

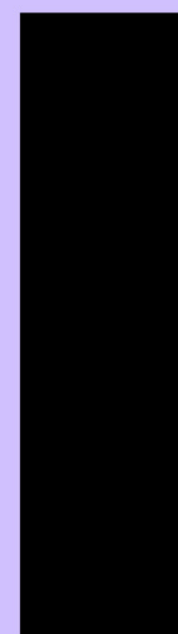
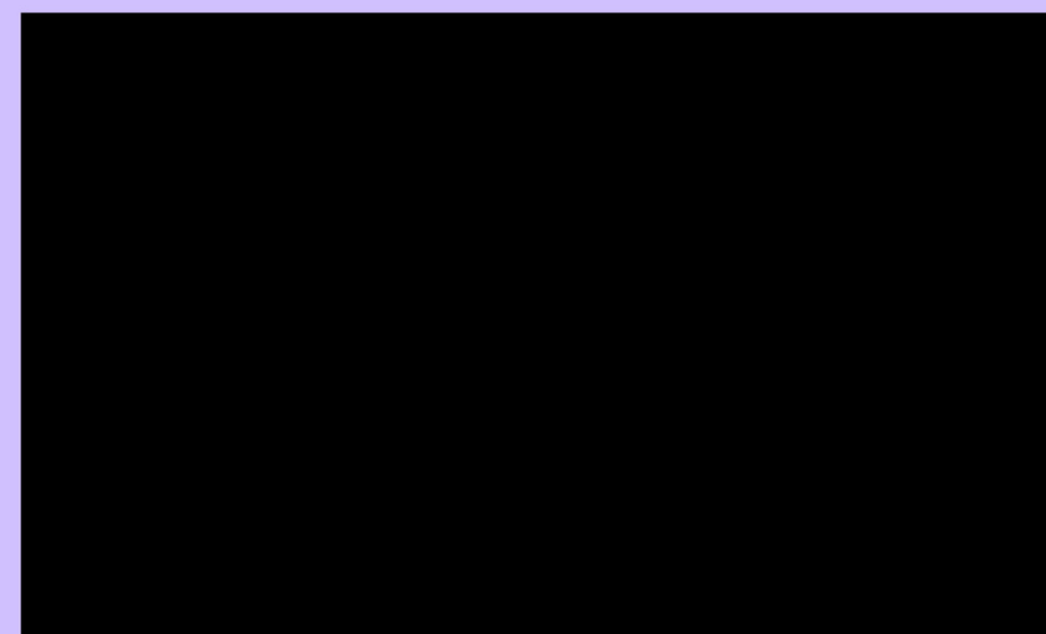
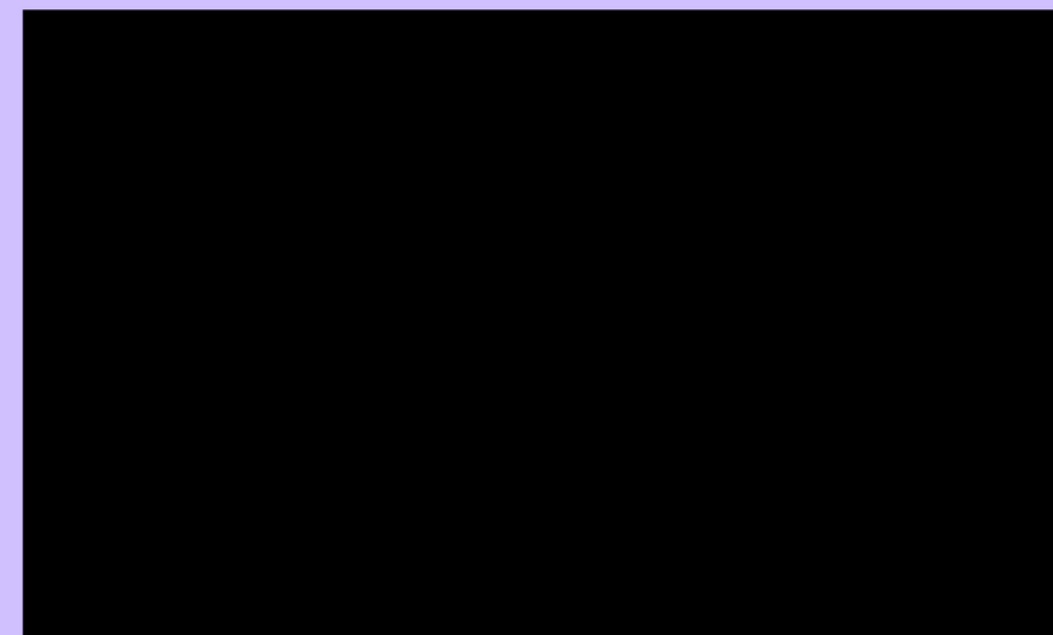
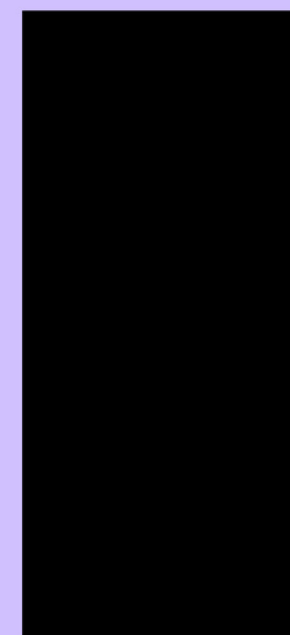
P&

