

Presseinformation

Corona-Krise: Marketing- und KommunikationsexpertInnen erwarten Umbruch

Die veränderten Arbeitswelten und wirtschaftlichen Auswirkungen der Corona-Krise beschäftigen auch Österreichs Marketing- und Kommunikationsbranche. Laut einer aktuellen Umfrage von Marketagent in Kooperation mit currycom communications sehen knapp zwei Drittel eine Bedrohung für die jeweilige Branche, 59% erwarten außerdem Marktvereinigungen. Genau gegengleich lautet die mehrheitliche Einschätzung für das eigene Unternehmen: Hier sehen 6 von 10 keine Gefahr, ein möglicher Grund dafür könnte etwa die laut 79% der Befragten gute Motivation im Team sein. Und auch der österreichischen Bundesregierung wird für ihre Arbeit ein überaus gutes Zeugnis ausgestellt: 96% bescheinigen dieser Kompetenz im Umgang mit der Corona-Krise.

Eine aktuelle Umfrage des Online-Markt- und Meinungsforschungsinstitutes Marketagent zum Thema „Marketing und Kommunikation im Zeichen der Corona-Krise“ skizziert ein doch sehr ernüchterndes Bild der mittelfristigen Zukunftserwartungen. In Zusammenarbeit mit currycom communications haben die Marktforscher gezielt Expertinnen und Experten aus den Bereichen Kommunikation, Medien, PR und Werbung zu ihren Erfahrungen und Einschätzungen gefragt – und zwar sowohl für das eigene Unternehmen als auch für die jeweilige Branche. Klarer Tenor: Viele sehen die jeweilige Branche vor gravierenden Umwälzungen.

Die Krise als Auftrag

63% meinen in der Umfrage, die aktuelle Lage sei eine Bedrohung für die jeweilige Branche, 18% davon sehen sogar eine sehr große Bedrohung. 59% rechnen daher auch mit Marktvereinigungen, 12% davon gehen sogar fix davon aus („auf jeden Fall“). „Besser eingeschätzt wird hingegen die Perspektive für das eigene Unternehmen,“ stellt Marketagent Geschäftsführer Thomas Schwabl fest: „So gehen knapp 6 von 10 Marketing- und Kommunikationsexperten von einer geringen bis gar keiner Bedrohung für das eigene Unternehmen aus. Mit ein Grund für diesen Optimismus mag auch in der mehrheitlich positiven Wahrnehmung des Teamgeists in diesen herausfordernden Zeiten liegen (79%)“. 4 von 5 Befragten geben an, dass die Motivation im Team „eher groß“ (47%) oder sogar „sehr groß“ (32%) sei. Eine durchaus positive Zukunftsdimension gewinnt dieses Bild durch die Chancen und Potenziale, welche für das eigene Unternehmen durch die Krise gesehen werden: 74% nennen hier das „Aufbrechen gewohnter Denkweisen“, gefolgt von 69%, die in der gestiegenen räumlichen und zeitlichen Autonomie einen Gewinn sehen und 59%, die generell empfinden, die Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter würden dadurch „stärker zusammengeschweißt“. Und immerhin 37% erklären, dass „bisher aus Zeitgründen vernachlässigte Tasks“ nun endlich in Angriff genommen werden.

„Es ist sicher eine herausfordernde Situation, die aber auch Potenziale eröffnet. Vorausgesetzt die Unternehmen machen jetzt ihre Hausaufgaben“, erläutert Christian Krpoun, CEO der Wiener Kommunikationsagentur currycom: *„Die Krise ist auch ein Auftrag und zeigt die Notwendigkeit, bestehende Prozesse, Strukturen und Geschäftsmodelle zu hinterfragen und sich für die Zeit danach zu rüsten. Dafür braucht es Führungspersönlichkeiten mit hoher Kommunikationsfähigkeit, Empathie und dem Mut, Zukunft neu zu denken.“*

