

Der „heiße Scheiß“

Auf die Kommunikationsbranche kommen in Zukunft neue Herausforderungen zu – wie sehen sie aus?



ikp-Geschäftsführung: Martin Dechant, Susanne Hudelist, Maria Wedenig, Peter Hörschiger und Andreas Windischbauer.

••• Von Sascha Harold

WIEN. Wie wir miteinander kommunizieren, hat sich in den vergangenen Jahren grundlegend verändert. Durch Digitalisierung ist Kommunikation nicht mehr linear, sondern vernetzt und interaktiv. Der Siegeszug der Sozialen Medien bringt mehr Information als je zuvor – zumindest glauben wir das. Dadurch hat sich die PR-Branche in den vergangenen Jahren stark verändert.

Das neue Mindset

Die Schnelligkeit des digitalen Markts ist einer der Hauptfaktoren dafür, dass wir PR radikal neu denken müssen. Neuerungen stehen an der Tagesordnung – allein in den vergangenen 15 Jahren sind mit Facebook, Twitter, Instagram, Snapchat, WhatsApp und Co. Schlag auf Schlag neue Kommunikationstools dazugekommen. „Nicht nur, dass der Handlungsspielraum in der Kommunikation dadurch viel größer gewor-

den ist; wir können diese Tools spezifischer einsetzen als je zuvor. Wir wissen, welche Zielgruppe mit welchen Interessen wann und auf welchem Kanal online ist. Daten sind in der PR immer schon ein Schatz gewesen und werden es in Zukunft noch stärker sein“, so Martin Dechant, Geschäftsführer ikp Vorarlberg.

Steuerung aus dem Cockpit

PR sei nach wie vor der „heiße Scheiß“ – in die heutige Zeit übersetzt und richtig angewendet. „Egal ob online oder offline: Crossmediales Denken und Handeln wird immer wichtiger. Daher ging zum Beispiel im Frühsommer 2017 das ‚ikp Cockpit‘, unsere interne, digitale Wiki-Plattform online. Sie ermöglicht es uns, als vernetztes Unternehmen – mit Standorten in Wien, Salzburg und Vorarlberg – Informationen, Dokumente und Wissen zu teilen und kollaborativ zu bearbeiten“, erzählt Andreas Windischbauer, Geschäftsführer ikp Salzburg.

Auch die Anforderungen an die Mitarbeiter haben sich mit der Zeit geändert. Reichten früher journalistische Skills für PR-Professionals, so sind die Anforderungen mittlerweile viel breiter angelegt. „PR-Mitarbeiter kümmern sich heute um digitale Kanäle, Social Media, Online Marketing, Investor Relations, SEO, den Austausch mit neuen Multiplikatoren, Themenmanagement und noch vieles mehr“ weiß Susanne Hudelist, Geschäftsführerin ikp Wien.

Fazit: Mutig bleiben!

Mit zunehmenden Angeboten an Kanälen, Tools und Zielgruppen muss die Kommunikation agil sein. „Dabei ist eines ganz wichtig: PR-Agenturen müssen experimentieren, sich weiterentwickeln und den Fortschritt vorantreiben – Stillstand kommt nicht infrage, auch mit dem Risiko, Fehler zu machen“, schließt Peter Hörschinger, Geschäftsführer ikp Wien & Salzburg.

JUBILÄUM

Nachhaltige Energiezukunft

WIEN. Seit einem Jahr betreut die Wiener Kommunikationsagentur Unique Relations das Green Energy Lab, das heuer sein einjähriges Bestehen feiert. „Wir waren in unserem ersten operativen Jahr sehr erfolgreich: Wir konnten insgesamt 15 Projekte mit einem Gesamtprojektvolumen von 40 Mio. Euro ins Laufen bringen und die Anzahl unserer Partner mehr als verdoppeln“, sagt Christian Panzer, Vorstandssprecher des Green Energy Lab.

Übersetzungsarbeit

Kommunikativ bietet das Thema einige Herausforderungen. „Das Forschungsfeld ‚Erneuerbare Energien‘ ist sehr komplex und bedarf einiges an ‚Übersetzungsarbeit‘. Mit maßgeschneiderten Storylines ließen sich aber bereits einige interessante Berichte platzieren“, erläutert Radostina Reiter, Communication Managerin beim Green Energy Lab. Bereits in den ersten Monaten des neuen Jahres werden die nächsten Fortschritte in den laufenden Projekten erwartet.



Green Energy Lab

Das Green Energy Lab feiert sein einjähriges Bestehen.