

# „Inspire People!“

Agentur P8-Geschäftsführer Georg Hofherr im Interview über 17 Jahre voller Wandel und nötige Innovationen.



© P8 Marketing

••• Von Denise Schöneich

WIEN. Die Agentur P8 Marketing wurde 1999 gegründet. Der digitale Wandel ergriff die Branche. Bei P8 Marketing rüstete man sich mit innovativen Units und vergaß darüber nie auf den eigenen Grundsatz: Erst der Kunde, dann die Agentur.

Im Interview mit medianet sprach Geschäftsführer Georg Hofherr unter anderem über schwierige Standortbedingungen und Content Marketing.

**medianet:** Herr Hofherr, Ihre Agentur P8 gibt es nun schon seit 17 Jahren. Sie sind ganz unbeobachtet und ohne große Öffentlichkeitsshow zu einer der größten Agenturen des Landes gewachsen. Wie ist das ganz ohne große PR möglich gewesen?

**Georg Hofherr:** P8 hat sich kontinuierlich und organisch immer weiter entwickelt. Heute sind wir 30 Mitarbeiter an den

## Geschäftsführer

Georg Hofherr leitet seit 17 Jahren die Agentur P8.

vier Standorten Innsbruck, Salzburg, Linz und Wien. Wir hatten ursprünglich nicht die besten Standortbedingungen mit Innsbruck, allerdings konnten wir Kunden gewinnen, die an der Nord-Süd-Achse arbeiten. Wir bauten dort viel internationales Know-how in den großen Märkten Deutschland und Italien auf.

Dieses Wissen geben wir täglich an unsere Kunden in Österreich weiter. Für uns gab es immer den einen Grundsatz: Der Kunde steht im Vordergrund und nicht die Agentur. Das hat uns wahrscheinlich auch zu dem starken Wachstum verholfen: Schauen wir, dass die Kunden zufrieden sind. Schauen wir, dass wir eine gute Arbeit liefern. Schauen wir, dass wir Menschen begeistern und dann reden wir über uns.

**medianet:** Welche Unternehmen zählen zu Ihren Kunden, und was sind die Tätigkeitsfelder von P8?

**Hofherr:** Unsere Kundenpalette ist breit. Beispielsweise unterstützen wir die Medienarbeit von Casinos Austria oder Schlumberger, für Subway arbeiten wir im Lead Marketing in sechs europäischen Ländern und finden damit potenzielle Franchisepartner. Egger Holz und Salzburg AG supporten wir im Employer Branding.

Generell arbeiten wir am Image von Unternehmen und an der Vermarktung von Produkten. Das geht vom Vertrieb über die Kommunikation bis hin zum ganzheitlichen Marketing.

Ein dritter Bereich umfasst große Infrastrukturprojekte, wie den Bau von Wasserkraftwerken oder große Immobilienprojekte.

**medianet:** Sie betreuen auch das Gemeinschaftskraftwerk Inn, ein Projekt, das auf großen Protest stieß ...

**Hofherr:** Es handelt sich hierbei um das größte Wasserlaufkraftwerk, das aktuell in Österreich gebaut wird. Mit einem Volumen von 450 Mio. Euro. 1999 gab es in der Region starken Protest gegen das Projekt. Wir haben den Kommunikationsprozess seit 2003 begleitet, dieser ging über mehrere Jahre. Wir haben es geschafft, dass die Menschen dieses Projekt akzeptieren – für alle Beteiligten ein großer Erfolg.

**medianet:** Die Kommunikationsbranche hat sich in den letzten 17 Jahren stark geändert. Wie hat P8 auf den Wandel reagiert, um sich auf die neuen Markterfordernisse und Agenturdienstleistungen einzustellen?

**Hofherr:** 1999 sind wir unter dem Namen Hofherr Kommunikationsberatung gestartet. Heute heißen wir P8 Marketing. Wir haben uns bewusst von der ‚Kommunikation‘ zum ‚Marketing‘ entwickelt. Wir haben früh erkannt, wohin dieser Wandel

## P8-Facts

- **4 Standorte**  
Wien, Linz, Salzburg, Innsbruck
- **32 Mitarbeiter**
- **55.000 Stunden** Marketing pro Jahr.

uns bringen wird. 2009 hatten wir eine Social Media-Abteilung, 2010 eine Video und Web-Unit. Wir haben mit dem ein oder anderen früher begonnen, als andere Agenturen. Das hat uns vielleicht einen kleinen Wettbewerbsvorteil verschafft.

**medianet:** Der Wandel brachte das Schlagwort ‚Content Marketing‘ hervor. Auch hier hat P8 reagiert; auf einer eigenen Website kann man einen ‚Content Marketing Check‘ vornehmen.

**Hofherr:** Die Unit Content Marketing haben wir 2011 ins Leben gerufen und eine eigene Seite [www.content-marketing.at](http://www.content-marketing.at) aufgebaut – ein sehr wichtiger



© P8 Marketing

Zweig. Es gilt, die Inhalte so zu platzieren, dass ich Konsumenten auf meine Seite hole.

