

NACHBERICHT

Das war der Smart Content Day 2015: Die größte Contentstrategie-Konferenz in Österreich fand zum dritten Mal in Wien statt

Der Smart Content Day fand gestern, am 29. Oktober 2015, zum dritten Mal in Wien statt. Bei der Contentmarketing-Konferenz – organisiert von den Unternehmen Ecker & Partner, Digital Affairs und Content Garden – versammelten sich neben den hochkarätigen Vortragenden, wie beispielsweise dem User-Experience-Experten Gerry McGovern oder Focus Online Chefredakteur Daniel Steil, 150 Gäste aus der Kommunikations- und Marketingbranche. Auch dieses Jahr stand das Thema Neue Medien im Mittelpunkt, ganz nach dem Motto „User first“. Insgesamt neun nationale und internationale Vortragende präsentierten spannende strategische Ansätze und erfolgreiche Best-Practice-Beispiele, die zeigen, warum die User an erster Stelle stehen sollten. Interaktion, Dialog und Networking standen dabei ebenso im Mittelpunkt der Branchenveranstaltung. Den Abschluss der Konferenz bildete eine Podiumsdiskussion zum Thema „Die Digitalisierung des politischen Diskurses“. Durch die Veranstaltung führte der deutsche Journalist und IT-Experte Frank Puscher.

Das Zeitalter der Kunden ist angebrochen

Fest steht: Informationen werden heute nicht mehr von Unternehmen geliefert sondern von den Nutzern aktiv eingeholt. Mit diesem Thema beschäftigte sich auch der irische User-Experience-Experte **Gerry McGovern**, dessen Präsentation den Auftakt der Veranstaltung bildete. In seiner lebendigen Keynote hält er fest, dass nicht der Content, sondern der User im Mittelpunkt steht. Würde man Gerry McGovern's Botschaft in einem Satz zusammenfassen, wäre es wohl „Keep it simple“. Er stellt klar: „88% go online because they know what they are searching, there is no need to fill up the customer with banners & Co.“ Seine Empfehlung für Websites: „Cut content and the conversion rate rises – remove stuff, clean up - simplification is the key!“ so McGovern abschließend.

„Jeder Text muss Brain Candy haben“

Nach der spannenden Keynote folgte die zweite Präsentation: Focus Online Chefredakteur **Daniel Steil** erklärte gemeinsam mit seinem Kollegen **Jürgen Schlott**, warum 1,8 Sekunden für den Erfolg einer Online-Plattform entscheidend sind. Sonntags in Ruhe die Zeitung lesen oder News auf dem Tablet verfolgen? Das Nutzerverhalten hat sich in den letzten Jahren stark geändert – die Aufmerksamkeitsspanne ist heute viel geringer als früher. Schlott erklärt wie er Inhalte aufbereitet, um die Aufmerksamkeit der User dennoch zu fangen: „Jeder Text muss Brain Candy haben!“ – es muss also für den Leser etwas Neues, Interessantes dabei sein. Für die beiden Vortragenden ist klar, dass die Reduktion eines Textes um die Hälfte zu eindeutig besseren Konsumentenwahrnehmung und Website-Aufenthaltszeit führt – gemäß dem bekannten Motto ‚kurz und knackig‘.

Ein Tag voller Content

Was passiert, wenn Raumsonden twittern, schildert **Karin Ranero Celius** vom Deutschen Zentrum für Luft- und Raumfahrt. Sie erzählte die Geschichte einer Kometenlandung, die die Herzen der Öffentlichkeit eroberte. Ihr Credo: „Be transparent! Let the world know what happened“. Sie betont in ihrem Vortrag, wie wichtig das Thema Vertrauen in der Mission war. Das Vertrauen der Techniker musste erst gewonnen werden – parallel dazu gab es viele Unbekannte: Das Aussehen des Kometen oder der weitere Verlauf der Mission. Und natürlich musste man dabei Glaubwürdigkeit bewahren: „Keep it real when you tell your story!“ so Celius.

