

29.05.2009 – 17:33 Uhr

Digitalcongress 2009: Obamas Wahlkampfmanager David Plouffe in Graz (mit Bild)

Wien (ots) -

Utl.: E-Marketing-Experte Plouffe über Wahlkampf im Internet - Mehr als 600 Teilnehmer bei von APA unterstütztem Congress - Enorme Veränderungen durch digitale Medien =

Die Styria Media International AG und die interactive.agency setzten den diesjährigen Digitalcongress unter das Motto: "Erfolgreich mit digitalem Marketing". Rund 600 Entscheider und Opinion Leader verfolgten die Workshops und Fachvorträge hochrangiger Experten. Unter ihnen David Plouffe, Wahlkampfmanager von US-Präsident Barack Obama, der den Congress-Teilnehmern die Bedeutung des Internets im Wahlkampf deutlich machte. Die APA - Austria Presse Agentur unterstützte den Congress.

Zum Auftakt des "Digitalcongress 2009" am Freitag in der Grazer Messe hat Plouffe einen Blick hinter die Kulissen des historischen Siegs von 2008 gewährt: "Unsere Geheimwaffe war die Technologie," betonte Plouffe und machte klar, dass die "Ehe" von Technologie und Kreativität der Millionen freiwilligen Helfer eine "Eigendynamik" in den Wahlkampf brachte und schließlich den Erfolg ausmachte. Beim Präsidentschaftswahlkampf investierten Plouffe und sein Team rund die Hälfte des Budgets in Online-Aktivitäten.

Der deutsche Trendforscher Nils Müller (TrendOne) sieht das Internet schon bald vom "OuterNet" abgelöst, das den Alltag mit der digitalen Information verschmilzt. "Die Technik verbindet sich immer stärker mit dem Menschen", so Müller.

Wie enorm die Veränderungen des Alltags durch die digitalen Medien in den vergangenen Jahren waren, illustrierte Reinhard Neudorfer, verantwortlich für die digitalen Plattformen der Styria Media International AG in Slowenien und Kroatien. Online-Plattformen wie YouTube würden mittlerweile TV-Stationen den Rang ablaufen. "Wer hätte noch vor drei Jahren gedacht, dass er seine Freundschaften oder Geschäftskontakte über das Internet anbahnen wird?", so Neudorfer.

Bei der anschließenden Diskussion stellte Danny Meadows, Gründer der "Digital Training Academy", die digitalen Innovationen in den Mittelpunkt und versicherte, dass sich diese noch beschleunigen werden: "Innovationen müssen jetzt gemacht werden und nicht erst morgen."

Nur auf digitale Medien zu setzen, sei laut Klaus Schweighofer, Vorstand der Styria Media AG, aber falsch, denn "die Zeitung hat noch ein langes Leben". Den größten Stolperstein für Innovationen im medialen Bereich sah Peter Kropsch, Vorsitzender der Geschäftsführung der APA - Austria Presse Agentur, im Erfolg: "Je erfolgreicher ein Konzept, desto weniger gern will man sich davon trennen."

Ein Workshop von APA-OTS nahm sich das Bewegtbild als innovatives Erfolgsmodell vor: Unter dem Thema: "Am Puls der Zeit: Video trifft Werbung und PR" wurden den Teilnehmern Möglichkeiten zur Integration der neuen Technologien in den Marketing-Alltag aufgezeigt.

Service: Weitere Informationen zur Veranstaltung finden Sie unter www.digitalcongress.at

Weitere Bilder unter:

http://pressefotos.at/m.php?g=1&u=55&dir=200905&e=20090529_d&a=event

Pressekontakt:

Pressekontakt:

Barbara Rauchwarter

Leitung Marketing & Kommunikation

APA - Austria Presse Agentur

Tel.: +43/1/360 60-5700

<mailto:barbara.rauchwarter@apa.at>

www.apa.at

Diese Meldung kann unter <https://www.presseportal.ch/de/pm/100000096/100584271> abgerufen werden.