Der Inhalt muss einfach **überzeugen**. Unser Slogan ‚tell your story, inspire people‘ gilt schon seit 2000 Jahren. Das war schon der Erfolg der großen Religionen. Im Marketing steht immer die *Geschichte*, der Inhalt am Beginn. Wer die beeindruckendste

#### Projekt

In Inn wird ein Gemeinschaftskraftwerk gebaut, P8 begleitete den gesamten Kommunikationsprozess.

Geschichte erzählt, begeistert die Konsumenten. Das zählt.

**medianet:** Auch das *xpert-Ranking* zeigt, Sie stehen an der Spitze der PR- und Marketing-Agenturen des Landes. Was wünscht man sich für die kommenden Jahre?

**Hofherr:** Wir wollen mit unseren Kunden qualitativ weiterwachsen. Wir müssen nicht die größten werden.

Wir haben einen Anspruch an unsere Qualität, den wir bewahren wollen. Wir wollen Innovationsführer sein; derzeit versuchen wir dies mit der Digitalisierung von Geschäftsprozessen.

Hierfür stellen wir gerade Informatiker ein. Wir wollen die Customer Journey aus Sicht des Marketings noch stärker digitalisieren. Das nützt unseren Kunden bei ihrer Präsenz sowie beim Verkauf und damit wiederum uns.

### In 17 Jahren wurden:

- 56.000 Texte verfasst
- 500 Pressekonferenzen organisiert
- 3.000 Pressemitteilungen versendet
- 30.000 Clippings generiert
- 18.000 GB an Video- und Fotomaterial aufgenommen

# APROS Customer Care Award 2016: Die Ergebnisse

Das hochmotivierte Top-Team rund um APROS-GF Robert Ellmer hat den besten Kundenservice Österreichs ermittelt.

WIEN. 2016 wurde der APROS Customer Care Award nach einem erfolgreichen Launch im Vorjahr erneut durchgeführt.

Kundenservice ist ein wesentlicher Wertschöpfungszeitpunkt, denn neben Produktinnovationen nehmen Konsumenten die Qualität eines Unternehmens überwiegend über den angebotenen Kundenservice wahr. So kann intensiv zu Anbahnung bzw. Aufbau einer Kundenbeziehung beigetragen und zugleich ein wesentlicher Beitrag zum erfolgreichen Fortbestand dieser gesetzt werden.

#### Einzigartige Methodik

Die APROS-Mystery-TesterInnen haben ganze Arbeit geleistet und sich mit dem Kundenservice von 16 unterschiedlichen Branchen auseinandergesetzt – daraus re-

sultierten rund 145.000 Einzelbewertungen. Die besten fünf Kundenservice-Zentren Österreichs:

- 1) ING-DiBa Direktbank Austria
- 2) HoT Telekom und Service
- 3) Zipcar Austria GmbH
- 4) BAWAG P.S.K.
- 5) Depot Handels GmbH.

Die APROS-Umfragen spezialisieren sich – in dieser Form einzigartig in Österreich – auf den Kundenservice per Telefon, E-Mail und Facebook, mit bis zu 45 Kontakten pro Unternehmen.

Branchenspezifische Szenarien werden über alle Kommunikationskanäle abgefragt und anhand international anerkannter Bewertungskriterien benotet. Im Kundenumgang erfahrene TesterInnen bewerten dabei objektiv die Erfahrungen mit den jeweiligen MitarbeiterInnen.

Wesentlich ist, dass die Voraussetzungen für alle Unternehmen ident sind – so werden Produktspezifika bewusst nicht in die Bewertung aufgenommen, um eine objektive Bewertung des Kundenservices zu gewährleisten.

#### Out of the Box

„In von uns betreuten Projekten streben wir immer nach den besten Leistungen entsprechend den Anforderungen von Produkten und Unternehmen“, sagt APROS-GF Robert Ellmer. „Daher versuchen wir in stetiger Marktbeobachtung und Recherche, aktuelle Trends frühzeitig zu erkennen und unsere Leistungen entsprechend zu hinterfragen.“

Out of the Box-Denken ist bei APROS an der Tagesordnung. Ellmer: „Wir haben uns entschie-

den, stark wahrgenommene Branchen wiederholt in den Test-Pool aufzunehmen. Hier entstanden interessante Vergleichswerte zum Vorjahr, und wir zeigen Firmen zielgerichtet die Entwicklung des eigenen Kundenservice auf. Neben dieser Veranschaulichung können wir Trends der einzelnen Branchen hieraus ableiten.“

Customer Experience Management erfährt erfreulicherweise immer stärker werdende Bedeutung. Der APROS Customer Care Award bietet daher nicht „nur“ Vergleichsergebnisse zum eigenen Kundenservice, sondern dient als „Kompass“ für die Branchen!



#### KONTAKT

Mag. Robert Ellmer  
1010 Wien, Parkring 10  
Tel.: 0043 1 516333801  
Mail: [award@apros.at](mailto:award@apros.at)  
Web: [www.apros.at](http://www.apros.at)