

Moving Forward Round Table: Mediennutzung verÄ ändert die Wirtschaft â€“ BILD

ID: LCG20169 | 30.04.2020 | Kunde: Moving Forward | Ressort: Medien
Ä-sterreich | Medieninformation

Kommunikationsexperten diskutieren die Verantwortung der Medien während der COVID-19-Maßnahmen und den Impact der Mediennutzung in der neuen Normalität auf die Wirtschaft. Positiver Blick auf eine Gesellschaft mit Bodenhaftung.

Bilder zur Meldung in der [Mediendatenbank](#) : © leisure communications

Wien (LCG) – „Die Mediennutzung hat einen enormen Einfluss auf die Wiederauferstehung der Wirtschaft“, leitet **Josef Mantl** (JMC) am Mittwochnachmittag in die Digital-Round-Table-Diskussion von „Moving Forward – Shaping the Future“ mit **Richard Peer** (Holding Graz), **Markus Mair** (Styria Media Group), **Sandra Thier** (diego5 studios) und **Philipp Knefz** (Influencer) ein. Sie widmet sich der Frage, wie die COVID-19-Maßnahmen die Mediennutzung verändert haben und welche Rückschlüsse die Wirtschaft daraus ziehen sollte, um in die Recovery-Phase zu starten.

Medien tragen große Verantwortung

In der Holding Graz sind diverse systemrelevante Infrastruktur-Dienstleister wie der öffentliche Verkehr, die Wasser- und Stromversorgung, die Abfallwirtschaft, der Flughafen Graz oder Medienunternehmen vereint. Für Marketingleiter **Richard Peer** stellen die COVID-19-Maßnahmen den historisch größten Digitalisierungsschub dar. Er sieht eine massive Verlagerung auf den mobilen Contentkonsum, die auf das steigende Informationsbedürfnis der Bevölkerung an kommunalen Dienstleistungen zurückzuführen ist. Die Holding Graz beschäftigt sich derzeit intensiv mit der Information von Bürgern, Mitarbeitern und Medien.

„Seriöser Journalismus ist in der Ausnahmesituation besonders wichtig. Die Menschen informieren sich vorrangig über den ORF und die Printmedien und deren Digitalplattformen, die eine große Verantwortung tragen“, so Peer.

Etablierte Medienmarken haben für ihn eine Schlüsselrolle in der Information der Bürger. Zudem setzt er auf Bewegtbild und Kurzvideos, um Informationen verständlich und ansprechend zu streuen und dabei große Reichweiten zu erzielen. In der Mitarbeiterkommunikation setzt das Kommunalunternehmen auf eigene Apps und die Ausstattung aller Mitarbeiter mit Dienst-Smartphones, um auch jene Menschen zu erreichen, die aufgrund ihrer Tätigkeit nicht aus dem Homeoffice arbeiten können.

In die Zukunft blickend meint Peer, dass die Unternehmen der Graz Holding während der COVID-19-Maßnahmen ihre Stärken ausspielen konnten. Mit diesen Werten werden sie die Kommunikationsinhalte der Zukunft aufladen und dabei verstärkt auf Digitalisierung und Interaktion mit den Bürgern setzen.

Dezentrale Newsrooms und technische Herausforderungen durch Verdreifachung der Zugriffe

„Krisenzeiten sind Medienzeiten“, weiß Styria-Media-Group-CEO **Markus Mair**.

Die Umsatzrückgänge in der Medienbranche bewegen sich zwischen zehn und 50 Prozent und verlangen nach schlagkräftigen Strategien. Im Gegensatz zu Hotellerie und Handel sind die Medien zwar nicht so stark im Tagesgeschäft betroffen, leiden jedoch unter sinkenden Werbeumsätzen. Die Journalisten stehen vor neuen Herausforderungen durch die massive Informationsflut und individuelle Standpunkte aller Stakeholder.

Die Styria Media Group ist durch ihre multinationale Aktivität mit den unterschiedlichen Richtlinien in den jeweiligen Ländern konfrontiert und konnte durch hohen Digitalisierungsgrad schnell dezentralisierte Newsrooms einrichten. Der enorme Zuwachs beim Digital-Traffic – jener der Kleinen Zeitung hat sich verdreifacht – hat das Medienunternehmen auch in technischer Hinsicht vor laufend neue Herausforderungen gestellt.

Mair glaubt nicht daran, eine Gruppe mit 3.000 MitarbeiterInnen ausschließlich über digitale Tools führen zu können. Sie waren früher an fünf Standorten versammelt. Allein in der Styria-Zentrale in Graz arbeiten rund 1.100 Mitarbeiter, von denen nur mehr maximal 40 vor Ort anwesend sind.