Im Fokus der Befragung standen aber nicht nur branchen- und unternehmensspezifische Themen – auch die wirtschaftliche Gesamtentwicklung wurde thematisiert, im Speziellen mit der Frage,

wie sich die Corona-Krise auf die volkswirtschaftliche Entwicklung im Lande auswirken wird. Hier ergab sich ein erwarteter Rückgang für das diesjährige BIP von 12% (Mittelwert aller Nennungen). 9,5 Monate (ebenfalls ein Mittelwert) soll es dauern, bis es mit der Wirtschaft „wieder einigermaßen bergauf gehen“ wird, was naturgemäß auch für 2021 noch keine Rückkehr zum alten Niveau erwarten lässt.

In die Arbeit der österreichischen Bundesregierung setzen die Werbe- und PR-ExpertInnen jedenfalls großes Vertrauen. 96% attestieren dieser, „kompetent“ (38%) oder sogar „sehr kompetent“ (58%) zu sein.

Baden / Wien, 8. April 2020

Rückfragehinweis

Marketagent.com online reSEARCH GmbH

Lisa Patek, MSc
Mühlgasse 59
2500 Baden
l.patek@marketagent.com
+43 2252 – 909 009 28

currycom communications

Martin Himmelbauer, Head Consultant | Member of the board
Mariahilfer Straße 99
1060, Wien
martin.himmelbauer@currycom.com
+43 664 8104433

About currycom communications

currycom communications ist eine der führenden österreichischen Kommunikationsagenturen mit Fokus auf gesamtheitliche Beratung sowie hochwertige Umsetzung. Die MitarbeiterInnen von currycom stehen für integriertes Denken und Handeln. Ihre Leidenschaft gilt der Kommunikation mit Strategie. currycom wurde 2003 gegründet, ist Affiliate Partner des internationalen PR-Netzwerks Edelman und hat derzeit 20 MitarbeiterInnen, die großteils übergreifend in den Bereichen Public Relations, Live Communications und Marketing tätig sind. Seit 2008 ist currycom nach dem Consultancy Management Standard III (CMS) zertifiziert, seit 2014 trägt die Agentur das Österreichische PR-Gütezeichen. Dieses Zertifikat zeichnet inhaltliche Qualität sowie Ablauf- bzw. Organisationsqualität aus und steht zudem für die Einhaltung der im PRVA Ehrenkodex festgelegten ethischen Richtlinien. currycom wurde darüber hinaus von Great Place to Work® als „Österreichs Bester Arbeitgeber 2016“ in der Kategorie SMALL ausgezeichnet. Referenzen: McDonald's Österreich | Lavazza | Danone | Kellogg's | hp | iSi | VIER PFOTEN | Milka | Dreh & Trink | Milupa | Kotányi | Ronald McDonald Kinderhilfe. www.currycom.com

About Marketagent

Marketagent sieht sich gleichermaßen als Pionier und Innovationsführer der digitalen Markt- und Meinungsforschung in Österreich. Mit einem Fokus auf quantitative und qualitative Consumer Research Projekte realisiert Marketagent jährlich über 1.300 Studien an den Standorten Baden bei Wien, Maribor und Zürich. Das Herzstück unseres Instrumentariums ist ein mehr als 1.800.000 Personen umfassendes Online-Panel, welches im Januar 2010 als erster Access Pool der D-A-

CH-Region ISO-zertifiziert und im März 2020 nach der aktuellsten ISO Norm 20252 rezertifiziert wurde. Zu unseren Kunden zählen nationale und internationale Top-Unternehmen wie die Telekom Austria AG, Ikea, Spar, Google, die OMV, Nestlé, die Österreichische Post AG, Generali oder Intersport. Die Themenfelder und Forschungsschwerpunkte sind vielfältig und decken sämtliche Bereiche der Markt- und Meinungsforschung ab. www.marketagent.com