



© Pulpmedia

Spezialisierung

Pulpmedia ist mit neuer Struktur bereit für rasche Veränderungen in der digitalen Kommunikation.

WIEN. Seit der Gründung vor zwölf Jahren kreierte die Online-Marketing-Agentur Pulpmedia digitale Kampagnen und Strategien für Unternehmen wie Mercedes-Benz, Hofer, die Stadt Wien, Hervis oder Husqvarna und wird dafür regelmäßig mit Werbepreisen wie dem Caesar ausgezeichnet. Um auf die raschen Veränderungen in der Online-Kommunikation reagieren und den Kundinnen und Kunden noch mehr Kompetenz und Service bieten zu können, hat Pulpmedia eine interne Umstrukturierung vorgenommen und stellt sich nun mit erweitertem Management-Team und neuen Business-Units breiter auf.

Neues Organisationsdesign

„Wir haben bemerkt, dass die Digitalisierung nicht nur unsere Kundinnen und Kunden vor eine Herausforderung stellt, sondern auch uns als Agentur täglich fordert. Das neue Organisationsdesign soll kreativen Freiraum und Platz für Innovationen schaffen und gleichzeitig Pro-

zessoptimierungen ermöglichen. In unseren neu geschaffenen Business-Units haben unsere Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter nun die Möglichkeit, sich innerhalb eines Bereichs zu spezialisieren und sich zusätzliche Kompetenzen auf ihrem Gebiet anzueignen“, so Geschäftsführer Paul Lanzerstorfer.

Expertenteam für Online

Die neue Struktur besteht aus fünf Kernbereichen und bündelt jetzt alle Kompetenzen innerhalb eines Themas – von der Konzeption über das Design und die Kreation, hin zur Produktion und Umsetzung. Die Leitung der Unit „Media“ übernimmt Nadja Pracher, die gemeinsam mit ihrem Team die weitere Spezialisierung in Bereichen wie Branding, Performance und kreative Werbemittelgestaltung vorantreiben wird. Im Team „Inbound Marketing“ rund um Unit-Leiterin Ines Panholzer dreht sich alles um die Entwicklung automatisierter und personalisierter Abläufe, Suchmaschinenoptimierung

Facts

Pulpmedia

Im Jahr 2005 haben die beiden Studienkollegen Robert Bogner und Paul Lanzerstorfer in Linz die Online-Marketing-Agentur Pulpmedia gegründet. Derzeit beschäftigt Pulpmedia rund 40 Mitarbeiter.

und conversionoptimierte Landingpages, die potenziell Interessierte zu Kundinnen und Kunden machen.

Als Leiter der Unit „Video Marketing“ widmet sich Manuel Bauer gemeinsam mit seinem Team der strategischen Planung, der Umsetzung und Vermarktung einzigartiger Online-Videos. Katharina Ratzberger sorgt als Leiterin der Unit „Content Marketing“ gemeinsam mit ihren Expertinnen und Experten für die Erstellung von Social Media-Konzepten, kümmert sich um die Content-Kreation und die Durchführung von Content-Kampagnen. Sandra Schauer steuert in ihrer Funktion als Unit-Leiterin „HR/Controlling“ die Wirt-

Katharina Ratzberger, Manuel Bauer, Paul Lanzerstorfer, Nadja Pracher, Robert Bogner, Sandra Schauer, Ines Panholzer.

schaftlichkeit und Rentabilität des Unternehmens und verantwortet in dieser Position zudem das Human Resource-Management der Agentur.

Eine sechste Unit wird von den beiden Geschäftsführern als themenübergreifende Abteilung geführt und soll sich als interner Innovationstreiber um die Entwicklung eigener Projekte, aber vor allem um die Planung und Umsetzung digitaler Leuchtturm-Projekte und -Kampagnen für Kundinnen und Kunden kümmern.

„Mit Themen wie Marketing-Automatisierung, Real Time Advertising und Online-Video-Marketing sind wir als Agentur am Puls der Zeit“, sagt Geschäftsführer Robert Bogner. „Wir haben uns vorgenommen, die bereits bestehende Expertise unserer Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter weiter auszubauen und individuell zu fördern. Mit der neuen Organisationsstruktur haben wir die Weichen in Richtung Zukunft gestellt und können als Unternehmen weiter wachsen. Aber vor allem ermöglicht sie uns eines: unseren Kundinnen und Kunden mit noch mehr Know-how zu noch größeren Erfolgen zu verhelfen.“

”

Das neue Organisationsdesign soll kreativen Freiraum und Platz für Innovationen schaffen und gleichzeitig Prozessoptimierungen ermöglichen.

Paul Lanzerstorfer
GF Pulpmedia

“