



Im Pandemiejahr in die Selbständigkeit

Seit fünf Jahren ist Beatrix Eder-Skias mit ihrer Boutique-Agentur [skias.strategy+relations](https://skias.strategy+relations.com) in der PR-Branche tätig.

••• Von Sascha Harold

Im Jänner 2020 machte sich Beatrix Eder-Skias mit ihrer Agentur [skias.strategy+relations](https://skias.strategy+relations.com) selbständig. Dass dieses und die darauffolgenden Jahre von der Covid-Pandemie beherrscht werden würden, konnte damals zu Jahresbeginn noch niemand ahnen. Trotz der schwierigen Rahmenbedingungen behauptete

sich die Agentur und feiert heuer ihr fünfjähriges Jubiläum. **medianet** hat mit Gründerin Skias einen Blick zurück geworfen.

medianet: Seit fünf Jahren ist [skias.strategy+relations](https://skias.strategy+relations.com) am heimischen Markt aktiv, wie fällt das Zwischenfazit aus?

Beatrix Eder-Skias: Ich bin mit der Entwicklung meiner Agentur sehr zufrieden. Ich konnte im Laufe der vergangenen fünf

Jahre sowohl mein Kundenportfolio als auch mein Team sukzessive ausbauen. Mein Anspruch war es, meine jahrzehntelange Branchenerfahrung und starkes Netzwerk Unternehmen unterschiedlicher Branchen in meiner eigenen Agentur anbieten zu können. Ich bin dankbar, dass ich das in den vergangenen Jahren umsetzen konnte. Der positive Zuspruch meiner Kunden und das Vertrauen, das sie

mir entgegenbringen, zeigt mir, dass der Schritt in die Selbständigkeit richtig war. Wichtig war und ist mir dabei, eine Boutique-Agentur zu bleiben.

medianet: Was für Vorteile ergeben sich daraus?

Eder-Skias: Meine Kunden haben den Vorteil, mit mir einen strategischen Sharing-Partner zu haben – und zwar als täglichen Ansprechpartner, flankiert

Expansion

Beatrix Eder-Skias konnte trotz schwieriger wirtschaftlicher Lage die vergangenen fünf Jahre ihr Kundenportfolio sukzessive ausbauen. Bild: Eder-Skias (vorn, Mitte) mit Team.

von einem umsetzungsstarken Team. In einer großen Agentur ist das unmöglich. Eine überschaubare Struktur bedeutet zudem geringere Overhead-Kosten, was in wirtschaftlich herausfordernden Zeiten ein wichtiges Kriterium ist. Außerdem bringt ein kleineres Team eine enorme Wendigkeit und unkomplizierte Prozesse mit sich. Bei etwaigen Ressourcenengpässen greife ich auf Freelancer oder Partneragenturen zurück, mit denen ich schon jahrelang zusammenarbeite.

medianet: Wer zählt zu Ihren Kunden und welche Leistungen werden besonders nachgefragt?

Eder-Skias: Unsere Kunden kommen aus unterschiedlichen Branchen – Energie, Handel, Industrie sowie Unternehmensberatungsunternehmen. Als eine meiner Schwerpunktbranchen hat sich die Bau- und Immobilienwirtschaft etabliert. Wir betreuen in diesem Bereich seit Jahren Unternehmen wie Engel & Völkers, Engel & Völkers LiquidHome, FV Steine Keramik oder Kone Aufzugssysteme. Erfreulich ist, dass ich mit gleich zwei Neukunden ins neue Jahr starte. Diese werde ich demnächst separat kommunizieren.

Geschätzt wird unser breites Leistungsspektrum, das wir unseren Kunden trotz der überschaubaren Agenturgröße anbieten können: Von der strategischen Beratung für Marken- und CEO Positioning, über Corporate PR und Corporate Events, Medienarbeit, Krisenkommunikation und Social Relations bis hin zu Social Media-Beratung, Content Creation und Employer Branding-Kampagnen.

medianet: Gesellschaftlich war die letzte Zeit von Krisen geprägt. Wie geht man als Gründerin damit um?

Eder-Skias: Meine Agenturgründung im Jänner 2020 erfolgte

mehr oder weniger zeitgleich mit dem Ausbruch der Pandemie, die eine bis heute andauernde, wirtschaftlich und gesellschaftspolitisch schwierige Zeit einläutete. So gesehen hatte ich als Unternehmerin diese Rahmenbedingungen von Anfang an und lernte – wie viele andere Un-

”

Ich habe von klein auf miterlebt, was es heißt, ein Unternehmen zu führen, mit allen Höhen und Tiefen.

