

„Diskutiert Karriere: Wie Lernen, Haltung und Netzwerk den Erfolg im Digital Marketing bestimmen“ BILD

ID: LCG26072 | 20.04.2026 | Kunde: iab austria -interactive advertising bureau | Ressort: Wirtschaft & -sterreich | Medieninformation

Beim ersten iab NETwork des Jahres drehte sich alles um Karrierechancen und die Spielregeln einer Branche im Wandel. Life-Long-Learning, Anpassungsfähigkeit und ein starkes Netzwerk zählen zu den entscheidenden Erfolgsfaktoren.

Bilder zur Meldung in der [Mediendatenbank](#)

Wien (LCG) – Wie sehr sich das Digital Marketing derzeit im Umbruch befindet, zeigte sich beim ersten iab NETwork des Jahres besonders eindrucksvoll. Unter dem Titel „Karriere-Booster im Digital Marketing“ kamen Donnerstagvormittag führende Branchenvertreter zusammen, um über neue Anforderungen, Karrierewege und Zukunftsperspektiven zu diskutieren. In einem Spannungsfeld aus technologischen Umbrüchen, steigendem Leistungsdruck und einem zunehmend selektiven Arbeitsmarkt wurde deutlich: Wer heute erfolgreich sein will, muss sich kontinuierlich weiterentwickeln – fachlich wie persönlich.

Den inhaltlichen Auftakt bildete ein Impulsvortrag von **Marcus Kleemann** (Jobaffairs Personalmarketing), der zentrale Entwicklungen am Arbeitsmarkt einordnete. Im anschließenden Panel diskutierten **Lena Artes-Stockinger** (Mediaplus Austria), **Matthias Seiringer** (ORF-Enterprise), **Andrea Swift** (e-Dialog) und **Hannes Wurzwallner** (cptr Austria) darüber, wie sich diese Veränderungen konkret in der Praxis niederschlagen und welche Kompetenzen künftig den Unterschied machen werden.

„Die Auseinandersetzung mit Trendthemen zählt zu den zentralen Aufgaben des iab austria. Gerade im Digital Marketing gewinnt dabei die Frage nach Karrierewegen an Bedeutung“, so **Phillip Fumolo** (BRAME).

„Mit dem Weiterbildungsprogramm des iab austria – vom Zertifizierungskurs zum AI Officer über den Digital Marketing Booster bis hin zum iab Grundkurs Digital Marketing DACH – schaffen wir praxisnahe Angebote, die genau auf diese Anforderungen einzahlen und den Aufbau relevanter Zukunftskompetenzen ermöglichen“, ergänzt iab-Vorstandsmitglied **Maximilian Mondel** (MOMENTUM).

Der Arbeitsmarkt im Wandel

Der Arbeitsmarkt, so **Marcus Kleemann**, bewege sich zunehmend in Richtung eines anspruchsvolleren, selektiveren und zugleich widersprüchlichen Umfelds: Während der Fachkräftemangel weiterhin besteht, agieren Unternehmen bei Neueinstellungen zurückhaltender und treffen ihre Entscheidungen deutlich gezielter und kritischer. Für Bewerber bedeutet das vor allem eines – die Anforderungen steigen spürbar. Neue Mitarbeiter sollen schneller produktiv werden, klassische Einarbeitungsphasen verkürzen sich und die Messbarkeit von Leistung rückt stärker in den Fokus. Gleichzeitig wird ein fundiertes Branchenverständnis vorausgesetzt, während der kompetente Umgang mit Künstlicher Intelligenz zunehmend als neuer Standard gilt. Vor diesem Hintergrund rückt kontinuierliche Weiterentwicklung stärker denn je ins Zentrum erfolgreicher Karrieren:

„Man lernt nie aus ` ist die Devise des Digitalmarketings der Zukunft: stetige Weiterentwicklung ist die Zukunft. Nicht der perfekte Lebenslauf ist entscheidend, sondern Substanz – in Form von Branchenverständnis, KI-Kompetenz und echter Leistungsbereitschaft“, so Kleemann.

Gefragt sind dabei vor allem jene Fähigkeiten, die über reines Fachwissen hinausgehen: ein solides Business-Verständnis, der kompetente Umgang mit Daten und Plattformen, klare und präzise Kommunikation ohne Buzzwords sowie die Fähigkeit, Strategien auch tatsächlich in die Umsetzung zu bringen. Ergänzt wird dieses Profil durch ein sogenanntes T-Shape-Modell – also die Kombination aus breitem Überblickswissen und tiefer Spezialisierung – sowie durch ausgeprägte Lernfähigkeit.

Langfristiger Erfolg basiert laut Kleemann zudem auf bewussten Entscheidungen im Karriereverlauf: Wer früh von erfahrenen Persönlichkeiten lernt und sich später gezielt spezialisiert, schafft eine stabile Grundlage. Ebenso entscheidend ist der Aufbau eines starken Netzwerks sowie einer glaubwürdigen Reputation – denn Vertrauen sei „die härteste und zugleich langlebigste Währung“ im Markt.

