

## Die entscheidenden 2 Sekunden richtig nutzen

*Alpbach, 21. August 2019*

Am Rand des Forum Alpbach diskutierten am Mittwochvormittag auf Einladung von „Die Presse“ und styria digital one Digitalexperten mit namhaften Vertretern österreichischer Hochschulen Essentials aus Verhaltensökonomie und Kommunikation.

**influence.vision-Gründer Florian Bösenkopf** erklärte zu Influencer-Marketing, wie man die durchschnittliche Aufmerksamkeitsdauer von 2 Sekunden in Social Media richtig nutzt: *„Heute kann jeder mit Hilfe von Smartphones Content erstellen und mittels Social Media ohne Grenzkosten verteilen. Besonders bei jungen Generationen darf Werbung kein Monolog mehr sein. Das Erfolgsrezept ist zielgruppenorientierter, vertrauenswürdiger und hoch qualitativer Content, der Identität in der Community stiftet und zum Dialog anregt.“* Während sich allgemein Medien zu einer Sharing Economy entwickeln, schaffen Influencer in diesem neuen Medienkanal eine „Passion Sharing Economy“ (<http://www.influencevision.com>).

**Nicola Dietrich**, Mitglied der Geschäftsleitung der styria digital one, stellte einige verhaltensökonomische Erkenntnisse vor: *„Menschen verhalten sich in digitalen Räumen anders als in der analogen Welt – sie sind unehrlicher, sie entscheiden sich je nach Bildschirmgröße unterschiedlich, sind emotionaler und impulsiver - und das natürlich mit einer viel kürzeren Aufmerksamkeitsspanne. Ziel muss es daher sein die Zeit, die ein User mit dem Content verbringt, möglichst erfolgreich zu steigern, indem man positive Erlebnisse schafft.“*

Anhand von Erfolgsbeispielen mit verhaltensökonomischen Ansätzen aus dem Lebensmittelhandel und dem Recruiting brachte sie Analogien. Ein weiteres Beispiel dafür ist die kürzlich nach verhaltensökonomischen Prinzipien entwickelte Plattform sapiro, mit Hilfe derer man Recruiting, Onboarding und Wissenstransfer in digitaler Form organisieren kann.

Aus den Vorträgen und der lebhaften Diskussion konnten sich die Gäste Inspiration und Impulse für die Gestaltung von Marketing und Organisation in Bildungseinrichtungen und ihre täglichen Touchpoints in der Kommunikation mit Studierenden, Sponsoren, Partnern mitnehmen.



Hainburger Straße 33 | 1030 Wien | [sdo.at](http://sdo.at)

[styria digital one](#) ist Österreichs führende Onlinevermarktungsgemeinschaft und innovativer Sparring-Partner für Unternehmen in der Digitalisierung. Die sd one verantwortet die digitale Vermarktung der österreichischen ‚Styria Media Group‘-Portale wie [kleinezeitung.at](http://kleinezeitung.at), [DiePresse.com](http://DiePresse.com), [ichkoche.at](http://ichkoche.at), [wienerin.at](http://wienerin.at), [ligaportal.at](http://ligaportal.at), uvm. sowie externer Online-Angebote wie [gofeminin.at](http://gofeminin.at), [wetter.tv](http://wetter.tv), uvm. Für zahlreiche namhafte Kunden aus allen Branchen betreut die sd one die Konzeption, Umsetzung und Erfolgsmessung von Digital-Kampagnen inkl. Content-Erstellung sowie die Entwicklung von Digitalisierungsstrategien und neuen Kommunikationslösungen und Werbeprodukten. Das große Medien- und Kunden-Netzwerk, die vielfältige Digital-Expertise und die Vernetzung mit der Content-Marketing-Agentur Styria Content Creation machen die sd one zu einem vertrauenswürdigen und verlässlichen Partner für sämtliche digitalen Lösungen aus einer Hand. [www.sdo.at](http://www.sdo.at)

we are one for all digital.