

# Sichtbarkeit schaffen

Seit Jänner hat APA-OTS mit Julia Wippersberg eine neue Geschäftsführerin. Im Fokus steht die Arbeit an bestehenden und neuen Produkten.

WIEN. Seit Jänner hat APA-OTS mit Julia Wippersberg eine neue Geschäftsführerin. Im Fokus steht die Arbeit an bestehenden und neuen Produkten.

In den letzten acht Jahren konnte Julia Wippersberg die APA – Austria Presse Agentur bereits kennenlernen. Sie war innerhalb der APA in verschiedenen Funktionen tätig und zuletzt bei APA-DeFacto für den Bereich Research und Consulting verantwortlich.

## Lange Historie

Davor hatte sie als Leiterin des ebenfalls der APA zugehörigen MediaWatch-Instituts für Medienanalysen bereits eine Leitungsfunktion in der APA Gruppe inne. In ihrer jetzigen Tätigkeit rückt die habilitierte Kommunikationswissenschaftlerin wieder näher an die PR heran. „In den letzten Jahren hatte ich vor allem mit Analysen und Beobachtung zu tun und finde es spannend, jetzt etwas Neues zu machen“, so Wippersberg.

Mit dem APA-OTS Originaltext-Service bietet die APA-Gruppe ein Produkt, das eine lange Geschichte hat und dabei auf einer simplen Idee beruht, nämlich der Verbreitung von Inhalten, sprich Presseaussendungen, an relevante Zielgruppen.



© APA/Rastegar

untersuchen, wie wir auch dort Sichtbarkeit für unsere Kunden schaffen können.“

## Videos und Influencer

Ein Thema, das derzeit stark im Kommen ist und deshalb verstärkte Aufmerksamkeit genießt, ist der Video-Bereich. Für APA-OTS geht es dabei einerseits um die Produktion, stärker noch um die Verbreitung. „Das Thema der visuellen Kommunikation beschäftigt uns im ganzen Konzern. Video erweitert die Kommunikation immer stärker – derzeit aber noch als Ergänzung zur textlichen Berichterstattung“, erläutert Wippersberg. Die Einschränkung auf eine jüngere Zielgruppe sieht sie dabei nicht, der Trend zu Video ist in allen Altersschichten unübersehbar. Durch die Erweiterung der APA-OTS-Produkte um neue Komponenten erhofft man sich einerseits Verbesserungen für bestehende Kunden und andererseits die Ansprache neuer Kundensegmente.

## Ein Blick über die Grenzen

Im Analysestadium befindet man sich bei APA-OTS derzeit auch, wenn es um die Ansprache von Bloggern und Influencern geht, die oft nicht über die selben Kanäle wie klassische Medien erreichbar sind. „Wir wissen, dass die PR mit Bloggern und Influencern zusammenarbeitet; nun gilt es, herauszufinden, über welche Kanäle wir sie erreichen können“, so die neue APA-OTS-Geschäftsführerin. Die Zukunft liege jedenfalls, so Wippersberg weiter, in der *Individualisierung* und *Personalisierung* – auch im Kontakt mit Journalisten.

Um an Ideen für neue Produkte und Innovationen zu kommen, hilft oft ein Blick über die Landesgrenzen hinaus – dabei ist allerdings auch Vorsicht geboten. „Man muss beim Blick außerhalb des Landes das Maß

”

*Wir wollen uns auf die Kernaufgabe der OTS konzentrieren – die Verbreitung von Inhalten und die Schaffung von Sichtbarkeit für unsere Kunden.*

“

pen. „Es geht grundsätzlich darum, Öffentlichkeit herzustellen. Wenn ich verlässlich eine bestimmte Menge an Personen erreichen möchte, ist es gut, mich auf eine Infrastruktur zu verlassen, die das zur Verfügung stellt“, führt Wippersberg aus. Während die Idee immer dieselbe bleibe, versuche man, das Produkt weiterzuentwickeln, so Wippersberg: „OTS ist nach wie vor ein gern und häufig genutztes Portal, die Kanäle der PR sind aber breiter geworden, und wir

## Julia Wippersberg

Seit Jänner 2019 ist Julia Wippersberg die neue APA-OTS-Geschäftsführerin. Zuletzt verantwortete sie den Bereich Research und Consulting der APA-DeFacto.