„Die Mitarbeiter brauchen Transparenz und Perspektive“, berichtet Mair aus dem digitalen Führungsalltag.

Den persönlichen Kontakt werden Videokonferenzen trotz einiger Vorteile nicht ersetzen können.

„Die COVID-19-Maßnahmen beflügeln die regionale Wertschöpfung, was langfristig zu positiven Effekten führen kann. Die Gesellschaft ist etwas bodenständiger geworden. Im Idealfall wird es bleibende Werte geben“, so Mair.

Influencer werden zu Sinn-Fluencern

Die Video-Produktionslandschaft hat es laut **Sandra Thier** (Diego5) „kalt erwischt“. Im Influencermarketing habe sich jedoch wenig geändert, da die Multiplikatoren das Homeoffice gewöhnt sind. Viele Unternehmen schätzen die bereitstehenden Ressourcen für rasche Umsetzungen, wodurch sie steigende Anfragen in den letzten Wochen verzeichnen konnte.

„Die Unternehmen entwickeln eine höhere Bereitschaft, neue Wege zu gehen, um die Menschen in ihrer neuen Normalität zu erreichen“, ist Thier überzeugt. „Viele Influencer gehen mit gutem Vorbild voran.“

Auch Thier erkennt ein Umdenken in der Gesellschaft: „Schneller, höher und weiter ist nicht mehr die Maxime“.

Der Trend zu „Mobile First“ und die verstärkte Mediennutzung begünstigen das Geschäftsmodell der Influencer, meint **Philipp Knefz**. Bei den digitalen Multiplikatoren verortet er ein gestiegenes Verantwortungsbewusstsein abseits von Beauty- und Lifestyletrends. Wahrnehmung und Reichweiten seien durch die veränderte Lebenssituation gestiegen, meint der ehemalige Mister Austria. Budgets folgen der Mediennutzung jedoch nicht unmittelbar. Zahlreiche Aktivitäten wurden verschoben.

Während der Ausnahmesituation können Influencer die Beziehung mit ihren Followern jedoch intensivieren und damit an der kommerziellen Zukunft arbeiten. Content werde durch mangelnde Ressourcen einfacher und weniger professionell, dadurch aber nahbarer und relevanter, meint der Digital-Multiplikator.

„Der stationäre Handel hat jetzt die Möglichkeit, seine Vorteile auszuspielen und die Menschen von einem dualen System zwischen Online-Shopping und realem Einkaufserlebnis für regionale Produkte zu überzeugen“, sieht Knefz positive Aspekte.

Über Richard Peer

Seit Mai 2019 ist **Richard Peer** Marketingleiter der Holding Graz. Seine Laufbahn begann er als Redakteur in der Presseabteilung der Stadt Graz. 2009 gründete er peerpr, eine Agentur für Marketing und PR, mit den Schwerpunkten Public Relations, Social-Media-Marketing und Corporate-Identity-Management. Parallel

absolvierte er das Studium „Communication & Management“ an der Donau-Universität Krems. Im April 2019 verkaufte Peer seine Anteile an der Agentur, bevor er zum größten kommunalen Dienstleister im Süden Österreichs wechselte.

Über Markus Mair

Markus Mair ist seit 2013 CEO der Styria Media Group. Nach dem Studium der Rechtswissenschaften an der Karl-Franzens-Universität Graz und dem Gerichtspraktikum absolvierte er berufliche Tätigkeiten im Handel, war parlamentarischer Mitarbeiter, arbeitete im Banken- und Versicherungsbereich im Management und hielt Aufsichtsratsfunktionen inne. Zuletzt war er Generaldirektor der Raiffeisen Landesbank Steiermark, bevor er an die Spitze des größten steirischen Medienkonzerns wechselte.

Über Sandra Thier

Sandra Thier ist Geschäftsführerin und Gründerin von diego5 studios Branded Entertainment, Österreichs erstem Multi-Plattform Netzwerk. Vor diego5 studios war Thier langjährige Moderatorin der RTL2-Nachrichten, der reichweitenstärksten News-Sendung in der jungen Zielgruppe.

Über Philip Knefz

Phillip Knefz ist Unternehmer im Bereich Eventmanagement, PR und digitaler Kommunikation. Außerdem zählt der Ex-Mister-Austria zu den Top-Influencern im Bereich Fitness und Lifestyle in Österreich.

Über Josef Mantl

Josef Mantl ist ein österreichischer Kommunikationsunternehmer im Bereich Kampagnen, Events und Social Media. Er ist Vizepräsident der Mobile Marketing Association und mit seiner Kommunikationsagentur JMC Gründer und Veranstalter der Trend- und Innovationsplattform „Moving Forward - Shaping the Future“.

+ + + BILDMATERIAL + + +

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