

”

Innerhalb der Holding hat mir vor allem der Zusammenhalt der Kollegenschaft imponiert.

Richard Peer
Marketingleiter
Holding Graz

“

und gezielt weiterentwickelt“, erklärt Peer.

Aufgrund des Social Distancing hat sich vieles in den Online-Bereich verlagert, weshalb „wir stark auf digitale Angebote für die Bürger – etwa über unsere Apps – setzen“.

Sofort umgesetzt

Als etwa die Einfahrt ins Recyclingcenter wegen der Corona-Verordnungen nur noch nach Voranmeldung möglich war, wurde in der Graz-Abfall-App rasch und unkompliziert die Möglichkeit für die Bürger geschaffen, sich ein Einfahrtsticket ins Recyclingcenter online zu buchen. Das kam sehr gut an: „Allein in diesem Zeitraum verzeichneten wir täglich rund hundert App-Downloads – bis zum Ende des ersten Lockdowns bedeutet das eine sechsfache Anzahl an Downloads. Bei den Graz Linien haben wir mit der Graz-Mobil-App rund 70.000 neue Downloads erzielt und den digitalen Ticketkauf in Graz etablieren können.“

Es sei eben die Aufgabe, die Bürger, Mitarbeiter und Medien in Echtzeit und möglichst rasch zu informieren. Das gelinge zum einen über die Unternehmenswebsite der Holding Graz; zusätzlich setze man, neben der

Social Media-Kommunikation, auf Affiliate- und Mobile-Marketing. Die Anpassung der Inhalte und Formate für die Nutzung auf Mobile Devices, also Smartphones und Tablets, habe sich definitiv bewährt – dazu zählt etwa der verstärkte Einsatz von Bewegtbild-Formaten wie Erklärvideos: „Was wir im letzten Jahr deutlich beobachten konnten, war der stetig steigende Anteil von Bewegtbild-Formaten in der Kommunikation, insbesondere bei der jungen Zielgruppe. Wir arbeiten deshalb an einem eigenen Filmstudio, das uns erlauben wird, selbstständig Videostatements und Diskussionsformate zu produzieren. Im zweiten Quartal 2021 wird außerdem die neue Holding-Website online gehen.“

Neue Website

Die neue Website habe die Maxime Mobile First, um eben auch unterwegs das beste Service bieten zu können. „Wir arbeiten außerdem gemeinsam mit einem Grazer Start-up-Unternehmen und unserem Tochterunternehmen ITG an digitalen Assistenten, also künstlicher Intelligenz, die den Bürgern gewisse Suchprozesse auf der Website erleichtern werden“, erzählt Richard Peer über ein weiteres wichtiges Feature, das die Website aufweisen wird.

Ein weiterer Kernpunkt bezüglich Service – auch das zeigte sich in den letzten Monaten in der Kommunikation – ist das Anbieten von Information in mehreren Sprachen. „Innerhalb der Grazer Bevölkerung spielt das Thema eine wichtige Rolle – nicht nur, was den Online-Bereich betrifft. Schließlich sind rund 25 Prozent der Grazer mehrsprachig. Besonders in Krisenzeiten ist Mehrsprachigkeit in der Information entscheidend“, führt Peer aus. „Zum Beispiel hat unsere Inhouse-Agentur ‚achtzigzehn‘ für das Land

Steiermark und die Stadt Graz die Informationskampagne für die Massentests im Winter in insgesamt vierzehn Sprachen übersetzt, um verschiedene Bevölkerungsgruppen zu erreichen.“

Großer Zusammenhalt

Es kommen 2021 also einige neue Entwicklungen vonseiten der Holding Graz (siehe Kasten). So wie es aussieht, wird die herausfordernde Situation rund um Corona auch in diesem Jahr eine Rolle im Leben der Menschen und somit auch derer spielen, die die Services in Österreichs zweitgrößter Stadt nutzen. Wie das Jahr 2020 gemeistert wur-

de, stimmt Richard Peer deshalb optimistisch und lässt ihn hoffnungsfroh nach vorn blicken.

„Die Prioritäten während einer weltweiten Pandemie verändern sich rasch“, erklärt er abschließend, „und Gesundheit ist das wichtigste Gut. Innerhalb der Holding hat mir vor allem der Zusammenhalt der Kollegenschaft imponiert. Egal ob Vorstand, Betriebsrat, Bereichsleiter oder Mitarbeiter der Linien, Abfallwirtschaft, Wasser- oder Energieversorgung: Es haben alle an einem Strang gezogen, um die Grazer in dieser Krise bestmöglich zu servieren. Ich denke, darauf dürfen wir als Unternehmen stolz sein.“ (gs)



© Lupi Spuma

Das erwartet Graz im Jahr 2021

Digitaler Vertrieb im Fokus

Im Marketing steht der Ausbau der digitalen Vertriebskanäle im Fokus: „Seit dem letzten Jahr sind wir zum Beispiel auch für das Citymanagement in Graz verantwortlich, also für die Bewerbung des Grazer Innenstadthandels; die GrazGutscheine als Grazer ‚Währung‘ für die Innenstadt sind dabei ein zentrales Element.“ Richard Peer gibt zudem einen Ausblick auf die geplanten Vorhaben 2021.

Regionalen Handel unterstützen

„Wir konnten mit gezielten Kampagnen im Krisenjahr 2020 einen absoluten Umsatzrekord von ca. 8,5 Mio. Euro in GrazGutscheinen erzielen. Das Allzeit-Hoch lag bei sechs Mio. Euro. Das zeigt, dass die Grazer gerade in Krisenzeiten ganz bewusst den regionalen Handel unterstützen wollen. Unser Job wird es sein, auch diese Angebote noch stärker zu digitalisieren.“