



© Grayling/Inge Prader

Auch Grayling Austria-CEO Sigrid Krupica ist derzeit von ihrem Homeoffice aus für ihre Kunden im Einsatz.

# Virtuell vernetzt

Grayling hat sich auf die aktuelle Krise eingestellt und bemüht sich um das Wohl von Kunden und Mitarbeitern.

••• Von Sascha Harold

WIEN. Grayling Austria hat sich schnell auf die neue Situation eingestellt. Neben Homeoffice stehen vor allem die laufenden Projekte im Fokus. CEO Sigrid Krupica führt aus: „Die Kundenarbeit hat sich seit letzter Woche schlagartig geändert und wir liefern das, was gerade gebraucht wird: Mehr strategi-

sches Sparring, weniger Kampagnenplanung. Mehr Wordings, weniger Fun-Content-Kreation. Mehr interne Kommunikation, weniger Medienarbeit. Mehr Monitoring, weniger Social Ads.“

Die Auswirkungen der Covid-19-Krise machen es notwendig, dass professionell, mit Fingerspitzengefühl und Empathie kommuniziert wird. Auch die politischen Rahmenbedingun-

gen ändern sich durch die Krise, noch ist nicht absehbar, mit welchen Auswirkungen. An erster Stelle steht fürs Erste Schadensbegrenzung.

## Tagesaktuelle Updates

Für österreichische, aber auch internationale Organisationen und Unternehmen ist es jetzt essenziell, tagesaktuell über aktuelle Entwicklungen Bescheid zu

wissen. Das weiß auch Krupica: „Unsere 100+ Grayling Public-Affairs-Consultants in den EU-Mitgliedsstaaten sowie in Großbritannien und Russland liefern deshalb ab sofort einen länderübergreifenden Überblick, wie sich die politischen Rahmenbedingungen verändern. Und zwar täglich – im Grayling Covid19-Briefing. Wir wollen dazu beitragen, dass Unternehmen Antworten auf wichtige Fragen finden.“ Sie sieht die enge Vernetzung über Ländergrenzen hinweg ist dabei eine große Chance: „Keine Region, kein Land, kein Unternehmen und keine Einzelperson kann diese Herausforderung alleine stemmen.“

## Mit voller Kreativität voraus

Positive Beispiele für den Umgang mit der aktuellen Situation liefern die Grayling-Kunden. Krupica: „Viele unserer Kunden leisten Großartiges: Das AMS Österreich mit dem Corona-Kurzarbeitsmodell und der Unterstützung vieler arbeitslos gemeldeter Menschen, Billa mit der Aufrechterhaltung der Nahversorgung, die Airline Level mit ihren Rückholflügen, Palfinger mit 300.000 gespendeten Schutzmasken oder Microsoft mit Kollaborationslösungen wie Teams.“

## Modern aufgestellt

alpha\_z will kreative Tools und Plattformen nutzen.

WIEN. Seit September 2019 ist alpha\_z in der heutigen Form – nach der Fusion von alphaaffairs und Kobza Integra – auf dem Markt. Mit neuen digitalen Angeboten soll die proaktive Kommunikation mit den Kunden auch in der Krisenzeit aufrechterhalten und weiterentwickelt werden. Managing Director Florian Faber: „Storytelling ist der Schlüssel für

unsere Arbeit – zur richtigen Zeit, in den richtigen Kanälen, mit den richtigen Worten.“ Auch während des Shutdowns entwickelt das frisch aufgestellte alpha\_z Team neue Ideen und Projekte. Darunter etwa ein leistungsfähiges Streaming-Tool, das digitale Events mit großen Zuschauermengen erlaubt, oder die im April startende „Podcasts aus dem Shutdown“-Reihe. (red)



© alpha\_z

Seit September 2019 ist das Team von alpha\_z am Start.