

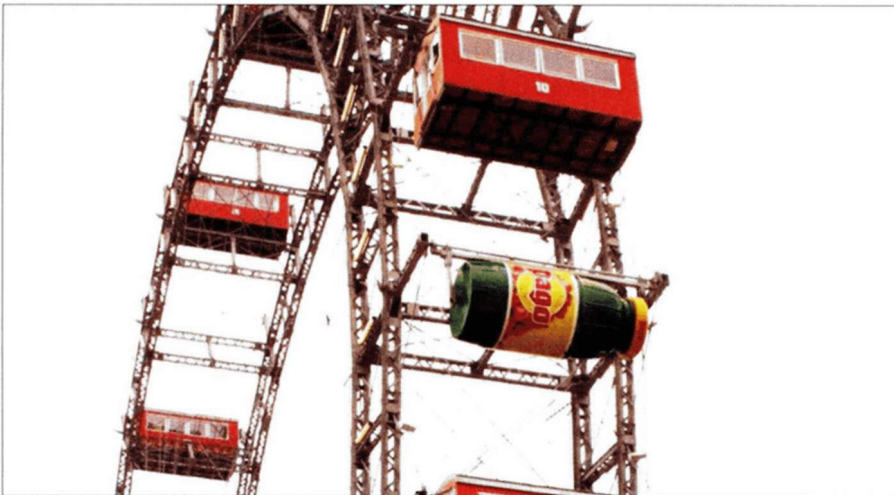
Thema: Prater Wien

Autor: k.A.

ED Markt-Splitter

Erfolge und Etats: Die besten News aus der Kommunikations-Branche

→ GONDEL DES MONATS



Hoppala, was hängt denn da für eine Gondel, hat sich wohl so mancher Besucher des Wiener Praters in den letzten Tagen gedacht. Dabei nutzt Pago nur das Riesenrad, um an heißen Tagen an seine Fruchtsaft-Getränke zu erinnern. Das allerdings auf opulente Art: Die Flasche wiegt immerhin 500 Kilogramm bei einem Durchmesser von 2,5 Metern und einer Höhe von 4,6 Metern. Umgesetzt wurde das Projekt gemeinsam mit Mindshare, Just Media und Big Sign. ■

→ ZEIT IST DIE NEUE WÄHRUNG

10 Thesen, wie Rainer Reichl, CEO von Reichl und Partner, die Mediaagentur der Zukunft sieht.

Alles werde letztendlich Social Media werden, prophezeit Reichl. Herkömmliche Werbeformen würden trotzdem weiter bestehen. Seine 10 Postulate für die Mediaagentur der Zukunft:

1. **Zusammenarbeit schlägt Briefings:** Firmen entwickeln Strategien, Konzepte und teilweise komplett neue Geschäftsmodelle in interdisziplinären Teams.
2. **Die Agentur der Zukunft ist eine Fusion aus Know-how in Marketing und Technologie:** Kreativität wird um die Nutzung technologischer Möglichkeiten und der

Analyse und zielgerichteten Verwendung von userzentrierten Daten erweitert.

3. **Die Bewertungsmaßstäbe für Agenturen werden neu definiert:** Es gilt zu beurteilen, welchen messbaren Nutzen eine Agentur für ein Unternehmen stiften kann.

4. **Kein Fortschritt ohne Experimente:** Ein Erfolgsfaktor von Marken wird die Bereitschaft sein, kalkuliertes Risiko in der Nutzung neuer Kommunikationsformen einzugehen.

5. **100% Sichtbarkeit ist das neue Dogma:** Derzeit wird nur ca. 50% der als geschaltet verrechneten Onlinewerbung

tatsächlich wahrgenommen.

6. **Zeit ist die neue Währung:** Aktuelle Studien zeigen, dass die Frequenz erheblich weniger relevant für das Lernen einer Markenbotschaft ist als optimale Betrachtungsdauer.

7. **Coopetition, also Kooperation mit dem Mitbewerb und zwischen Medien und Auftraggebern:** Die Agentur der Zukunft ist interaktiv mit den Medien vernetzt.

8. **Neue Technologien eröffnen neue Chancen für die Kreativität:** „Digital“ kann neue Markenerlebnisse schaffen. Es ist Aufgabe der Kreativen, sich mit Technologien

und deren kreativer Nutzung auseinanderzusetzen.

9. **Programmatische Kreativität schafft individuelle Markenerlebnisse:** In Zukunft muss für jeden User zu jedem Zeitpunkt die individuell richtige Botschaft kommuniziert werden.

10. **Der Marketingleiter der Zukunft ist ein Marketingtechnologie-Spezialist:** Die entscheidenden Chancen bieten die Technologiefelder der neuen Medien, der individualisierten Werbemittelproduktion, des Data Mining und der individualisierten Online-Schaltung. ■

Thema: Prater Wien

Autor: k.A.