**Digitale  
Medien  
als  
Chance.**

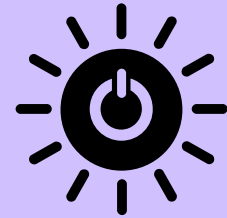
**Strategie  
statt  
blinder  
Aktionismus.**

Expert\*innen-Panel Nina Panholzer

SPORT AUSTRIA SUMMIT EXPERT:INNENTAGUNG 2023



# quick wins #1



## Social-Media-Insights

# Top 3 bei 14- bis 29-Jährigen: Instagram (73 %), Snapchat (47 %), TikTok (43 %)

# Top 3 bei 30- bis 49-Jährigen: Facebook (47 %), Instagram (39 %), Twitter (14 %)

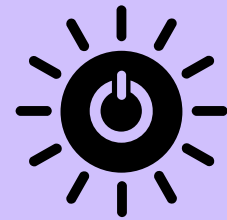
# Top 3 bei 50- bis 69-Jährigen: Facebook (31 %), Instagram (13 %), Twitter (5 %)

# Top 3 ab 70 Jahre: Facebook (17 %), Instagram (3 %), Twitter (3 %) \_Quelle: Statista 2023

# Top 5 bei 11- bis 17-Jährigen: WhatsApp (96 %), YouTube (94 %), Instagram (75 %), Snapchat (69 %), TikTok (68 %) \_Quelle: [saferinternet.at](https://www.saferinternet.at) 2023

---

# quick wins #2



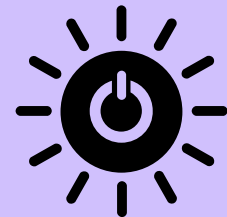
## Social-Media-Insights

# Für jüngere Menschen werden Social-Media-Kanäle wie YouTube und TikTok immer mehr zu relevanten Suchmaschinen.

# Video-Content ist immer noch der Trend Nr. 1: Ob Instagram Reels, YouTube Shorts oder Twitter Immersive Viewer – die kurzen Video-Clips sind überall zu finden. Jetzt auch auf Facebook. Reels sorgen für Reichweite und Empfehlungen.

