



© APA-Fotoservice/Jacqueline Godany (2)

Die Reichweite allein ist es nicht

Der Kampf um Reichweiten ist in Wahlkampfzeiten wichtiges Thema: Die APA-DeFacto lud zum Talk.

WIEN. Je höher die Reichweite, desto erfolgreicher die PR-Arbeit. Stimmt das wirklich? Passend zum laufenden Wahlkampf, widmete sich die aktuelle Ausgabe des APA-DeFacto-BusinessBreakfasts mit einer hochkarätigen Podiumsrunde unter dem Titel „Bewegt Präsenz (allein)? – Der Kampf um Reichweiten auf dem Prüfstand“ der Bedeutung und Wirkung von Medienpräsenz.

Heiße Zeit Wahlkampf

Der Kampf um Reichweiten, besonders in Wahlkampfzeiten ein aktuelles Thema, stehe nicht mehr allein im Mittelpunkt, waren sich die Experten weitgehend einig. „Was heute zählt, ist das Platznehmen in den Echo-kammern der jeweiligen Zielgruppe“, erklärte die Konzernsprecherin der Telekom Austria Group, Barbara Grohs. Klaus Schwertner, Geschäftsführer der Caritas der Erzdiözese Wien, wies in seiner Keynote auf die

steigende Bedeutung der Sozialen Medien bei der Erreichung von Zielgruppen hin: „Früher hat man nach dem Aufwachen zuerst das Radio angedreht, heute gilt der erste Blick dem Smartphone. Doch wie präsent sind wir *wirklich*, wenn wir, anstatt uns in die Augen, nur auf das Smartphone sehen?“, regte der Kommunikator des Jahres 2016 zum Nachdenken an.

„In den Sozialen Netzwerken rückt oft die einzelne Person in den Vordergrund und wird zur reichweitenstarken Marke“, so PRVA-Präsidentin Julia Wippersberg.

APA-DeFacto-Geschäftsführer Klemens Ganner sieht einen markanten Unterschied zwischen der medialen Präsenz von politischen Akteuren und jener von Unternehmenslenkern: „Wir haben heuer ein CEO-Ranking gemacht, um zu sehen, über wen in den Medien am häufigsten berichtet wird. Zwischen Politikern und Firmenchefs liegen

Welten, was die Quantität der Berichterstattung betrifft. Wirklich präsent sind jene CEOs, die zusätzlich eine öffentliche Funktion ausüben.“

Emotion spiele vor allem im Bereich der Sozialen Medien eine immer größere Rolle. „Wenn ich nicht in der Lage bin, Empathie bei meinem Publikum zu erzeugen, dann kann das ganz

Expertentalk

zum Thema „Reichweite und Medienpräsenz“ beim Branchenfrühstück „DeFacto-BusinessBreakfast“: Marcus Hebein (Moderation), Barbara Grohs (Telekom Austria), Klemens Ganner (APA-DeFacto), Petra Hauser (Exponential Business Hub), Julia Wippersberg (PRVA), Klaus Schwertner (Caritas, v.l.).

schnell zu einem Shitstorm führen“, sagte Petra Hauser, Geschäftsführerin von Exponential Business Hub.

Präsenz ohne Reichweite funktioniert aber dennoch nicht, so Wippersberg. Während die Sozialen Medien für Zielgruppengenauigkeit stünden, seien für große Reichweiten noch immer die traditionellen Medien zuständig, erklärte die Kommunikationswissenschaftlerin. Mit Bots und ähnlichen Features lassen sich jedoch die Reichweite sowie weitere Messzahlen Sozialer Medien schnell in die Höhe treiben.

Bots & Co

Hauser verwies auf den US-amerikanischen Präsidentschaftswahlkampf, bei dem in großer Zahl Twitter-Bots zum Einsatz gekommen waren, die mit täuschend echten Nachrichten Stimmung gemacht haben. Das Spiel von Kommunikation und Reichweite werde sich in Zukunft vor allem durch die zahlreichen technischen Neuerungen massiv verändern, prophezeite Hauser mit Andeutung auf den nahenden Aufstieg der „künstlichen Intelligenz“. (red)



Volles Haus beim APA-DeFacto-BusinessBreakfast Mittwoch dieser Woche.