→ STAATSPREIS MARKETING

Überreicht wurde der Staatspreis an das Traktorenwerk Lindner und die Agentur ACC.

Ausgezeichnet wurden sie für die Entwicklung und Einführungskampagne des ersten stufenlosen Standardtraktors mit lenkender Hinterachse. Das sei ein „Paradebeispiel für marketingbasierte Produktentwicklung durch den Lead User-Ansatz“, so die Begründung der Jury. Die Marketingstrategie sei konsequent umgesetzt worden, das virale Marketing sowie das permanente Marketing-Controlling beispielhaft. Dafür nahmen David Lindner, Marketingleiter des Traktorenwerks Lindner, sowie Bernhard Greil und Alexander Dresen von der betreuenden Agentur ACC aus den Händen von Harald Mahrer, Staatsse-



Siegerbild (v.l.): Georg Wiedenhofer (Präsident AMC), Alexander Dresen (ACC), Bernhard Greil (ACC), David Lindner (Traktorenwerk Lindner) sowie Staatssekretär Harald Mahrer

ekretär im Bundesministerium für Wissenschaft, Forschung und Wirtschaft, sowie Austrian Marketing Confederation (AMC)-Präsident Georg Wiedenhofer den Staatspreis entgegen.

Der Sonderpreis Dialogmarketing ging an Rote Nasen Clowndoctors, umgesetzt von der Direct Mind GmbH Dialogmarketing, für das Projekt „Innovative Unterstützergewinnung mit einem Lächeln

– eine neue Marketingstrategie für Rote Nasen Clowndoctors“. Der Sonderpreis der Jury für die beste Start-up-Strategie erhielt das Projekt „DACHMARKE* Linzer Stadthonig“.

Erstmals wurde auch ein Jurypreis überreicht. Er ging an das Unternehmen Create Connections Networking & Lobbying GmbH und die betreuende Agentur Muse Communication. Sie wurden für den Vienna Congress com. sult ausgezeichnet. Derartige Veranstaltungen würden einen wichtigen Multiplikator für Wien als Kongressstadt und Vermittlungsplattformen für Politik und Wirtschaft darstellen, so die Begründung. ■

→ APA: WENIGER UMSATZ

Dafür konnte Ergebnis gesteigert werden.

Demnach zeigte sich der Umsatz 2014 mit 71,04 Mio. Euro gegenüber 2013 leicht rückläufig (71,5 Mio. Euro). Das Jahresergebnis konnte dagegen von 2,15 Mio. Euro auf 2,87 Mio. Euro angehoben werden. Ebenso das operative Ergebnis, dass sich von 1,749 Mio. Euro auf 2,19 Mio. Euro erhöhte. „Während die Kernbereiche ordentlich wuchsen, ist der leichte Umsatzrückgang vor allem den geringeren Erlösen aus dem Projektgeschäft und zurückgehaltenen Investitionen geschuldet. Ich erwarte für 2015 ein

moderates Wachstum und eine zufriedenstellende Geschäftsentwicklung“, fasst APA-Geschäftsführer Peter Kropsch das Ergebnis zusammen. Bei der Generalversammlung wurde zudem Hermann Petz (TT) als Vorstandsvorsitzender bestätigt. Wiedergewählt wurden auch Richard Grasl (ORF) als Vorsitzender des Aufsichtsrates sowie Eugen A. Russ (VN) als stellvertretender Vorstandsvorsitzender. Neu in den APA-Vorstand zieht Styria-Vorstand Klaus Schweighofer für das *WirtschaftsBlatt* ein. ■

→ STYRIA MEDIA GROUP

Neues Hauptquartier in Graz festlich eröffnet.

Am 11. Juni wurde das Styria Media Center unter Teilnahme vieler prominenter Gäste in Graz eröffnet.

Das 14-stöckige, über 60 Meter hohe Gebäude ist das neue Headquarter der Styria Media Group und beheimatet neben einer Bankfiliale und einem Kindergarten die Redaktion der Kleinen Zeitung und das Studio der Antenne Steiermark. Herzstück des Gebäudes ist



Die strahlenden Gastgeber der Styria-Eröffnung: Klaus Schweighofer und Markus Mair.

der Newsroom, in dem auf rund 3.000 m² Journalisten der verschiedenen Styria-Medien untereinander vernetzt eng zusammenarbeiten sollen. ■

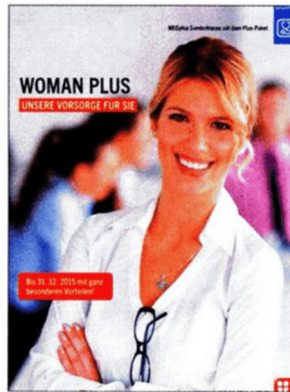
Thema: Prater Wien

Autor: k.A.