Beatrix Eder-Skias
[skias.strategy+relations](https://skias.strategy+relations.com)

“

ternehmen auch –, entsprechend damit umzugehen. Was mir in dieser Phase sehr geholfen hat, war mein Unternehmergeist. Da ich aus einer Kärntner Unternehmerfamilie stamme, habe ich von klein auf miterlebt, was es heißt, ein Unternehmen zu führen, mit allen Höhen und Tiefen.

medianet: Was waren die größten Learnings der letzten fünf Jahre?

Eder-Skias: Neben dem notwendigen Krisenmanagement während der Pandemie ist ein großes Thema die Gewinnung, Führung und Bindung von Mitarbeiterinnen und Mitarbeitern an das Unternehmen. Ansprüche und Erwartungshaltungen haben sich seit Beginn meiner Karriere im Agenturbereich vor 30 Jahren komplett verändert. Flexible Arbeitszeitmodelle, flexible Arbeitsorte (von Home Work bis Workation) oder das Gewähren



von Freiräumen, um eigenen Interessen nachgehen zu können, sind Zugeständnisse, die heute Voraussetzung und Teil einer funktionierenden Zusammenarbeit sind. Ich habe mich im Laufe der letzten Jahre darauf entsprechend eingestellt und versuche, diesen New Work-Stil meinem Team zu ermöglichen. Wir haben im Team dahingehend einen guten Weg gefunden und – so glaube ich – ein tolles Arbeitsklima in der Agentur.

medianet: Welche Rolle spielt das Thema KI im Agenturalltag?

Eder-Skias: In unserem Agenturalltag spielt KI seit Langem eine wesentliche Rolle. Wir nutzen täglich Tools wie ChatGPT, Adobe Firefly, Neuroflash oder Midjourney und sehen, wie diese unser Daily Business vereinfachen, kreativer und schneller gestalten. Essenziell dabei ist aus unserer Sicht der ‚Human Loop‘: Zum einen ist richtiges, präzises Prompten das A und O. Und zum anderen bleibt die kritische inhaltliche Überprüfung und Korrektur der KI-Arbeiten durch die menschliche, moralische Instanz unabdingbar.

medianet: Was bewegt die PR-Branche aktuell?

Eder-Skias: Auch an der Branche geht die wirtschaftlich angespannte Situation nicht spurlos vorüber. Viele Unternehmen müssen sparen und tun dies oft zuerst bei externen Dienstleistungen und Marketing-Budgets, was vielleicht kurzfristig das Budget entlastet, langfristig aber

Schaden anrichtet. Wir als Branche müssen unseren Mehrwert deshalb noch deutlicher kommunizieren und klar aufzeigen, wie wir mit strategischen Maßnahmen greifbare Ergebnisse liefern. Ein weiteres, bedenkliches Faktum ist die zunehmende Verschiebung von Werbespendings in digitale Kanäle wie Google Ads und Meta. Printmedien geraten dadurch enorm unter Druck, verschwinden im schlimmsten Fall vom Markt.

medianet: Wie wollen Sie die nächsten fünf Jahre gestalten, sind Veränderungen geplant?

Eder-Skias: Mein fünfjähriges Bestehen haben wir zum Anlass genommen und unsere Website neu gestaltet und inhaltlich ausgeweitet. Auf skias.at bekommen Interessierte einen guten Überblick über das, was uns ausmacht, was wir leisten und für wen wir arbeiten. Eine Veränderung, die ansteht, sind neue Büroräumlichkeiten. Der Agentursitz ist seit der Gründung im historischen Gebäude der ehemaligen Brotfabrik im 16. Bezirk. Die Bürogemeinschaft mit Hannes Jagerhofers Acts Group und anderen Dienstleistern eröffnete mir vielseitige Kooperationsmöglichkeiten und Synergien. Dennoch habe ich mir für heuer als Ziel gesetzt, einen neuen Bürostandort zu suchen. Und natürlich wünsche ich mir spannende Neukunden, die ich mit unseren Kommunikationslösungen bereichern und wo ich Wettbewerbsvorteile herausarbeiten kann.