

••• Von Dinko Fejzuli
und Laura Schott

Neue Entwicklungen bringen neue Chancen, so lautet das Credo von Angelika Sery-Froschauer, Obfrau des Fachverbands Werbung und Marktkommunikation und im Zivilberuf CEO der traditionsreichen Linzer Agentur sery* brand communications, und ihres Verbandsgeschäftsführers Markus Deutsch im ausführlichen Brancheninterview mit medianet.

medianet: Frau Froschauer, Herr Deutsch, sieht man sich die Entwicklung der letzten beiden Quartale an, so geht die Kurve leicht nach unten. Muss man sich um die Zukunft der Branche sorgen?

Angelika Sery-Froschauer: Nein, das muss man nicht. Die Werbebranche wächst immer noch, nur das Tempo hat sich verlangsamt. Die Konjunktur hat im Herbst einen Peak erreicht, nun kühlt sie ab. Das ist eine ganz normale Entwicklung. Wir sind also nicht in Krisenstimmung.

”

Das Bedrohungsszenario der Digitalisierung ist für uns keines mehr; im Gegenteil: Wir sind voller Kraft und Chancenpotenzial.

Angelika Sery-Froschauer
Fachverbandsobfrau & CEO
sery* brand communications

medianet: Die Digitalisierung und neue technologische Entwicklungen haben die Branche



© medianet

stark beeinflusst und werden dies auch in Zukunft tun. Wie hat man die Herausforderungen bisher gemeistert?

Sery-Froschauer: Wir haben in der österreichischen Agenturlandschaft eigentlich keine konzerngeführten Unternehmen, sondern viele kleine familiengeführte. Vor fünf, sechs Jahren haben wir uns schon alle ein bisschen Sorgen gemacht, ob wir es schaffen, mit den Entwicklungen Schritt zu halten. Noch dazu sind damals viele Junge aus der Digitalbranche auf den Markt dazugekommen. Heute wissen wir, dass das überhaupt kein Thema ist. Das Bedrohungsszenario ist für uns keines mehr – im Gegenteil: Wir sind voller Kraft und Chancenpotenzial. Das sage auch ich mit meiner Agentur, die mit 53 Jahren die älteste am Markt ist.

“

medianet: Die Angst, dass der eigene Job oder gar das Unternehmen durch die Digitalisierung gefährdet sind, ist also nicht berechtigt?

Sery-Froschauer: Nein, wir verlieren definitiv keine Arbeitsplät-

ze in der Branche. Die menschliche Intelligenz ist immer noch weit über dem, wozu künstliche Intelligenz momentan imstande ist. Unsere Dienstleistungen bestehen zu 99 Prozent aus menschlicher Expertise, KI kann uns dabei helfen, effizienter zu sein und uns vielleicht den einen oder anderen Arbeitsschritt zu ersparen, sie kann uns aber nicht ersetzen. Also keine Angst vor KI, sie wird uns enorm helfen!

medianet: Welchen Veränderungen steht die Branche gegenüber?

Sery-Froschauer: Wir müssen uns nicht neu erfinden, aber das Geschäftsmodell wird durch die Technologie trotzdem anders. Insbesondere müssen Services und Preisangebote überarbeitet werden. Nach Stunden- oder Zeichensätzen zu verrechnen, wird vielleicht bald nicht mehr möglich sein, weil es etwa die Reinzeichnung gar nicht mehr geben wird, wenn das in Zukunft eine Maschine erledigt. Man wird also schneller, kann aber nicht mehr nach Manntagen oder Zeit abrechnen, weil die Relation von Zeit und Budget in ihrem herkömmlichen Sinn nicht mehr stimmt.

medianet: Ist das Bewusstsein für diese notwendigen Änderungen bei den Mitgliedern schon vorhanden?

Markus Deutsch: Die Jungen, die nachkommen, haben hier überhaupt keine Probleme. Die haben schon ganz andere Gewohnheiten. Und obwohl sich auch die am Markt bereits Etablierten in der Branche schon sehr intensiv mit diesen Dingen auseinandersetzen, ist es wichtig, junge, gut ausgebildete Kräfte in die Unternehmen zu holen. Das ist nicht so einfach, denn wir haben einen hohen Fachkräftemangel in der Branche;