

... Von Sascha Harold

Gestern war es wieder so weit. Die wichtigsten Entscheidungsträger der österreichischen Kommunikationsbranche kamen in der Raiffeisen Halle im Wiener Gasometer zur Preisverleihung der diesjährigen medianet xpert.awards zusammen.

medianet-Gründungsgeber Chris Radda ließ in seiner Keynote zunächst die Entwicklungen des Werbe- und Medienmarktes im vergangenen Jahr Revue passieren. Während er die

wirtschaften und nicht wissen, wie sie ihr Geschäftsmodell aufrechterhalten sollen“, so Radda.

Zug zu digitalen Plattformen Festzumachen sei das nach wie vor an der Verlagerung von Werbegeldern an die großen internationalen Online-Plattformen. Hinzukommen die hohen Druckkostensteigerungen der vergangenen Jahre, die Printmedien das Leben schwer machen. Einen Lichtstreif macht Radda indes aus: „Das Werbegeld insgesamt vermehrt sich, und es gibt vereinzelt Initiativen, die versuchen, Bewusstsein für Werbebuchun-



© Heimat Wien

”

Bei Heimat Wien steht KI eigentlich schon jetzt nicht mehr für künstliche, sondern für kollegiale Intelligenz.

Markus Wieser
Gründer und CEO
Heimat Wien

“



© medianet

”

Das Werbegeld insgesamt vermehrt sich, und es gibt vereinzelt Initiativen, die versuchen, Bewusstsein für österreichische Medien zu schaffen.

Chris Radda
Gründungsgeber medianet

“

Situation auf dem Werbemarkt, angesichts der wirtschaftlich angespannten Situation mit einem Befriedigend bis Genügend bewertet, benotet er die Situation auf dem Medienmarkt mit einem „glatten Nicht-Genügend“. „Wir haben die Situation, dass die allermeisten Verlage in den roten Zahlen stecken oder mit Mühe eine schwarze Null er-

gen in österreichischen Medien zu schaffen, auch auf deren digitalen Angeboten, die inzwischen konkurrenzfähig sind. Bei einigen regionalen Tageszeitungen – vor allem im Westen – hat sich der Reichweitenverfall zudem immerhin eingebremst.“

Im zweiten Schwerpunkt seiner Keynote widmete sich Radda der Rolle Künstlicher In-

telligenz. Während zuletzt vor allem neue Tools in der Bild-, Video- und Textgenerierung für mediales Aufsehen gesorgt haben, sieht der medianet-Herausgeber einen anderen Bereich als richtungsweisend an: „Natürlich verändern Tools in der Bild- und Videobearbeitung Dinge in der Kreation. Die wahre Revolution wird aber insofern stattfinden, dass hochspezialisierte KI-Agents Teilbereiche des wirtschaftlichen Lebens automatisieren werden (Agentification). Das wird die gesamte Arbeitswelt verändern.“ Es werde in Zukunft nicht mehr unterscheidbar sein, ob Kunden mit menschlichen oder virtuellen Mitarbeitern in Kontakt stünden. Dies sei ein neues, boomendes Geschäftsfeld insbesondere für Marketing-Agenturen und Absatz-Berater.

Branche ist bereits aktiv

Das Bewusstsein für die neuen Herausforderungen und Chancen durch die Entwicklungen in Sachen KI ist in der Branche

durchaus präsent. Das zeigen unter anderem die Interviews mit den Preisträgern der diesjährigen xpert.awards, in denen das Thema eine große Rolle spielt.

Zukunft für Agenturen

Exemplarisch dafür steht Heimat Wien, die heuer das Ranking der Digitalagenturen für sich entscheiden konnte. Gründer und CEO Markus Wieser bestätigt Raddas Überlegungen: „Bei Heimat Wien steht KI eigentlich schon jetzt nicht mehr für künstliche, sondern für kollegiale Intelligenz, weil unsere Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter mit den Tools arbeiten, als wären es Kollegen, die ihnen zeitraubende Tasks abnehmen. Und ich glaube, das kann auch die Zukunft von Agenturen sein: Teams aus menschlichen und künstlichen Expertinnen und Experten arbeiten zusammen an schnelleren kreativen Lösungen. Stets – und das wird und soll sich nicht ändern – mit menschlicher Letztverantwortung.“