

# Echter Mehrwert

Ein Blick in die jährliche Trendanalyse des weltweiten Grayling-Netzwerks.

WIEN. Was können etablierte Unternehmen von Start-ups lernen? Was ist unter Story-Living zu verstehen? Im Zeitalter der digitalen Überladung ist Aufmerksamkeit ein knappes Gut, und Verbraucher schotten sich zunehmend von Werbung ab und filtern Content aus. Daher müssen Marken und Unternehmen in zielgerichtete Inhalte mit echtem Mehrwert investieren. Das ist die wichtigste Erkenntnis aus der jährlichen Trendanalyse von Grayling.

„Sinnloser Hintergrundlärm“ Experten aus dem weltweiten Grayling-Netzwerk nehmen jedes Jahr für diese Trend-Analyse technologische und gesellschaftliche Veränderungen sowie aktuelle Entwicklungen im Medienbereich unter die Lupe, um ihre Prognose für professionelle Kommunikationsarbeit für die nächsten 12-18 Monaten zu erstellen.

„Studien belegen, dass Konsumenten 60% aller Markenbotschaften für sinnlosen Hintergrundlärm halten und es ihnen egal ist, wenn 74% aller Marken einfach verschwinden würden.



© Grayling/Laura Ertl

## Informativ

Laut Sigrig Krupica, Geschäftsführerin von Grayling in Österreich, reicht das Gießkannenprinzip nicht aus.

## Wichtigste Trends

### Top 6

- 1. Haltung beweisen** – Neutral bleiben ist für Unternehmen keine Option mehr
- 2. Urbane Visionen** – weil es immer mehr Menschen in die Städte zieht
- 3. Story-Living** – echte authentische Stimmen zu Wort lassen kommen
- 4. Testen und Lernen** – Unternehmen übernehmen etwas von der Start-up-Mentalität
- 5. Spiel mit der Marke** – es braucht spielerische Unterhaltung und Belohnung
- 6. Ökonomie der Aufmerksamkeit** – Marken müssen sich neu erfinden und mehr als Werbebotschaften bereitstellen.

In Großbritannien liegt die letzte Zahl sogar bei 94%. Unternehmen und Marken schaffen es offenbar nicht, ihre Zielgruppen davon zu überzeugen, dass sie für deren Leben von Bedeutung sind“, so Sigrig Krupica, CEO von Grayling in Österreich. „Inhalte einfach nach dem Gießkannenprinzip über alle Kanäle zu streuen, reicht nicht aus.“ (gs)



| Best of – fair & transparent



© Rosam Grünberger/Change Communications

Silvia Grünberger, Rosam Grünberger | Change Communications GmbH.

## Die politische Landschaft in einer App

Das Politiknavi ist ein wichtiges Tool für Entscheidungsträger.

WIEN. Jederzeit einen aktuellen und verlässlichen Überblick über die wichtigsten politischen Akteure und deren Teams zu behalten, stellt für viele Entscheidungsträger, Meinungsführer und Interessenvertreter eine besondere Herausforderung dar. Mit der App Politiknavi bietet Rosam Grünberger | Change Communications die perfekte Lösung. Ob Bundesregierung, Parlament,

Sozialpartner oder die Landesregierungen aller Bundesländer – die App weist schnell und einfach den Weg zur richtigen Ansprechperson und stellt stets die aktuellsten Kontaktdaten zur Verfügung. Das Politiknavi ist in seiner Form als Basiswerkzeug über die Funktionsweise der Republik und die wichtigsten Kontakte in Österreich einzigartig. Zielpersonen können direkt über

die Suche, über den alphabetischen Index oder über ihr Amt, ihre Funktion oder die Abteilung gefunden werden. Zur Verfügung stehen Namen, Funktionen, Telefonnummern, E-Mail-Adressen, Facebook-Seiten und Twitter-Accounts. (red)

Unter [www.politiknavi.at](http://www.politiknavi.at) gibt es die App zum kostenlosen Download.