



© APA (2)

Jubiläum

Das 1969 installierte „Zweite Netz“ der APA richtete sich an Parteien und Unternehmen und war der Vorläufer der heutigen APA-OTS.

50
Jahre

behalten – in Deutschland gibt es etwa viele große Unternehmen. Bei neuen Produkten geht es darum, zu schauen, welche Teile für Österreich umgesetzt werden können“, erklärt Wippersberg. Ein Beispiel sei die Einrichtung von sog. Corporate Newsrooms, wie es sie in einigen großen US-Unternehmen gibt. Um so ein Konzept umzusetzen, brauche es eine gewisse Unternehmensgröße, die in Österreich oft fehle. Das ist eine Frage des Marktpotenzials.

Zukunftsworkshop

Der Frühling hat bei APA-OTS mit einem Zukunftsworkshop begonnen; im Fokus stand dabei naturgemäß der laufende Wan-

del der Medien- und Kommunikationsbranche, der eine ständige Herausforderung ist, die es zu bewältigen gilt. „Unsere Aufgabe ist es, Sichtbarkeit herzustellen; dabei stellt sich die Frage, wie man an die Öffentlichkeiten herankommt“, führt Wippersberg aus. „Wir haben uns intensiv mit der Frage nach der Weiterentwicklung bestehender und die Einführung neuer Produkte beschäftigt.“ Mögliche Produktneuerungen wurden dabei im Detail durchgedacht und auf die notwendigen Anforderungen untersucht. Bei Videoprodukten müsse etwa sichergestellt sein, dass Videos zu *jedem* Zeitpunkt hochgeladen werden können, und dass außerdem entsprechende Reporting-Funktionen verfügbar sind.

Eingespieltes Team

Während Trends zwar grundsätzlich mit Vorsicht zu genießen sind, dürften sich einige Entwicklungen im Medien- und Kommunikationsmarkt aber als permanent erweisen. Wippersberg: „Beim Medienkonsum wird die einstmalige Linearität wohl nicht wiederkehren – wieso sollte jemand die gewonnene

Freiheit aufgeben wollen?“ Dieser Wandel erfordert von Kommunikation und Information ständige Anpassungen.

Die ersten 100 Tage waren für die neue APA-OTS-Geschäftsführerin einerseits von der Einarbeitung in bestehende Prozesse geprägt, andererseits hat Wippersberg bereits erste Richtungsvorgaben vorgenommen. „Ich kann bei meinem Team auf viel Know-how bauen, das Team weiß wahnsinnig gut, was es tut. Es macht Spaß, jetzt neue Dinge anzugreifen und wieder zu den Kunden zu gehen“, so Wippersberg. Gerade das disperse Kundenportfolio von APA-OTS bietet großes Potenzial. „Wir haben viele Kunden, die unterschiedliche Professionalisierungsgrade haben – manche wollen begleitet und beraten werden, während andere gern selbst arbeiten“, erläutert Wippersberg.

Persönlicher Kontakt zählt

Denn was bei allen Neuerungen in jedem Fall erhalten bleiben soll, ist der persönliche Kontakt. Von vollständiger Automatisierung hält Wippersberg nicht viel: „Ich bin kein Freund davon, alles zu automatisieren; viele Kunden schätzen den persönlichen Support – der menschliche Aspekt ist dort unumgänglich.“ (fj/shr)

APA-Zentrale

Weit über 500 Mitarbeiter arbeiten für die APA.

APA-OTS Originaltext-Service

Distribution von PR-Inhalten

Der APA-OTS Originaltext-Service ist der in Österreich führende Dienstleister für die Verteilung digitaler PR-Inhalte an Medien und Öffentlichkeit. Inhaltlich kommen dabei Text, Bild, Grafik, Audio- und Video-Formate zum Einsatz. Neben der Verbreitung unterstützt APA-OTS Kunden auch bei der Contentproduktion. Mit Julia Wippersberg hat das Tochterunternehmen der APA seit Jänner 2019 eine neue Geschäftsführerin. Künftig sollen bestehende Produkte verbessert und Potenziale für Neuerungen ausgelotet werden..

