

# Vorsprung durch Innovationen

*SPS Marketing.* Die Linzer Werbeagentur hat sich mit Erfolg frühzeitig auf B2B-Kommunikation spezialisiert. Mit Spezialdienstleistungen will man weiterwachsen.

**A**lles fließt, wusste schon der griechische Philosoph Heraklit. Veränderungen im Leben und in der Wirtschaftswelt sind also nichts Außergewöhnliches. „Werbeagenturen sind von diesem Prozess nicht ausgenommen. Wir brüten laufend über Innovationen, ersinnen Dienstleistungen, die uns von anderen unterscheiden“, erklärt Gerhard Preslmayer, Geschäftsführer von SPS Marketing in Linz. Schließlich geht es ja darum, den Vorsprung gegenüber den Mitbewerbern auszubauen oder zumindest zu halten. SPS schärfte daher schon frühzeitig ihr Profil, indem sich die Agentur auf B2B-Marketing spezialisierte, und da vor allem für die Industrie. Preslmayer und sein Team sind daher laufend auf der Suche nach Trends, die für die Kunden der Agentur von Bedeutung sein könnten, die aber auf den ersten Blick mit dem traditionellen Agenturgeschäft nicht mehr viel zu tun haben. Preslmayer nennt drei Innovationen seines Hauses, die in dieser Zusammensetzung einmalig sind:

## Erstens: Inbound Marketing

Das ist die neueste Errungenschaft – und es ist mehr als ein Buzzword, weil es das bisherige Marketing auf den Kopf stellt. Statt Aufmerksamkeit durch disruptive Elemente zu schaffen, also Werbung, die den Konsumenten in seinem Alltag unterbricht, lautet bei Inbound Marketing die Devise „sich im Netz finden lassen“. „Es geht darum, die Sichtweise des Konsumenten einzunehmen und über informationsgetriebene Kommunikationsformen wie PR-Artikel, Newsletter, Blogs oder Social-Media-Marketing möglichst ohne Streuverlust Leads zu generieren“, sagt Preslmayer. Voraussetzung: Die Inhalte müssen für die Konsumenten von Relevanz sein.



*„Wir brüten  
laufend über  
Innovationen, die  
uns von anderen  
unterscheiden.“*

**Gerhard Preslmayer**  
Geschäftsführer von  
SPS Marketing in Linz

Inbound Marketing erhöht die Komplexität, die einzelnen Maßnahmen müssen daher strategisch genau abgestimmt sein, um den Unternehmenserfolg langfristig zu sichern. Aktuell begleitet Preslmayer mit der E3 Partneragentur Aloft in Boston den Konzern Greiner Packaging in den USA bei der Markteinführung einer neuen Verpackungstechnologie. Alle relevanten Informationen für die Entscheider in der Lebensmittelindustrie sind punktgenau aufbereitet

## Zweitens: Begleitung bei Change-Prozessen

Hier geht es vor allem um die innerbetriebliche Kommunikation. Viele Themen verlangen die Integration von Mitarbeitern. „Es hat ein starker Wertewandel in den Betrieben stattgefunden. Die Ohnmachtsstellung des Mitarbeiters ist vorbei, die Wechselbereitschaft des Mitarbeiters ist heute deutlich höher als früher“, erklärt Preslmayer. Wenn in einem Unternehmen das Verhalten und das Image nicht mehr harmonieren, verliert es in der Regel Mitarbeiter.

## Drittens: Employer Branding

Die Stärkung der Arbeitgebermarke ist wichtiger denn je. Nur wer als attraktiver Arbeitgeber wahrgenommen wird, sichert sich langfristig hochqualifizierte und motivierte Mitarbeiter. Das fördert nicht nur die Wettbewerbsfähigkeit, sondern ist auch Antriebskraft, um potenzielle Krisenzeiten erfolgreich zu meistern. Für eine Werkerweiterung eines Konzerns startet SPS eine Recruiting-Maßnahme: „Das Unternehmen sucht Tausende neue Mitarbeiter. Das ist eine große Herausforderung, die nur funktioniert, wenn man als Arbeitgeber attraktiv genug ist, um Mitarbeiter von anderen Betrieben abzuwerben“, sagt Preslmayer. ■