→ VORSORGE IST AUCH FRAUENSACHE

Die Gesundheitsoffensive 2015 der Wiener Städtischen stellt Frauen in den Mittelpunkt.

Frauen unterscheiden sich in vielen Dingen von Männern. So sind sie nicht nur gesundheitsbewusster, beispielsweise in Bezug auf Themen wie „Prävention und Vorsorge“, sondern entscheiden sich auch eher für private Vorsorgeprodukte. Auch die weibliche Lebensplanung unterscheidet sich sehr von der männlichen. Karenzzeit, Kindererziehung, Familienhospiz und Teilzeitjobs prägen oftmals die berufliche Laufbahn von Frauen. Mit WOMANplus bietet die Wiener Städtische Versicherungslösungen, die auf diese speziellen Situationen abgestimmt sind. „Beruf, Familienplanung, Weiterbildung: das und



Die Kampagne für WOMANplus

vielen mehr müssen Frauen vereinbaren – mit WOMANplus möchten wir sie dabei unterstützen!“, so Dr. Judit Havasi, Wiener Städtische Generaldirektor-Stellvertreterin, über das Vorsorgeprogramm

für Frauen. Im Rahmen der Gesundheitsoffensive 2015 bietet die Wiener Städtische Neukundinnen aber noch weitere Vorteile. So entfällt bei Abschluss einer MEDplus Sonderklasseversicherung bis zum 31. Dezember 2015 fünf Jahre lang der Selbstbehalt, bei Neukundinnen unter 40 mit dem Privatarztтарif SMART sogar bis zum 45. Lebensjahr. Darüber hinaus hält die Wiener Städtische für werdende Mütter ein besonderes Extra bereit: Frauen, die 2015 eine neue Sonderklasseversicherung abschließen, erhalten bei der Geburt ihres Kindes einmalig eine Gutschrift in der Höhe einer Jahresprämie. Voraussetzung hierfür ist le-

diglich, dass die Sonderklasseversicherung bei Geburt des Kindes seit mindestens einem Jahr besteht. Eine 30-jährige Kundin erhält in diesem Fall eine Gutschrift über knapp 1.000 Euro – Geld, das vor allem während der Karenz sehr gelegen kommt. KundInnen der Wiener Städtischen profitieren nun auch von den praktischen Online-Gesundheitservices. Mit dem Schwangerschaftskalender von NetDoktor.at sind werdende Eltern während der Schwangerschaft umfassend informiert: von der ersten Woche bis zur Geburt liefert der Schwangerschaftskalender wertvolle Informationen rund um das Baby. ■

→ ATV MIT ADI WEISS

Modeguru untersucht Kleiderkästen der Promis.

Wie sieht das Lieblingsstück aus, welchen modischen Fauxpas würde man heute nicht mehr begehen und mit welchem Teil sind besondere Erinnerungen verbunden? Diese Fragen versucht Style-Experte Adi Weiss in seiner neuen Society-Sendung „Im Schrank der Stars“ zu klären. Ab 5. Juli auf ATV. Als Draufgabe lüchelt er jedem Star ein teures Design-



Zeigt her eure Kleider: Adi Weiss durchsucht für den Sender ATV Promi-Schränke

nerstück ab, das für einen guten Zweck verkauft wird. Das Geld geht zur Gänze an ein vom jeweiligen Prominenten auserkorenes, karitatives Projekt. ■

→ HARCON FÖRDERT STARTUPS

60.000 Euro warten auf die Jungunternehmer.

Um die Förderung können sich Unternehmen aus den Bereichen Marketing, PR und Unternehmensberatung bewerben. Sie ist in den nächsten zwei Jahren auf zehn Startups aus Österreich und Deutschland limitiert. Die Startups werden zwei Jahre lang operativ begleitet. Neben ersten Marketingkonzepten, laufendes Coaching, aktive PR-Arbeit und Medien- sowie Werbepakete unterstützt und coacht HarCon Media & Consulting die Jungunternehmer auch in den Bereichen Sales,

Stakeholder-Management und Organisationsentwicklung. „Fehlende Erfahrung im Unternehmertum ist die Schwäche von Startups. Neben Kapital brauchen sie vor allem einen Partner auf Augenhöhe, der ihnen kein Korsett vorgibt, sondern die Gründer in ihrer Entwicklung tatkräftig unterstützt“, so Constantin Wollenhaupt, Co-Geschäftsführer von HarCon. Die Voraussetzungen und Bewerbungsmodalitäten finden Interessierte auf der Website von HarCon Media & Consulting. ■