In der praktischen Umsetzung bedeutet das vor allem, Weiterbildung aktiv einzuplanen, Verlässlichkeit als persönliches Markenzeichen zu etablieren und KI nicht nur zu verstehen, sondern produktiv in den Arbeitsalltag zu integrieren. Ebenso wichtig ist eine enge Nähe zu Kunden, Produkten und Umsatztreibern sowie eine sichtbare Präsenz innerhalb der Branche.

Karrierewege im Realitätscheck

Aufbauend auf diesen Impulsen wurde die Perspektive im anschließenden Panel um konkrete Erfahrungen aus der Praxis erweitert – und zugleich deutlich, wie unterschiedlich und individuell Karrieren im Digital Marketing verlaufen können.

Den Einstieg machte **Lena Artes-Stockinger**, die einen klassischen Karriereweg vom Studium über Praktika bis hin zum Berufseinstieg repräsentiert – und gleichzeitig betonte, dass nachhaltige Entwicklung vor allem im Dialog entsteht:

„Das Miteinander in der Branche – bewusst aufeinander zugehen, sich austauschen und voneinander lernen – ist ein zentraler Erfolgsfaktor. Inspiration entsteht für mich dabei weniger aus Theorie als vielmehr aus persönlichen Begegnungen und echtem Austausch.“

Dass Karrierewege keineswegs geradlinig verlaufen müssen, verdeutlichte im Gegenzug **Matthias Seiringer**, der seit über 16 Jahren beim ORF tätig ist. Seine Erfahrungen mit früheren technologischen Umbrüchen lassen sich unmittelbar auf aktuelle Entwicklungen übertragen:

„Als vor über einem Jahrzehnt Programmatic aufkam, standen wir vor ganz ähnlichen Herausforderungen wie heute – auch damals war proaktives Lernen entscheidend. Umso wichtiger ist es, neugierig zu bleiben und Innovationen wie KI nicht nur zu beobachten, sondern aktiv anzuwenden.“

Gerade in vertriebsnahen Rollen bleibe zudem ein Faktor unverändert zentral: der persönliche Austausch. Netzwerken, so Seiringer, sei kein Nebenschauplatz, sondern essenzieller Bestandteil des beruflichen Alltags.

Auch **Andrea Swift** steht exemplarisch für einen unkonventionellen Zugang zur Branche. Ihr Weg führte sie vom Studium der Germanistik und Anglistik zu Stationen im NGO-Bereich und schließlich ins Digital Marketing. Die CEO von e-dialog sieht Karriereentwicklung als bewusstes Zusammenspiel aus kollektivem Lernen und individueller Verantwortung. Weiterbildung entstehe weniger durch formale Angebote, sondern vor allem durch aktiven Austausch und Eigeninitiative.

„Aufmerksam sein, zuhören, präsent bleiben: Netzwerken ist dabei für mich gelebte Routine – mit klaren Zielen und dem Anspruch, authentisch zu bleiben“, erklärt Swift.

iab-austria-Präsident **Hannes Wurzwallner** unterstrich abschließend, dass nicht-lineare Lebensläufe im Digital Marketing keineswegs hinderlich sind, sondern oft neue Perspektiven eröffnen. Sein eigener Weg, geprägt von Umwegen und praktischer Erfahrung, steht exemplarisch für eine Branche, die Offenheit und Eigeninitiative belohnt. Lernen versteht er dabei als aktiven Prozess, der vor allem durch Ausprobieren und Austausch entsteht:

„Learning by Doing – den Mut haben, Neues auszuprobieren und einfach mal machen!“

Netzwerke fungieren Wurzwallner zufolge als entscheidender Hebel – nicht nur für den Wissensaustausch, sondern auch für neue Karrierechancen.

Über das interactive advertising bureau austria (iab austria)

Mit über 200 Mitgliedern aus allen Teilbereichen (Verlagshäuser und Medienunternehmen, Werbetreibende, Agenturen, technische Dienstleister und Start-ups) ist das iab austria die größte unabhängige Interessenvertretung der österreichischen Digitalwirtschaft. Das iab austria entwickelt im Dialog der spezialisierten und vernetzten Arbeitsgruppen mit allen Stakeholdern holistische Sichtweisen und vertritt die Interessen der gesamten Digitalwirtschaft konsensual. Um den Digitalstandort zu stärken, entwickelt das iab austria technische und rechtliche Standards sowie Aus- und Weiterbildungsprogramme, fördert den Wissensaustausch durch Veranstaltungen und Publikationen, veranstaltet mit dem iab webAD den wichtigsten Preis der Digitalwirtschaft und vertritt die politischen

Interessen auf nationaler und europäischer Ebene. Weitere Informationen auf iab-austria.at

+ + + BILDMATERIAL + + +

Das Bildmaterial steht zur honorarfreien Verwendung im Rahmen der redaktionellen Berichterstattung zur Verfügung. Hiermit wird ausdrücklich bestätigt, dass an den von uns zur Verfügung gestellten Bildern keinerlei Manipulationen vorgenommen wurden und es sich nicht um Bildmaterial handelt, das mittels eines Bildgenerators oder anderer Systeme unter Einsatz von künstlicher Intelligenz (KI) erzeugt oder modifiziert wurde. Weiteres Bild- und Informationsmaterial im Pressebereich auf leisure.at
(Schluss)