

Die Arbeit der Kreativen im Rampenlicht

Die Initiative „It's Showtime“ zeigt die Leistungen der Kreativbranche. Denn diese ist auch in Zeiten von Corona voll im Einsatz.

10.02.2021, 16:05



© C. PESHKOVA, ADOBESTOCK

Kreative können jetzt ihre Projekte aus der Corona-Zeit an die Fachgruppe schicken.

Die Werbeagentur Markenstolz hat es schon getan, auch die Grafikerin und Illustratorin Michaela Nutz (mnutz design) oder das Animationsstudio „Unter freiem Himmel“: Sie sind dem Aufruf der Fachgruppe Werbung und Marktkommunikation gefolgt und nun werden ihre in der Zeit der Corona-Lockdowns entstanden Projekte auf der Facebook- und Instagram-Seite der Fachgruppe präsentiert. Demnächst wird es zudem eine Werkschau auf werbe.at geben. Denn viele Kreative haben auch in der Krise (zum Glück) alle Hände voll zu tun. „Die Kunden der Kreativen sollten auch in schwierigen Zeiten die Marktkommunikation ernst nehmen“, empfiehlt Obmann-Stellvertreter und Mitinitiator der Kampagne „It's Showtime“, Georg Reschen. „Budgets für Werbung und Kundenkommunikation zu streichen, kann fatale Folgen haben. Wer einmal aus den Köpfen verschwunden ist, muss nach der Krise die Bekanntheit von Null neu aufbauen.“ Die Branche werde oft unterschätzt, es gehe nicht darum, etwas schön zu machen – was viele Menschen glauben –, vielmehr beruhen Werbung und Marketing auf objektiven Bewertungskriterien. „Diese messbar zu machen und zu interpretieren, ist die Expertise unserer Agenturen und Werbeprofis“, so Reschen.

Breites Leistungsspektrum

Die rund 3.000 Mitglieder der Fachgruppe decken ein breites Spektrum an Leistungen ab und reichen von den Werbeagenturen über die Grafik-Designer, PR-Berater bis hin zu Werbetextern sowie Multimedia- und Eventagenturen. Aber auch Ankündigungsunternehmen und Werbemittelverteiler werden durch die steirische Fachgruppe vertreten. Diese ganz verschiedenen Bereiche wurden von der Corona-Krise auch unterschiedlich stark getroffen. „Während manche Agenturen so gut ausgelastet sind, dass sie ihre Aufträge kaum abarbeiten können, herrscht in anderen Bereichen Stillstand“, berichtete Fachgruppenobmann Thomas Zenz kürzlich beim Medienabend von Presseclub und FH Joanneum zu „Kommunikation und Kreativwirtschaft nach Corona“. „Besonders hart getroffen wurden Eventagenturen oder auch Kreative, die ihre Aufträge aus dem Tourismus lukrieren.“

Eberhard Schrepf, Geschäftsführer der CIS (Creative Industries Styria), sieht eine gute Auslastung bei all jenen Kreativen, die sich mit Digitalisierung oder Strategie auseinandersetzen, während die Bereiche des Analogenen, wie etwa Event-Veranstalter, stark leiden. Alles in allem sei die Kreativwirtschaft aber eine der resilientesten Branchen überhaupt. „Sie hat in den letzten Jahrzehnten ein enormes Wachstum hingelegt und ist sogar 2020 noch gewachsen“, so Schrepf. „Die Branche hat in Österreich einen Bruttowertschöpfungsanteil von 3,8 Prozent, was 22 Milliarden Euro entspricht.“ Wie es nach der Krise weitergehen wird? Auf die gegenwärtige Entschleunigung werde wohl eine umso arbeitsintensivere Zeit folgen, sind sich die Brancheninsider einig.

Von Petra Mravlak

Das könnte Sie auch interessieren



"Industrie ist Schlüsselplayer für den Klimaschutz"

Branchenvertreter plädieren für gezielte Investitionsanreize und eine global einheitliche CO2-Bepreisung. [➤ mehr](#)



Sommertourismus als Lichtstrahl

Gästekünfte und Übernachtungen im Sommer lassen hoffen, dass der Aufschwung auch in den Herbst/Winter mitgenommen werden kann. [➤ mehr](#)

