



© Österreichische Marketing-Gesellschaft/APA-Fotolibrary/Schiedl

Experten-Talk

Joachim Feher, Barbara Rauchwarter, Viktoria Zischka, Alexander Oswald, Melanie Fedl und Harald Sulzbacher.

aus ganz praktischen Gründen Sprachsteuerungen einsetzen – etwa, weil die Schrift am Display einfach zu klein sei. „KI hat einen großen Convenience-Aspekt“, so Zischka.

Die Sprecherin und Sängerin Melanie Fedl attestierte KI Aufholbedarf, vor allem was feine Nuancen und die Betonung einzelner Worte betrifft. „Da fehlt ein Stück Seele“, so Fedl, und: „Audio ist ein wichtiges Tool, um Marken eine Seele zu geben. Insofern wird die menschliche Stimme weiterhin eine wichtige Rolle spielen.“

Besser als KI?

Sounddesigner, Komponist und Musikproduzent Harald Sulzbacher sah das ähnlich: „Es kommen bereits viele Kunden mit großem Know-how auf uns zu und fragen, ob wir das besser können als die KI. Wir müssen ihnen den Unterschied klarmachen: Eine Emotionalisierung können wir mit KI noch nicht erreichen. Dazu braucht es den menschlichen Funken.“

Einig war man sich aber, dass sich KI-Anwendungen derzeit rasant verbessern. Man müsse, so Viktoria Zischka, an den Innovationen dranzubleiben. (red)

Superkraft Stimme

Unter dem Motto „The Rise of Voice Marketing“ lud die ÖMG ins APA-Pressezentrum zu Vorträgen.

WIEN. Die Österreichische Marketing Gesellschaft veranstaltete in Kooperation mit der Fachgruppe Werbung und Marktkommunikation und RMS Radio Marketing Service kürzlich eine Diskussionsrunde zum Thema „The Rise of Voice Marketing“.

Den Startschuss machte Joachim Feher mit einem Impulsvortrag über Audio als Superkraft. „Marken brauchen eine

Seele. Audio hat eine Superkraft: Es ist der direkte Zugang zur Emotion. Und: Wir können zwar oft wegschauen, aber meist nicht weghören“, so der Audiomarketing-Experte. Da wir bis zu dreimal schneller sprechen als schreiben, dürften sich Sprachsteuerungen als wichtiges Eingabetool in Zukunft etablieren und viele Tastenfelder ablösen, so Feher. Sprache sei eine wichtige Datenquelle.

Außerdem diskutierten Sprecherin und Sängerin Melanie Fedl, Harald Sulzbacher (gosh! Audio Agentur) und Viktoria Zischka (Retail Media Billa und ÖMG-Vorständin) unter der Moderation von ÖMG-Präsident Alexander Oswald über die neuesten Trends und Innovationen in der Welt der Stimme. So gab Zischka zu bedenken, dass auch die älteren Generationen KI im Alltag nutzen. Die würden KI

Kampagne mit Schneckerl

„Schiefer x Legende“ zu Fußball und Vergaberecht.

WIEN. Ohne passende Strategie setzt man sich weder am Spielfeld noch bei Verhandlungen gegen die Konkurrenz durch. Pünktlich zum Start der Uefa Euro 2024 launcht die auf Vergaberecht spezialisierte Kanzlei Schiefer Rechtsanwälte eine Kommunikationskampagne der besonderen Art. In der Video- und Podcast-Reihe mit dem Titel „Schiefer x Legende“ plaudert

Vergaberechtsexperte Martin Schiefer mit Fußball-Legende Herbert „Schneckerl“ Prohaska über den Schlüssel für Erfolg. Dafür trafen sich die beiden „Team-Kapitäne“ im Fußball-Stadion. Das Ergebnis: Eine kreative Kampagne mit zahlreichen Anekdoten aus der Fußball- und Vergabewelt, ausgestrahlt unter anderem auf YouTube, Spotify, LinkedIn oder Instagram. (red)



© Andreas Gabler

Martin Schiefer und Herbert Prohaska in der Kampagne „Schiefer x Legende“.