

AmCham Business Breakfast: Die Zukunft gehört den Daten – BILD/ VIDEO

ID: LCG16142 | 22.04.2016 | Kunde: AmCham – American Chamber of Commerce | Ressort: Wirtschaft – Österreich | Medieninformation

Digital-Pionier George Nimeh blickt beim Business Breakfast der American Chamber of Commerce in Austria in die Zukunft der Kommunikationsindustrie und zeigt, wie die Verknüpfung von Daten und Content das Business von morgen bestimmen werden.

Bilder zur Meldung auf http://presse.leisuregroup.at/amcham/nimeh_20160422

Video zur Meldung auf <https://www.youtube.com/watch?v=Yg7Q7uQPBG4>

Wien (LCG) – Eine Woche vor der 13. Verhandlungsrunde von TTIP unterstreicht AmCham Austria-Präsident und Hilton Country General Manager **Norbert B. Lessing** beim Business Breakfast im Hilton Vienna mit Nachdruck: „Wir sind zuversichtlich, dass ein positiver Abschluss bevorsteht. Alle Studien zeigen, dass Österreich überproportional vom transatlantischen Freihandels- und Investitionsabkommen profitieren wird.“ Worauf sich Marken und Unternehmen schon in naher Zukunft durch die Digitalisierungstrends einstellen müssen, zeigt **George Nimeh**, Digital-Pionier und Gründer der Agentur **NIMEH & Partners**, auf.

Die dramatische Veränderung in der digitalen Werbelandschaft vergleicht er mit Unfallrisiken: „Die Chance, vom Blitz getroffen zu werden, liegt bei 0,03 Prozent; die Chance, dass ein Banner geklickt wird, liegt bei 0,04 Prozent.“

Am Beispiel des kürzlich erschienenen Video „A Taste of Vienna“ verdeutlicht er die Relevanz von Storytelling und Content Marketing im Gegensatz zu klassischer Werbung, die an den Bedürfnissen der User und Konsumenten vorbeigeht.

Zufriedenheit verhindert Innovation

Hinsichtlich der Mercer-Studie, die Wien die höchste Lebensqualität auf der Welt attestiert, warnt Nimeh, der seine Wahlheimat in Wien gefunden hat: „Das Deloitte Radar 2016 bestätigt, dass dieser Anziehungsfaktor für Menschen aus dem Ausland für die Einwohner selbst schnell zur Komfortzone werden kann, die Innovationen und Veränderungen hemmen kann. Wir müssen investieren, um das Bestehende für die Zukunft zu erhalten.“ Umgelegt auf den Werbemarkt meint Nimeh, dass der Konsum von klassischem linearem TV ein Altersphänomen ist und junge Zielgruppen über dieses Medium immer weniger zu erreichen sind. Allerdings werden die Werbeeuros nach wie vor in klassischen Medien ausgegeben. Im weltweiten Vergleich hat Österreich einen sehr hohen Altersdurchschnitt, der sich auch in der Medienlandschaft durch den überwiegenden Printanteil widerspiegelt.

Die Werbewirtschaft ruft er auf, sich an Grundwerten der 1950er und 1960er Jahre zu orientieren, wo Werbung durch informative Inhalte und redaktionelle Aufmachung mehr den Kriterien von Content Marketing entsprach als viele aktuelle Kampagnen.

Herausgeber der Zukunft sind Datenspezialisten

„Das heutzutage hochkomplexe Kommunikations-Ökosystem muss sich mehr auf die Menschen konzentrieren und ihre Bedürfnisse in den Vordergrund stellen“, fasst Nimeh zusammen. Als positives Beispiel für das Funktionieren klassischer Medien im digitalen Raum führt er die Aktivitäten von Amazon-Gründer **Jeff Bezos** an, der die traditionsreiche Washington Post auch in der digitalen Welt wieder auf Erfolgskurs gebracht hat. Den Erfolg von Spotify sieht er im Big Data basierten Music-Content-Service „Spotify

Discover“, der Usern durch seine hohe Relevanz einen Mehrwert gibt, für den sie gerne Geld ausgeben.

Während Zeitungen ein standardisiertes Produkt für alle Leser auf den Markt bringen, liefern soziale Medien wie Facebook individualisierten Content, der den Interessen der User folgt.

„Die Herausgeber der Zukunft sind eher Datenexperten als klassische Journalisten“, betont Nimeh.

Den Unternehmern rät er vor allem, keine Angst zu haben und lieber heute als morgen mit neuen Kommunikationskonzepten zu beginnen, die ihnen die relevanten Daten für das Business der Zukunft liefern.

Prominente Frühstücksgäste

Dem Vortrag des gebürtigen Amerikaners lauschten auf Einladung von Lessing und Generalsekretärin **Daniela Homan** unter anderem **Felix Thun-Hohenstein** (3M Österreich), Jurist **Martin Brodey** (DORDBRUGGER JORDIS), **Andreas Ludwig** (Umdasch), **Andrea Seyfried** (Vienna Region Marketing), **Robert Keider** und **Wolfgang Rieck** (Federal Express), Jurist **Georg Zanger**, **Gertraud Fischer** (Hotel Intercontinental), **Tanja Lahaye** (Manpower), **Johannes Dobretsberger** (Oracle), **Franz Witt-Dörning** (Schoellerbank) und Metropole-Herausgeberin **Margaret Childs**.

Über AmCham Austria

AmCham Austria setzt sich für den Ausbau und die Verstärkung der Handels- und Wirtschaftsbeziehungen zwischen Österreich und den USA ein und spielt dabei eine Doppelrolle. Zum einen übernimmt AmCham Austria die Aufgaben einer aktiven Interessensvertretung von US-Unternehmen mit Niederlassungen in Österreich sowie österreichischen Unternehmen mit wirtschaftlichen Geschäftsbeziehungen und Interessen in den USA. Zum anderen fördert die Kammer neue Geschäftsverbindungen amerikanischer

Unternehmen in Österreich und umgekehrt. Weitere Informationen auf [http:// www.amcham.at](http://www.amcham.at) .

+ + + BILDMATERIAL + + +

Das Bildmaterial steht zur honorarfreien Veröffentlichung im Rahmen der redaktionellen Berichterstattung zur Verfügung. Weiteres Bild-und Informationsmaterial im Pressebereich unserer Website auf [http:// www.leisure.at](http://www.leisure.at). (Schluss)