



© Martina Berger

„Es gab deutlich mehr Kommunikationsbedarf“

Wie sieht eigentlich die Welt aus der Sicht eines Werbers bzw. eines PR-Experten aus? **medianet** bat Rudi Kobza und Gregor Schütze zum Doppelinterview.

••• Von Dinko Fejzuli

Corona hat alles durcheinandergewirbelt – auch in der Kommunikation. Anlässlich der ersten Lockerungsmaßnahmen bat **medianet** Rudi Kobza, Kreativagentur Kobza and the hungry eyes (KTHE), und Gregor Schütze,

Geschäftsführer von Schütze. Positionierung, zum Talk, und fragte die beiden, wie sich die ganze Situation aus ihrer beider Sicht dargestellt hat und wie es nun weitergehen sollte.

medianet: Herr Schütze, Herr Kobza, Corona hat unser aller Leben gehörig aus dem Lot gebracht, aber auch die Art, wie

Menschen und Unternehmen kommunizieren. Wie sehen Sie das jeweils aus Ihrer Sicht, denn wie es scheint, ist gerade während Corona bei vielen Unternehmen der Bedarf nach Kommunikation zu den Stakeholdern deutlich gestiegen.

Gregor Schütze: Die Wahrnehmung des steigenden Kommunikationsbedarfs teile ich. Durch

den Lockdown und den Transfer der Mitarbeiter ins Homeoffice und in digitale Kanäle haben sich neue Notwendigkeiten ergeben – sei es durch Unterstützung bei interner Kommunikation oder bei einzelnen Geschäftsmodellen vieler Kunden und Partner, die innovative Lösungen gebraucht haben, wie sie etwa in dieser Zeit kommunizieren kön-