

Ein Megabudget allein wird es nicht richten

Neue Herausforderungen: Der aktuelle Grayling Trend-Report gibt Auskunft über die wichtigsten Trends in der Kommunikationsbranche.

... Von Dinko Fejzuli

Die internationale Kommunikationsagentur Grayling zeigt in ihrem aktuellen Trend-Report fünf Schlüsseltrends auf, mit denen Unternehmen und Organisationen 2023 bei ihrem Zielpublikum erfolgreich punkten können.

medianet bat dazu Grayling-CEO Sigrid Krupica und Managing Director Nicole Hall zum Talk.

medianet: Frau Krupica, Frau Hall, in Ihrem neuen Grayling-Report ist unter anderem die Rede davon, dass sowohl die Zielgruppen als auch die Medienkanäle immer fragmentierter und granulierter werden. Dadurch werde das Targeting auch immer schwieriger. Und wie Laura Thomas, Head of Strategy Grayling International, meint, würden hier noch größere Media-Budgets das Problem nicht lösen. Wie begegnet man dann dieser Entwicklung?

Sigrid Krupica: Die großen Suchmaschinen und Social Media-Plattformen spielen an Userinnen und Usern immer stärker personalisierte Inhalte aus. Das bedeutet, wir bekommen in der Online-Welt vor allem jene Inhalte angezeigt, von denen der Algorithmus der jeweiligen Plattform annimmt, dass sie unseren persönlichen Interessen entsprechen. Das Medienbudget einer Kampagne kann also noch zu hoch sein und trotzdem die angestrebte Zielgruppe möglicherweise nie erreichen. Ein Unternehmen kann beispielsweise einen redaktionellen Beitrag

Im Trend-Talk

Grayling-CEO Sigrid Krupica und Managing Director Nicole Hall.

