



© Unique Relations

# Ein Navigator im Dreieck Medien, Wirtschaft & Politik

Josef Kalina, Gründer und Gesellschafter der Unique Public Relations, und Geschäftsführer Michael Kochwalter im Gespräch über die Agentur & Branche.

••• Von *Dinko Fejzuli*  
und *Sabrina Schneider*

**B**eim Doppelinterview in **medianet** sprachen Josef Kalina und Michael Kochwalter über das Geheimnis des Erfolgs von Unique Public Relations und warum es immer

wichtig ist, selbst anzupacken. Wenn Josef Kalina, Gründer und Geschäftsführer der Unique Public Relations, und Michael Kochwalter, Geschäftsführer der Unique Relations, von „den Jungen im Team“ sprechen, dann kommt das nicht von irgendwo. Kalina und Kochwalter sind „alte“ Profis, die anpacken und

schon jahrelang im medialen Geschäft unterwegs sind. Während Kalina beispielsweise den in Wien damals marktführenden Gratistitel *U-Bahn Express* gegründet hat, kann Kochwalter unter anderem auf eine Karriere als Pressesprecher und Generalsekretär bei Siemens zurückblicken.

Bei diesen Lebensläufen überrascht es nicht, dass die Unique PR zu dem Erfolg aufgestiegen ist, wo sie sich heute befindet. Gerade konnten sie Wizz Air als neuen Kunden gewinnen und mit dem anderen jungen Neuzugang Hornbach haben sie es mit der Ankündigung einer 6. Urlaubswoche und dem Anheben

”

*Wir sind Anpacker, wir sitzen nicht in unseren Sesseln und lassen die Jungen arbeiten, wir packen zu 100% selbst an.*

des Mindestlohns auf 1.820 € in alle Medien geschafft.

Auch abseits dieser beiden Neuzugänge können sie auf einen breiten Kundenstamm blicken – von KMUs zu börsenorientierten Unternehmen, Konzernen und Unternehmen im öffentlichen Bereich. So haben sie beispielsweise ein Wohnprojekt in Stammersdorf mit 1.000 geförderten Wohnungen begleitet und sich sogar gemeinsam mit Landschaftsplanern und Artenschutz-Spezialisten für das Überleben einer dort ansässigen Zieselpopulation eingesetzt (die besteht und wieder größer wird) und gezeigt, dass Wohnbau und Artenschutz kein Widerspruch sein müssen.

#### Breiter Kundenstamm

Das alles sind Erfolge, auf die sie gern blicken, aber ihnen keinen Grund geben, sich auszuruhen. „Wir sind Anpacker, wir sitzen nicht in unseren Sesseln und lassen die Jungen arbeiten, wir packen zu 100 Prozent selbst an“, sagt Kochwalter. Und genau das wissen auch die Kunden, die sich darauf verlassen können, dass sie auf die Erfahrung und Meinung von den beiden

”

*Natürlich hilft es, dass wir beide lange mit Medien gearbeitet haben, bevor wir auf die PR-Seite gewechselt sind. Wir wissen, wie das Geschäft läuft.*

**Josef Kalina**  
Gründer Unique Relations

“

**Michael Kochwalter**  
GF Unique Relations

“

vertrauen und zurückgreifen können.

„Natürlich hilft es, dass wir beide lange mit Medien gearbeitet haben, bevor wir auf die PR-Seite gewechselt sind. Wir wissen, wie das Geschäft läuft, was wirklich möglich ist und wovon man lieber die Finger lassen sollte. Wenn wir auf Medien zugehen, dann können sich die Kollegen auf der anderen Seite darauf verlassen, dass sie etwas Wertbares bekommen, ganz einfach, weil wir bereits die praktische Erfahrung von der anderen Seite haben und das Know-how, wie es funktioniert und worauf man sein Augenmerk legen muss, und das ist in unserem Geschäft das A und O“, sagt Kalina.

#### Der gute Name hilft

Ein weiterer Vorteil daran, dass die beiden seit Jahren einen guten Namen in der Branche haben, ist, dass sie oftmals nicht den Umweg über Marketing- oder Social Media-Abteilungen machen müssen, sondern direkt mit den Entscheidungsträgern Konzepte entwickeln können. Das spart Zeit und reduziert die vorangehende Kommunikation auf ein Minimum, was dem Kunden hilft und auch der Agentur mit der konkreten Vorgabe und kurzen Abstimmungswegen.

Auch in Bezug auf die Gattung Social Media sind sie sehr positiv gestimmt und sehen hier keine Gefahr für klassische Medien durch Facebook und Co. Laut Kochwalter ist Social Media heute untrennbar von PR, egal ob im B2C-Bereich mit Facebook und Instagram oder im B2B-Bereich

mit LinkedIn und Xing. „Ohne Social Media geht es heute nicht mehr“, sagt er. „Wir sehen Social Media als perfekte Ergänzung für klassische Medien. Wichtig sei, so Kalina, „wie gut das Kernmaterial ist, das dann auf Social Media im Bruchteil weitergegeben wird. Ist dieses gut, ist auch jeder kleine Auszug davon gut.“

#### Junge Experten von außen

Um auch hier on top zu sein, haben sich die beiden junge Social Media-Spezialisten ins Team geholt, die mit diesen Medien aufgewachsen sind. Und auch das gehöre zu den Aufgaben eines Agenturchefs, so Kalina. Man müsse wissen, wie weit das eigene Know-how reiche und wo man sich besser von extern eine Expertise ins Haus hole. „Auch deswegen habe ich meine Tochter mit ins Boot geholt, damit wir beide voneinander lernen können und sie vielleicht, wenn es dann einmal so weit ist, das Ruder übernehmen kann“, sagt Kalina.

Und wie läuft das Geschäft generell für die Agentur? Das Jahr 2017 war im Umsatz marginal schwächer als 2016, aber auch das sehen die beiden sehr gelassen, da es dafür einen erfreulichen Grund gibt: Die letzten drei Monate 2016 waren von außergewöhnlich vielen zusätzlichen

Projektgeschäften geprägt, was den Umsatz gegen Ende des Jahres enorm ansteigen ließ. Generell gelte aber, so die beiden unisono: „Wachstum ist hier kein primäres Ziel, sondern vielmehr ein erfreulicher Nebeneffekt.“

”

*Wachstum ist hier kein primäres Ziel, sondern vielmehr ein erfreulicher Nebeneffekt. Uns sind zufriedene Kunden und ein gutes Arbeitsklima auf Dauer wichtiger als nur Wachstum.*

“

**Josef Kalina**

Uns sind zufriedene Kunden und ein gutes Arbeitsklima auf Dauer wichtiger als nur Wachstum. Wenn sich das auch noch ergibt, nehmen wir das mit“, so die beiden abschließend.

## Unique Relations

#### History

Das eigentümergeführte Unternehmen wurde im Jahr 2008 gegründet und ist seit 2011 Partner des internationalen Beratungsunternehmens Hill + Knowlton Strategies in Österreich.

#### Entwicklung

Im Jahr 2014 gründete Josef Kalina gemeinsam mit dem Marktforschungsspezialisten Peter Hajek das Unternehmen Unique research, dessen Forschungsbereich sich über Reputationsanalysen und die Trendforschung bis hin zu politischen Umfragen erstreckt.

#### Services

Strategische Beratung, Corporate Communication & Publishing, Krisenkommunikation, Public Affairs & Lobbying, Marken- & Produkt-PR, Digital & Social Media, Events, Medientraining