netzwerk, von dem alle unsere Kunden profitieren. Mit drei Start-ups als solide Basis haben wir nun ein ‚Skills Start-up-Center‘ gegründet. Aufgrund weiterer Anfragen von Start-ups gehen wir davon aus, dass sich dieser Geschäftsbereich nun dauerhaft bei Skills etablieren wird.

**medianet:** *Wie ist es denn generell um die PR von Start-ups bestellt?*

**Gangoly:** Start-ups suchen oft erst sehr spät professionelle PR-Unterstützung – meist lange nachdem bereits Geschäftsmodelle und Dienstleistungen detailliert entwickelt wurden. Das ist natürlich problematisch, weil es für die richtige Positionierung am Markt nur eine Chance gibt. Generell kann Österreich als Start-up-Standort nur dann international erfolgreich sein, wenn diese hier auch ein professionelles Beraterumfeld vorfinden.

**medianet:** *Worin unterscheidet sich Start-up-PR als Kunde?*

**Gangoly:** Generell hat man es als PR-Berater bei Start-ups meist direkt mit den Gründern, Eigentümern und deren Investoren zu tun. Das ist spannend, ermöglicht Zusammenarbeit auf Augenhöhe und schnelle Entscheidungen. Bei vielen Start-ups gibt es naturgemäß wenig Erfahrung in der Arbeit mit PR-Agenturen. Damit liegt eine große Verantwortung aufseiten der Agentur – nicht zuletzt deswegen, weil in der meist auch wirtschaftlich schwierigen Gründungsphase keine Kommunikationsfehler passieren dürfen. Ein PR-Problem und Vertrauensverlust bei Kunden und Investoren kann das rasche Ende eines Start-ups bedeuten.

**Erweiterung**

Mit drei Start-ups Lightglass, Ticketgarden und MyVeeta als solide Basis hat Skills nun ein „Skills Start-up Center“ gegründet.

PR, beim Networking und im internationalen Bereich sehr offen gegenübersteht. Hier wird aus der Schwäche von geringen finanziellen Ressourcen eine Stärke, da es mehr *Zusammenarbeit* und weniger Konventionen und Bürokratie gibt. Effektivität und Messbarkeit von PR-Maßnahmen stehen bei Start-ups mit ihren knappen Budgets immer im Mittelpunkt.

**medianet:** *Stichwort knappe Budgets: Wie passen die zu einer Agentur wie Skills, die ja nicht zu den billigsten im Lande zählt?*

**Gangoly:** Bei uns bezahlen alle Kunden gleiche Stundensätze. Hier gibt es natürlich keine Unterschiede nach Unternehmensgröße. Wir kommen Start-ups aber, wenn notwendig, bei Zahlungszielen entgegen und orientieren uns etwa an der Liquiditätsrechnung der Businesspläne und an geplanten Investorenrunden. In Zusammenarbeit mit erfahrenen Business Angels bieten wir ausgewählten Start-ups auch eine Leistungsabgeltung mittels ‚work for equity‘ an und beteiligen uns an den Unternehmen, wie das etwa bei Anwälten und Unternehmensberatern schon länger erfolgreich praktiziert wird.

**medianet:** *Wie stelle ich mir die Verrechnung für einen Kunden vor, an dem ich beteiligt bin?*

**Gangoly:** Die vereinbarten Agenturleistungen werden gemeinsam mit den Gründern und Experten den bestehenden Unternehmensbewertungen gegenübergestellt und mit Anteilen bewertet. Die laufende Dokumentation der Arbeiten erfolgt wie üblich monatlich mittels

”

*Start-ups suchen oft erst sehr spät professionelle PR-Unterstützung.*

“

**medianet:** *Wie sind denn die ersten Learnings mit Start-ups?*

**Gangoly:** Erfreulich ist, dass es im Start-up-Bereich meist einen sehr partnerschaftlichen Zugang gibt und man unternehmensübergreifende Kooperationen in der