---

# quick wins #3

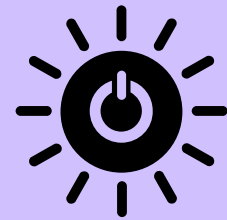


## Owned-Media-Insights

### # Podcasts

- 1/3 der Österreicher\*innen hören regelmäßig Podcasts
  - 73 % der Podcast-Hörer\*innen sind zwischen 21 und 35 Jahren
  - Podcast-Hörer\*innen sind technikaffin mit hoher Mediennutzung, hoher Bildung, gutem Einkommen \_Quelle: Digital News Report Austria 2021, Podcast Studie von Facit
  - Bindung & Identifikation
  - Nachhaltige On-Demand-Inhalte
-

# quick wins #4



## Strategie statt Aktionismus

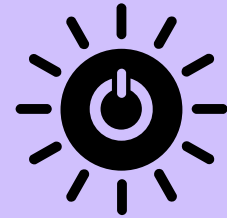
# Erfolgreiche Kommunikation beruht auf dem Grundsatz eines funktionierenden Sender\*innen-Empfänger\*innen-Prinzips.

# Die Eckpfeiler für treffsichere, nachhaltige, ressourcenschonende Kommunikation:  
Wertebasierte Marken- und Unternehmensführung

- Archetypische Haltung
  - System Markencode
-

P&

# quick wins #5



P&

PR mit Weitblick.

Methodisch.

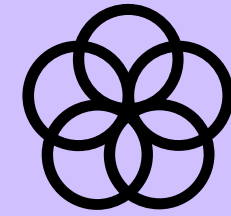
Souverän.

Raffiniert.

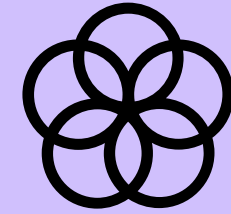
---

P&

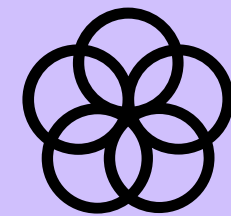
# Wie wir unsere Kund\*innen begleiten?



**Analyse**



**Strategie & Sparring**



**Umsetzung & Begleitung**



# Referenzen\*

Ob klar definierte Projektaufträge oder ganzjährige Fullservice-Pakete: Wir betreuen und unterstützen unsere Kund\*innen bei der strategischen Planung und Umsetzung von Kommunikationsaufgaben aller Art.

\*Auszug

## A bis Z - Gesundheit & Sport

- // Bezirkskrankenhaus Reutte
- // Diakonissen Linz/Schladming
- // Golfclub Maria Theresia
- // Intersport
- // Klinikum Austria Gesundheitsgruppe
- // kokon - Kinder- und Jugendreha
- // Land Oberösterreich, Gesundheitsabteilung
- // LKH-Univ. Klinikum Graz
- // Mare Gruppe (Rehakliniken)
- // Medizinische Universität Innsbruck
- // Neuroth
- // NÖ Landeskliniken Holding
- // Oö. Gesundheitsholding GmbH (OÖG)
- // Orthotechnik Falkensammer
- // OÖ Segelverband
- // Primärversorgungszentrum (PVZ) Traun
- // PROGES
- // Salzburger Landeskliniken
- // Südtiroler Sanitätsbetrieb
- // SV Pasching
- // SV Ried
- // Tiroler Landeskrankenanstalten (TILAK)
- // Wacker Innsbruck



# Nina Panholzer

- # Seit 23 Jahren in der PR tätig - sowohl auf Agentur- als auch auf Unternehmensseite (Rotes Kreuz)
- # Seit 2012 Geschäftsführende Gesellschafterin der PR-Agentur Prizovsky & Partner
- # Leiterin des Public Relations Verbandes OÖ
- # Anspruch: Der Kommunikation zu jenem Stellenwert verhelfen, den sie verdient.
- # Sozialmanagement-Studium an der FH OÖ
- # Ausgebildete Supervisorin und Coachin
- # Ausgebildete Markencode-Expertin





**Für ein unverbindliches Beratungsgespräch  
stehe ich gerne zur Verfügung.**

**P& Prizovsky & Partner  
Mag. (FH) Nina Panholzer  
Geschäftsführende Gesellschafterin**

**Public Relations Agentur  
Hauptplatz 23, 4020 Linz**

**T +43 732 784777  
M +43 664 886 24 196  
[www.p-und.com](http://www.p-und.com)**