

„Werbung wird es immer geben“

In Zukunft seien Ethik und Verantwortung gefragt, meint Kommunikationsexpertin Birgit Oberhollenzer-Praschberger.

Wie kann man sich aktuell den erhöhten Marketing- und Werbebedarf erklären?

Birgit Oberhollenzer-Praschberger: Werbung gab es immer und wird es immer geben. Schon Henry Ford sagte: Fünfzig Prozent der Werbung sind umsonst, man weiß nur nicht welche fünfzig Prozent. Durch Social Media und andere Kommunikationskanäle war es noch nie so leicht, eine Botschaft zielgruppengenau zu platzieren.

Wo führt das hin?

Oberhollenzer-Praschberger: Bei der heutigen Informationsflut wird es zunehmend um Ethik gehen. Was überschreitet Grenzen in der Werbung? Persönliche Verantwortung ist gefragt, nicht schnelle Aufmerksamkeit auf Kosten anderer.

Warum ist es in Ihren Augen

heutzutage nahezu für jede Institution, auch Bildungseinrichtungen, wichtig, für sich zu werben?

Oberhollenzer-Praschberger: Das Weiterbildungsangebot und die Anzahl der Anbieter haben in den letzten Jahren stark zugenommen – vor allem auch an Vielfalt. Die Bildungseinrichtungen müssen ihr Alleinstellungsmerkmal entsprechend kommunizieren, um sich von anderen Anbietern abzuheben und damit potenzielle Interessenten auf sie aufmerksam werden.

Hat die Zunahme an kreativen Webauftritten mit unserer digitalisierten Gesellschaft zu tun?

Oberhollenzer-Praschberger: Durch die Digitalisierung bzw. Arbeit 4.0 verändert sich unser Arbeitsalltag. Stichwort

Agilität: Agile Organisationen mit beweglichen Strukturen sind gefragt. Open dynamic systems mit Teams und Projekten statt strengen Hierarchien. Das bedeutet natürlich neue Herausforderungen für Organisationen und ihre Führungskräfte. Gerade beim Scheitern von Projekten rangiert auf Platz 1 „Kommunikationsschwierigkeiten“. Agilität bedeutet also viel Kommunikation sowie Teambuilding, Coaching von Gruppen und Führungskräften.

Was heißt das konkret?

Oberhollenzer-Praschberger: Als Kommunikationsagentur bedeutet das, sich auf die neuen Gegebenheiten einzustellen. Ich biete seit Jahren neben der klassischen PR-Arbeit Kommunikationsworkshops und Trainings an. Gerade in letzter Zeit bemer-

ke ich eine starke Nachfrage nach Kommunikationsseminaren und Textwerkstätten. Die Digitalisierung wird die Bedeutung von Kommunikation nämlich nicht schwächen, ganz im Gegenteil: Es wird in unserer schnelllebigen Welt noch wichtiger werden, klare Botschaften kurz und knackig auf den Punkt zu bringen. Und das wird sich nicht ändern: Wer sich gut und pointiert ins Licht rückt, wird gesehen und gehört.

**Das Gespräch führte
Nina Zacke**

Zur Person

Birgit Oberhollenzer-Praschberger leitet ihre eigene Kommunikations- und Eventmanagementagentur in Stans.



Ethik und persönliche Verantwortung werden in Zukunft wichtige Stützpfeiler in Sachen Werbung sein.

Foto: iStock