Haben Zukunftsgeschichten Zukunft? Für **Sascha Mamczak**, Herausgeber der Science-Fiction-Reihe des Heyne-Verlags und Initiator des Internet-Portals diezukunft.de, werden gedruckte Bücher ohne Zweifel weiter bestehen. „Über 90% der Menschen gehen immer noch gerne in den Buchladen und entscheiden dort, was sie mitnehmen werden,“ so Mamczak. Am Nachmittag stellte **Stefan Kern** (APA OTS) in seinem Vortrag „Native Advertising und Storytelling mit Videos“ klar: „Video ist das perfekte Medium um Gefühle und Geschichten zu transportieren“.

„Der Alltag erzählt die besten Geschichten“.

Wie lustig und persönlich gefärbt Social Media-Auftritte von Institutionen sein dürfen, zeigt **Monika Reitprecht** von den Büchereien Wien. Sie machte ihren Facebook-Auftritt damit zum erfolgreichsten in der deutschsprachigen Bibliotheksszene. Die Social Media-Managerin sprach am Smart Content Day über die Gratwanderung zwischen humorvollen Postings einerseits und Respekt gegenüber offiziellen Inhalten andererseits und erntete für ihre Best-Practice Beispiele viel Applaus.

Data-Driven Publishing ermöglicht es, den User auf eine ganz neue Weise kennenzulernen. **Jürgen Schmidt**, Gründer und CEO von STRG.AT, erzählte am Smart Content Day über die Zusammenhänge von Content, Informationsarchitektur und Design – ganz nach dem Motto „Sag mir was du liest und ich sage dir wer du bist“. Kaum jemand kann mit so viel Erfahrung über die essenziellen Zusammenhänge von Datensätzen, Zielgruppen und Audience Profiles sprechen wie adverteServe Geschäftsführer **Boris Schärf**. In seinem Vortrag verriet er wie man „Big Data“ effektiv nutzt, praktisch einsetzt und warum natürlich auch Content dabei eine wichtige Rolle spielt.

Zwitschernde Politiker und bloggende Aktivisten

Den Abschluss der Vortragsreihe bildete eine Podiumsdiskussion zum Thema „Die Digitalisierung des politischen Diskurses – Content Marketing und Storytelling“. **Michel Reimon** (Mitglied des Europäischen Parlaments für Die Grünen – via Videobotschaft), **Thomas Schmidinger** (Politikwissenschaftler, Universität Wien), **Franz Schellhorn** (Direktor des Think Tank Agenda Austria), **Katha Schinking** (Refugees Welcome) und **Petra Ramsauer** (Journalistin, Publizistin und Nahost-Expertin) beschäftigten sich mit den aktuellen Fragen: Wie hat das Social Web den politischen Diskurs verändert? Was verändert sich, wenn Politiker selbst zu Berichterstattern werden? Und welche Rolle haben Journalisten in diesem neuen politischen Diskurs? Nach dem Panel setzten die Vortragenden und Teilnehmer die anregende Diskussion bei einem Glas Sekt fort.

Nähere Informationen zu den Speakern bzw. zum gestrigen Programmablauf gibt es unter: www.smartcontentday.at

Rückfragehinweis:

Mag. Sandra Kuni
Ecker & Partner Öffentlichkeitsarbeit und Public Affairs GmbH
Goldeggasse 7/Hoftrakt
A-1040 Wien
Telefon: +43 (0)1 59932-49
E-Mail: s.kuni@eup.at

Über den Smart Content Day

Der Smart Content Day ist 2013 als erste reine Contentstrategie/Contentmarketing-Konferenz in Österreich an den Start gegangen. Organisiert von den Unternehmen Ecker & Partner, Digital Affairs und Content Garden geht der Smart Content Day heuer in die dritte Runde. Die Konferenz stellt die Herausforderungen der heutigen Unternehmenskommunikation in den Mittelpunkt: Zielgruppengerechte Inhalte - egal ob für die Website, den Blog oder Facebook. All diese Kanäle wollen mit passenden Inhalten bespielt werden. Ziel des Smart Content Day ist es, umfassende und nachhaltige Strategien und Lösungen für die erfolgreiche Unternehmenskommunikation mit namhaften Experten zu diskutieren.