



Stimmungs-Check in der Digitalwirtschaft: „Digi Talk“ liefert Inspiration für die Branche“ BILD

ID: LCG20114 | 26.03.2020 | Kunde: iab.austria -interactive advertising bureau | Ressort: Medien Österreich | Medieninformation

Größte Interessenvertretung der Digitalwirtschaft zeigt im neuen „Digi Talk“ aktuelle Stimmungslage von Auftraggebern, Agenturen und Medien nach den ersten Tagen der COVID-19-Maßnahmen in einem kurzen Video.

Video zur Meldung auf <https://www.youtube.com/watch?v=sDh5sCMFQ6o>

Wien (LCG) – Die Maßnahmen der österreichischen Bundesregierung zur Einschränkung der COVID-19-Verbreitung haben die Mediennutzung in den letzten Tagen fundamental verändert. Heimische Publisher berichten von bis zu 400 Prozent gestiegenen Zugriffen auf ihre Digitalangebote. Wie die heimische Digitalwirtschaft mit der aktuellen Situation umgeht, hinterfragte das interactive advertising bureau.austria im neuen „Digi Talk“ aus den Home-Offices bei Vertretern von Auftraggebern, Agenturen und Medien. Einblicke in den Umgang mit der neuen Lebenssituation, Strategien, Änderungen im Buchungsverhalten sowie Tipps und Tricks für die werbetreibende Wirtschaft geben unter anderem **Mathias Fanschek** (Isobar), **Martin Gaiger** (KURIER), **Gerhard Guenther** (DigitalSunray Media) und **Andreas Wochenalt** (Österreich Werbung).

„Die Branchen sind sehr unterschiedlich von den Maßnahmen der österreichischen Bundesregierung zur COVID-19-Eindämmung betroffen. Viele Unternehmen können in der aktuellen Situation von Digitalmarketing profitieren. Mit dem ‚Digital Talk‘ möchten wir der Branche einige Insights von Experten als Inspiration geben“, sagt iab-austria-Vizepräsidentin **Cosima Serban**.

iab austria zeigt Erkenntnisse von Experten

Branchen wie etwa die Mode- und Einrichtungsindustrie, deren stationäres Geschäft durch die Einschränkung des öffentlichen Lebens betroffen sind, können ihre digitalen Showrooms derzeit sehr effizient online bewerben.

„Die aktuelle Situation ist disruptiv und macht Marketing unbedingt notwendig. Marken müssen userorientiert denken und einen Mehrwert liefern“, ist Fanschek überzeugt.

„Jetzt zu werben macht absolut Sinn! Die Krise muss auch als Chance gesehen werden“, ergänzt Gaiger.

Der KURIER-Digital-Geschäftsführer ist überzeugt davon, dass Digital, Radio und TV zu den Gewinnern der geänderten Lebenssituation zählen, während andere Mediengattungen es schwer haben werden. Er verzeichnet ein dynamisches Neukundengeschäft mit Marken, die Digitalmedien durch die aktuelle Situation für sich entdecken. Wochenalt meint, dass Budgets verschoben und anders gewichtet, aber nicht verschwinden werden.

Nach Best Practices lokaler Marken befragt, heben die Experten vor allem kleine, regionale Nahversorger mit progressiven Angeboten

hervor. An die Zeit nach den COVID-19-Maßnahmen denkt etwa die Plattform „Vorfreude kaufen“ (<https://www.vorfreude.kaufen>), die Gutscheine für lokale Geschäfte anbietet. Gaiger sieht die kleineren Anbieter im Vorteil, die flexibel und rasch auf die geänderte Situation reagieren.

„Wir haben umgeschwenkt von klassischer Werbung und machen Österreich digital erlebbar mit 360-Grad-Videos, Live-Streams aus der Wiener Staatsoper oder eigenen Applikationen“, berichtet Wochenalt vom Umgang der Österreich Werbung mit der Situation. „Kampagnen sind teilweise verschoben, werden aber zu einem späteren Zeitpunkt umgesetzt.“

„Ein erhöhter Werbedruck im Umfeld gesellschaftlich und sozial relevanter Themen bei den österreichischen Publishern stärkt bestehende Kundenbeziehungen und baut neue auf, um nach Ende der Maßnahmen schneller zu starten“, ist Guenther überzeugt.

Die guten Seiten der neuen Lebens-und Arbeitsbedingungen

Social Media haben durch das „Social Distancing“ eine wichtige Rolle, um die Menschen zu verbinden und ihre Kommunikation aufrecht zu halten, sind die Experten überzeugt. Sie warnen aber auch vor kursierenden Fake News, gegen die im Bundeskanzleramt gerade eine eigene Task Force installiert wurde.

„Social-Media-Kanäle sind nicht immer ein geeignetes Werbeumfeld, da sie oft aus purem Quatsch, verrückten Verschwörungstheorien, Fake News und Falschmeldungen bestehen. Sie sind unkontrolliert und intransparent“, warnt Gaiger.

Von der Effizienz der Arbeit im Home Office ist Wochenalt überzeugt, wo Teams auf der ganzen Welt für die Österreich Werbung aus den eigenen vier Wänden arbeiten.

„Die besondere Situation fördert die Kreativität. Es entstehen neue Geschäfts- und Kommunikationsmodelle, die bleiben werden“, sieht Guenther positive Aspekte an den derzeitigen Entwicklungen.

Tipps und Tricks: Relevanz durch Empathie

Unternehmen rät Wochenalt, Relevanz durch Empathie zu erzeugen und mit Feingefühl auf die geänderte Lebenssituation mit den eigenen Stärken einzugehen. Firmen können dieser Tage Haltung zeigen und ihre Marke damit positiv aufladen. Fanschek rät jetzt schon, an die Recovery-Phase zu denken und ist überzeugt, dass Marken profitieren werden, die jetzt schon mit Mehrwert für die Menschen da sind. Dabei kommt der technischen Aufstellung ein hoher Stellenwert zu, Kampagnen werden aber von den Menschen dahinter gemacht, deren Kreativität zur Zeit besonders wichtig ist. Guenther empfiehlt klassische Wege zu verlassen und rasch und flexibel auf die Anforderungen der herausfordernden Situation zu reagieren.

Das gesamte Video steht auf <https://www.youtube.com/watch?v=sDh5sCMFQ6o> zur Verfügung.

Über das interactive advertising bureau austria (iab austria)

In der Österreich-Sektion des interactive advertising bureau haben sich über 200 führende Unternehmen der digitalen Wirtschaft organisiert. Sie setzen Maßstäbe für die digitale Kommunikation, unterstützen die werbetreibenden Unternehmen mit Expertise, sorgen für Transparenz und fördern den Nachwuchs. Durch die Vielfalt der Mitglieder aus allen Bereichen der Digitalwirtschaft, ist der ganzheitliche Blick auf die für die Branche relevanten Themen gewährleistet. Das iab austria ist in

ständigem Austausch mit Politik, Öffentlichkeit und anderen Interessensgruppen. Weitere Informationen auf [https:// www.iab-austria.at](https://www.iab-austria.at) .

+ + + BILDMATERIAL + + +

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