

Gastkolumne: Werbung in der Corona-Krise

Warum Werbung weiterhin sinnvoll ist

Die Corona-Krise hat die Welt, die Unternehmen und die Anforderungen an die Kommunikationsmassnahmen in den Unternehmen innert kurzer Zeit komplett auf den Kopf gestellt. Ob Markenhersteller, Grossunternehmen, KMU oder Einzelunternehmer – jeder fragt sich, ob und wie die Kunden und Konsumenten in diesen schwierigen Tagen angesprochen werden können. Während viele Unternehmen sich die Frage stellen, ob man überhaupt kommunizieren soll, bewegt die Hersteller primär die Frage, ob sie als Marken in ihrer Kommunikation auf die aktuelle Lage Bezug nehmen sollen. Die Augen sind auf einem gerichtet, jedes Wort und jede Positionierung könnte falsch verstanden werden, ein Nichteingehen wirkt teilnahmslos, eine zu starke Covid-19-bezogene Kommunikation kann genauso nach hinten losgehen. Also was tun?

Konsumwelt erstarbt im Durchhaltemodus

Fakt ist, die aktuelle Krise stellt zumindest vorübergehend die Welt des Konsums infrage. Die Menschen fallen in den Durchhaltemodus zurück. Die Frage, wofür Konsum steht und was Marken, Produkte und Dienstleistungen bedeuten, verkommt zur Nebensache.



«In Krisenzeiten steigt die Nutzung der Medien sowohl quantitativ als auch qualitativ», weiss Patrick Flammer, Marketingleiter im Vaduzer Medienhaus.

Bilder: iStock/pd



Patrick Flammer ist Leiter Marketing & Verkauf, Mitglied der Geschäftsleitung, Vaduzer Medienhaus AG.

Die Folge, die meisten Unternehmen streichen ihre Werbebudgets und Medienpläne zusammen – vorwiegend aus Kostengründen und sie fürchten, dass sie ihre Zielgruppe mit der Werbebotschaft nicht bzw. nicht mehr erreichen. Dies über alle Medienkanäle hinweg. Dies obwohl die Menschen in solchen Zeiten mehr denn je Medien konsumieren und die Mediennutzung quantitativ und qualitativ steigt. Leider machen sich dabei viel zu wenige Unternehmen konkret Gedanken, was dies für sie mittel- und langfristig bedeutet. Egal, ob als internationale Marke oder als regional führendes Unternehmen in seiner Branche – es geht darum in schwierigen Zeiten auch Präsenz und Stärken zu zeigen. Wer jetzt den richtigen Mix in der Werbung und Kommunikation findet, der kann pro-

fitieren. Bekanntlich ist die Schwäche der einen die Stärke der anderen. Wenn der gesamte Werbemarkt nachgibt, fallen die mehr auf, die mehr zu sagen haben! Auch die Serviceplan Agenturgruppe untermauert dies sehr eindrücklich in einer Studie, welche sie in den letzten beiden Krisen durchgeführt hat: Unternehmen, die ihr Werbeetat in einer Rezession beibehielten oder erhöhten, verkauften 256 Prozent mehr als Unternehmen, die ihre Ausgaben kürzten.

Vorbereitung auf die Zeit nach Corona

In der aktuellen Krisenzeit geht es natürlich darum, ein gutes Krisenmanagement anzugehen und sein Unternehmen und seine Marke auf die Stärken zu fokussieren und auf die stets

ändernde Marktsituation einzugehen. Ohne diese Fähigkeit wird's kaum ein Morgen geben. Aber viel wichtiger ist es, sich auf die Zeit nach der Krise vorzubereiten. Dann geht es darum, sich so aufzustellen, dass rechtzeitig die Nachfrage geschaffen und gesteigert werden kann. Dazu braucht es Substanz, Vertrauen und Leistung. Wer dies in und nach der Krise vorzeigen kann, der ist den Mitbewerbern einen wichtigen Schritt voraus. Und spä-

tens dann trennt sich die Spreu vom Weizen.

Gastkolumne

«Wirtschaft regional» publiziert an dieser Stelle Gastbeiträge von Mitgliedern der Sektion Medien & Kommunikation der Wirtschaftskammer Liechtenstein zu aktuellen Kommunikationsthemen rund um die Corona-Krise.

MEDIEN & KOMMUNIKATION LIECHTENSTEIN

KOMMUNIKATION IN DER CORONA-KRISE

KUNDMACHUNGEN.LI

Top 5 Neugründungen Liechtenstein

AESCULAP KONTOR GmbH Vaduz
Handel mit Waren aller Art, insbesondere im Bereich der Gesundheitsvorsorge, medizinischem Zubehör, Sanitärbedarf und Schutzbekleidung.

NIPIGAS GmbH Triesen
Erwerb von Waren für die Planung und den Betrieb petrochemischer Werke und den Export dieser Sachen in die Russische Föderation.

WACHTER GmbH Mauren
Erbringung von Coachings und Managementdienstleistungen.

Massagepraxis Tamara Kaufmann Vaduz
Ausführung von Gesundheitsmassagen.

Haarexpress Gehrig Balzers
Führung eines Damen- und Herrencoiffeursalons.

Top 5 Neugründungen St. Gallen

Gebrüder Dietsche Beteiligungs AG Kriessern
Die Gesellschaft bezweckt den Erwerb, das Halten, die Verwaltung und Veräusserung von Beteiligungen an Unternehmen.

Rest. Rössli Inh. Pascal Fischbacher Gähwil
Betrieb eines Restaurants.

D&A Snipercars Todorovic Buchs
Erbringung von Dienstleistungen in den Bereichen Transport und Fahrzeuge sowie die Vermietung von Fahrzeugen.

Brauer Immo AG Wil
Die Gesellschaft bezweckt den An- und Verkauf von Immobilien sowie die Überbauung von Grundstücken und die Verwaltung.

Emporio Legno Società Cooperativa Flums
Die Genossenschaft bezweckt die Anwendung von und den Handel mit Bauprodukten und -maschinen sowie Dienstleistungen.

Gründungssupporter:



www.presenta.li

FIRMENSÜCHE.LI



Red Leaves Tax Advisory AG
Dreschweg 1
9490 Vaduz, Liechtenstein

Phone: +423 377 12 30
Email: info@redleafsgroup.com
Website: www.redleafsgroup.com