

„Digitale Transformation & PR 4.0“ sind die Themen der Stunde.



Yussi Pick, Julia Wippersberg (c) APA/Martin Hörmandinger

Die Herausforderung der Zukunft in der PR sorgte für einen Besucherrekord mit 500 Teilnehmern beim fünften Österreichischen Kommunikationstag. In 20 verschiedenen Panels bot sich für die Teilnehmer die Möglichkeit, Inputs für die tägliche Kommunikationsarbeit zu bekommen. Außerdem lieferten noch zwei Keynote-Speaker verwertbare Insights. Einerseits skizzierte Christoph Moss (mediamoss) themenorientierte Steuerung durch Newsroom-Strukturen in der Unternehmenskommunikation. Der weiterführende Best Case mit Oliver Santen (Siemens) zum Thema Newsroom stellte sich der Frage, ob es ein wirklicher Mehrwert oder doch mehr unter der Kategorie Hype zu verzeichnen ist. Andererseits bot Yussi Pick (Pick & Barth Digital Strategies) Einblicke und reflektive Learnings zur Clinton-Kampagne für digitale Kommunikation und Public Affairs.

Spannend auch jedes einzelne der 20 Panels, in denen diskutiert, Best Cases oder Vorträge abgehalten wurden. Wie zum Beispiel das spannungsgeladene Thema mit Johannes Vetter (OMV) und seinem „Content-Marketing hat uns der Teifl gebracht“. Auch die PRVA Newcomers waren mit „Voices of Tomorrow – Kommunikation der Generation Y“ als Sprachrohr ihresgleichen vertreten. Blogger Relations als junge Disziplin mit dem Blogger Richie **Pettauer** konnte viele Interessierte locken, zumal auch gleich Analysen und praxistaugliche Tipps mitgeliefert wurden. Dazu passend bot Verena

Krawarik (APA-medialab) mit Rapid Prototyping Einblicke, wenn es um Innovationslösungen im PR- und Medienbusiness geht. Spannend auch die Frage, vom „Du zum Wir“ zu kommen. Anhand eines Best Case wurde von Martin Zander (Otto) der Kulturwandel 4.0 der Otto Group und die Auswirkungen auf die Kommunikationsarbeit anschaulich dokumentiert.

OK

Zum Abschluss des Tages gab es eine hochkarätig besetzte Podiumsdiskussion der Redaktionen unterschiedlichster Medienhäuser. Moderiert von PRVA-Präsidentin Julia Wippersberg (APA-DeFacto) und PRVA-Vorstandsmitglied Martin Himmelbauer (Casions Austria) diskutierten Christian Rainer (Herausgeber und Chefredakteur profil), Klaus Webhofer (Redakteur und Moderator, ORF Hörfunk), Robert-Hochner-Preisträgerin 2017 Corinna Milborn (Infochefin Puls 4) und Stefan Kaltenbrunner (Online-Chefredakteur Kurier).

Doch auch nach einem solchen Thementag zur digitalen Transformation & PR 4.0 bleibt die Frage: Wie kann PR das Unternehmen, für das sie tätig ist, strategisch unterstützen? „An dieser Grundannahme ändert auch die Digitalisierung nichts. Denn bei allen Veränderungen ist es nach wie vor das Ziel von PR, den Unternehmenserfolg zu unterstützen, zu ermöglichen und abzusichern. Und es ist das große Vermögen der PR, genau das erreichen zu können – durch die Digitalisierung vielleicht sogar noch einfacher, schneller und direkter. Auf viele Best Cases für den 6. Österreichischen Kommunikationstag mit wieder 500 Teilnehmern freut sich der PRVA mit seinem Kooperationspartner Quadriga Berlin schon heute“, sagt PRVA-Präsidentin Julia Wippersberg abschließend. (red)

www.prva.at

