

Brandenstein Communications: "Earned Media bleibt ein zentraler Bezugspunkt für die Reputation"

Von **Horizont Redaktion** (mailto:red_horizont@manstein.at)

Mittwoch, 04. Juni 2025



Marco Jäger und Christina Brandenstein

(/news/media/13/Marco-Jäger-und-Christina-Brandenstein-123029.jpeg)

Prägende Veränderungen der Branche, Kerngebiet versus mehr Angebot, KI-Kollegen im Haus: Die Teilnehmer:innen des HORIZONT PR-Agentur Rankings teilen ihre Sicht auf die brennendsten Fragen. Am Wort: Brandenstein Communications.

Was ist die derzeit prägendste Veränderung in der PR-Landschaft Österreichs?

Trends frühzeitig zu erkennen und für sich zu adaptieren, war schon immer die Voraussetzung für gute PR-Arbeit und -Beratung – das wird auch in Zukunft so bleiben. Die derzeit größte Veränderung in der österreichischen PR-Landschaft ist sicherlich die fortschreitende Digitalisierung, insbesondere der Einsatz von KI. Zunehmend unterstützen uns generative Systeme im Daily Business – sei es nun bei Recherchen, Analysen, Übersetzungen oder Lektorat und im begrenzten Rahmen bei der Content-Erstellung. Auch Themen wie Nachhaltigkeit und Diversität haben einen hohen Stellenwert bekommen. Wichtig ist und bleibt, sich kontinuierlich weiterzubilden, um am Ball zu bleiben und die Kund:innen bestmöglich beraten zu können.

Sollten PR-Agenturen ihr Angebot erweitern oder auf ihr Kerngebiet spezialisieren, um im Wettbewerb zu bestehen?

Eine breite Themenpalette ist der Schlüssel, immerhin geht es bei PR darum, Geschichten in den Köpfen der Menschen zu verankern, es geht um Reputationsmanagement und Strategieberatung. PR ist längst mehr als Presseaussendungen, Medienevents und Themenaufbereitung: It's the content, stupid! Content Creation für unterschiedliche Kanäle ist gefragt – ob nun Texte, Captions oder Bildmaterial in allen Facetten. Earned Media bleiben nach wie vor einer der zentralen Bezugspunkte für die Reputation, zusätzlich gewinnen Owned Channels an Bedeutung. Das bemerken wir nicht zuletzt am steigenden Interesse an LinkedIn-Beratung und -Betreuung, das in der Zwischenzeit ein wichtiges Standbein unserer Agentur ist. Doch nicht nur Kanäle und Formate haben sich erweitert, ebenso die Netzwerke: Neben Journalist:innen tauschen wir uns ebenso regelmäßig mit Influencer:innen und anderen Opinion Leadern aus.



Wie sehen Sie die künftige Rolle von KI-Agenten in PR-Agenturen?

KI ist gekommen, um zu bleiben. Generative KI-Anwendungen sind ja bereits fixer Bestandteil im Agenturalltag, aber autonom agierende KI-Agenten sind derzeit noch kein Thema und werden es wohl auch in naher Zukunft noch nicht sein. Denn um maßgeschneidert auf Kundenwünsche einzugehen und KI-generierten Content kritisch zu hinterfragen, auf Richtigkeit zu prüfen und anzupassen, bedarf es weiterhin fachlicher Expertise, emotionaler Intelligenz und eines breiten Erfahrungsschatzes – Qualitäten, die derzeit nur echte Menschen, also PR-Professionals, bieten können.

MEHR DAZU



HORIZONT PR-AGENTUR RANKING

Das sind die größten PR-Agenturen Österreichs 2025

Wer im HORIZONT PR-Agentur Ranking die Spitze einnimmt und welche Agenturen an Nettohonorarumsatz 2024 zulegen.

»

(/agenturen/news/horizont-pr-agentur-ranking-das-sind-die-groessten-pr-agenturen-oesterreichs-2024-97904)