

# Was haben COVID-19, Cat Content & Social Commerce gemein: sie waren Thema bei der jüngsten DIGITAL INNOVATION SESSION

- styria digital one & Styria Content Creation präsentierten in Kooperation mit dem Handelsverband Studienergebnisse über die Handelsentwicklung während der Corona-Krise. Diskutiert wurde mit Handelsexperten über Learnings aus der Krise, Best Cases und Trends im Social Commerce.

Wien / Graz, 25. Juni 2020

„**Neue Wege im digitalen Marketing für den digitalen Handel**“ war der Titel der DIGITAL INNOVATION SESSION am Donnerstag (25. Juni). Ein spannendes Panel zeigte unter der Moderation von **Xenia Daum** den 110 Gästen auf, welche Digitalisierungsaktivitäten Handelsunternehmen einen echten Vorteil bringen.

Handelsverband-Geschäftsführer **Rainer Will** berichtete über die Auswirkungen der Corona-Krise auf den österreichischen Handel: *„85 % der Händler in Österreich rechnen 2020 mit Umsatzeinbußen. Ein Drittel der Bevölkerung gibt in der Krise deutlich weniger für Einkäufe aus oder beschränkt sich auf lebensnotwendige Güter. Elektronik, Lebensmittel oder Drogeriewaren werden wiederum verstärkt online eingekauft. Etwa die Hälfte der Unternehmen plant nun den Aus- oder Aufbau eines Online-Shops, viele wollen ihre Prozesse digitalisieren und damit krisenresilienter werden.“* Will verwies dazu auf die Bedeutung von digitalen Kommunikationsmaßnahmen sowie Search Engine Optimierung und Advertising im eCommerce. Der vom Handelsverband herausgegebene und kostenfrei verfügbare Omnichannel-Readiness-Index zeigt außerdem den Reifegrad von Unternehmen, wie gut deren Online- und Offline-Aktivitäten miteinander verzahnt sind und sich gegenseitig unterstützen.

Im zweiten Impulsvortrag der DIGITAL INNOVATION SESSION berichtete Brand Marketing Supervisor **Maria Pötschke** vom Lifestyle- und Boardsport-Spezialisten Blue Tomato, dass fast alle Filialen aufgrund von COVID-19 temporär schließen mussten. Die Krise haben sie u.a. mit ihrem Purpose-driven-Marketing über die verschiedensten digitalen und sozialen Medien bewältigt. *„Unsere Kommunikation ist bildstark und inspirierend. Athleten und Kunden gestalten die Plattformen sehr aktiv mit. Während des Lockdowns haben wir noch mehr mobil arbeiten müssen, unsere Kolleg\*innen haben eigenen Content erstellt. In dieser Zeit fielen die erfolgreichsten Instagram-Posts, so konnten wir Surf-Feeling ins Wohnzimmer bringen oder eine*

*Katze zeigen, die auf einem Skateboard Spaß hat.“ Blue Tomato kann heute auf mehr Video-Content als die Konkurrenz verweisen, hat auf Instagram 129.000 Abonnenten, auf Facebook 445.000 Follower. Außerdem sind YouTube und TikTok wichtige Kanäle. Pötschke sieht im Austausch mit der Community in Krisenzeiten eine besondere Chance, im Sommer möchte das Unternehmen vor allem das Omnichannel-Business stärken.*

Digitalmarketing-Expertin **Lisa Schumi** von der Styria Content Creation erläuterte zum Schluss die neuen Social Commerce Trends: *„Nach wie vor kommt es bei allen Social Commerce Tools vor allem auf den Content an. Und, organische Reichweiten sind nicht mehr das, was sie einmal waren. Um die richtigen Kundinnen und Kunden anzusprechen braucht es heute meist zusätzliche Performance-Kampagnen. Immer mehr Conversions werden jedoch direkt in Social Media möglich. Facebook Shop, Instagram Product Stories/Posts, Shoppable Pinterest Pins, YouTube Shopping Ads und demnächst TikTok ermöglichen einen kürzeren Weg zum Kunden.“* Anhand des „Social Commerce Funnels“ erläuterte Schumi die Trendsystematik, welche Aktivitäten in welcher Phase der Customer Journey sinnvoll sind.

Xenia Daum präsentierte zur ausführlichen Fragerunde die Key-Take-Aways, die für Marketingexperten im digitalen Handel heute besonders relevant sind.

**Terminhinweis:** Die nächste DIGITAL INNOVATION SESSION findet am 13. Juli um 9 Uhr statt – über „Arbeitswelten von morgen“ und **Zukunftsmut & digitale Chancen für eine neue Arbeits- und Lernkultur**. Besonderes Highlight ist die Keynote von Zukunftsforscher **Harry Gatterer** (Zukunftsinstitut Österreich).

Eine Anmeldung ist unter [sdo.at/dis](http://sdo.at/dis) möglich.

**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)

**Styria Content Creation** ist ein vielfach ausgezeichnete Magazinverlag und eine preisgekrönte Content-Marketing-Agentur mit mehr als hundert internen und externen Experten zu Storytelling, Video, Content-Strategie, Redaktion, Social-Media-Marketing, SEO, Design, uvm. Sie entwickelt Content- und Kommunikationslösungen in digitaler, audiovisueller und gedruckter Form und begleitet Kunden im gesamten Content-Prozess – von der Entwicklung der Content-Strategie, über die Content-Produktion für alle Kanäle (Digital, App, Print, Audio, Video), bis zur Content-Distribution und schließlich der Performance-Messung. Mehr als 80 nationale und internationale Auszeichnungen für ihre Projekte machen die Styria Content Creation zu einer der erfolgreichsten Content-Marketing-Agenturen Österreichs. [www.styriacreation.com](http://www.styriacreation.com)

we are one for all digital.