

Abschied vom Mucha Verlag: Das Ende einer Ära im Printjournalismus!

Die neue ExtraDienst-Ausgabe 2025 beleuchtet Marketing-Rankings, Künstliche Intelligenz und das Ende der Printära des Mucha Verlags.

Wien, Österreich - Am heutigen Tag, dem 18. April 2025, veröffentlicht **ExtraDienst** eine neue, umfassende Ausgabe mit insgesamt 356 Seiten, die sich mit aktuellen Entwicklungen und Herausforderungen in der Medien- und Marketingbranche auseinandersetzt. Zu den Hauptthemen der Ausgabe gehören unter anderem das Ranking der Marketingleiter 2025, der Einsatz von Künstlicher Intelligenz (KI) zur Abwehr von Cyberattacken und der Bericht über den Kampf um Deutungshoheit in den Nachrichten.

In einem speziellen Editorial reflektiert Manfred Schuhmayer das Werk von Christian W. Mucha und dessen Verlagsgeschichte im Mucha-Verlag. Mucha selbst blickt auf seine Zeit als Print-Verleger zurück und spricht die digitale Zukunft an, während die Ausgabe auch das Ende der Printära des Mucha Verlags und der MG Mediengruppe nach fünf Jahrzehnten thematisiert.

Ranking der Marketingleiter

Ein zentrales Element der Ausgabe ist das **Ranking der Marketingleiter 2025**, das von einer Jury aus Branchenexperten erstellt wurde. Die Ergebnisse zeigen die Leistungen der renommiertesten Marketingleiter in Österreich. Die Top Ten des Rankings sind:

- Walter Fink, Sky Österreich
- Jörg Pizzera, Spar
- Martin Biedermann, ORF
- Philipp Bodzenta, Coca-Cola
- Thomas Saliger, XXXLutz
- Sabine Toifl, Wr. Städtische
- John Oakley, Ikea
- Martin Schipany, Stadt Wien
- Tillmann Fuchs, Flughafen Wien
- Wolfgang Gatschnegg, Wien Holding
- Sylvia Harasser, Spar
- Andreas Martin, PMC
- Egon Ostermann, OMV
- Julian Valenta, Stadt Wien

Weitere Themen in der Ausgabe befassen sich mit der Praxis der Medienförderung und den Herausforderungen, die durch steigende öffentliche Werbeausgaben von 417,9 Millionen Euro im Jahr 2023 entstehen. Gleichzeitig werden die Unzufriedenheit unter Agenturmitarbeitern analysiert und der Wandel der Berufswelt in der Medien- und Agenturbranche seit der Pandemie angesprochen.

Künstliche Intelligenz im Marketing und Mediensektor

Ein bedeutendes Thema ist die Rolle von KI im Marketing. Aktuelle Studien zeigen, dass Unternehmen durch den Einsatz von KI ihre Marketingprozesse optimieren können. Sie ermöglicht eine präzisere Zielgruppenansprache und Personalisierung von Werbemaßnahmen, was das Interesse vieler Unternehmen weckt. Über 80 % der Marketingexperten sind überzeugt, dass KI für den Unternehmenserfolg von entscheidender Bedeutung ist. Laut **RTR Medien** sind Experten überzeugt, dass KI auch in der Medienproduktion Chancen und Herausforderungen mit sich bringt, insbesondere im Bereich der automatisierten Inhaltserstellung.

KI ist ein Teilgebiet der Informatik, das sowohl Mathematik, Statistik als auch maschinelles Lernen umfasst. Sie kann Daten analysieren, Zusammenhänge erkennen und dadurch die Effizienz und Qualität von Marketing und Medieninhalten steigern. Dennoch ist die Implementierung von KI kein Selbstläufer; es erfordert die Entwicklung von Kompetenzen zur Nutzung dieser Technologien, um den Wert der Arbeit zu steigern.

Bei der Übergabe von Verantwortung an KI-Systeme bleibt die menschliche Kontrolle unabdingbar. Stressige Verwaltungen und die damit verbundenen Ängste ergeben sich aus der Unsicherheit, die durch den Einsatz dieser Technologien entsteht. Ein regelmäßiges Monitoring der KI-Anwendungen wird als notwendig betrachtet, um die Qualität und Ethik in der Anwendung sicherzustellen.

Mit einem klaren Blick auf die Entwicklungen in der Medienbranche und den Einfluss von KI zeigt diese umfangreiche Ausgabe von ExtraDienst nicht nur die Herausforderungen, sondern auch die Chancen auf, die sich durch den technologischen Wandel ergeben.

Details	
Ort	Wien, Österreich
Quellen	• www.ots.at • www.line-communication.de • www.rtr.at

Besuchen Sie uns auf: die-nachrichten.at