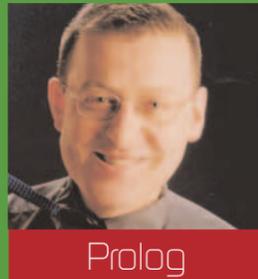


# Marketing & Medien



Prolog



Werber Christian Satek (l.), Kollege Marco de Felice (r.) und trend/profil-Herausgeber Christian Rainer (Mitte) hatten bei der CCA-Gala offensichtlich viel Spaß.



Nach herumfliegenden Vodka-Gläsern im Jahr 2005 im Ronacher und provokanten Auftritten im Jahr 2006 im Platinum Vienna waren bei der CCA-Gala 2007 im Konzerthaus gutes Benehmen, Stil und Anstand angesagt.



Für ihren Teaser mit Benimmler Thomas Schäfer-Elmayer erhielten Michael Kapfer-Giuliani, Alexander Zemlanovics, Dieter Pivrec, Lowe-GGK-Chairman Rudi Kobza (v. l. n. r.) und ihr Kunde Kronen Zeitung Gold in der Kategorie Plakate und Poster.



ORF-Generaldirektor Alexander Wrabetz, hier in Gesellschaft von Julia Leibner (ATV) und den ORF-Enterprise-Kundenberatern Petra Beneder und Ralf Schalkhammer (v. l. n. r.), verfolgte das Geschehen von einer Balkonloge aus.



V. l. n. r.: Peter Aigner (Aigner PR), Texterin Eva Sommerregger (Draftfcb Kobza) und Christian Wurzer (tischSieben)

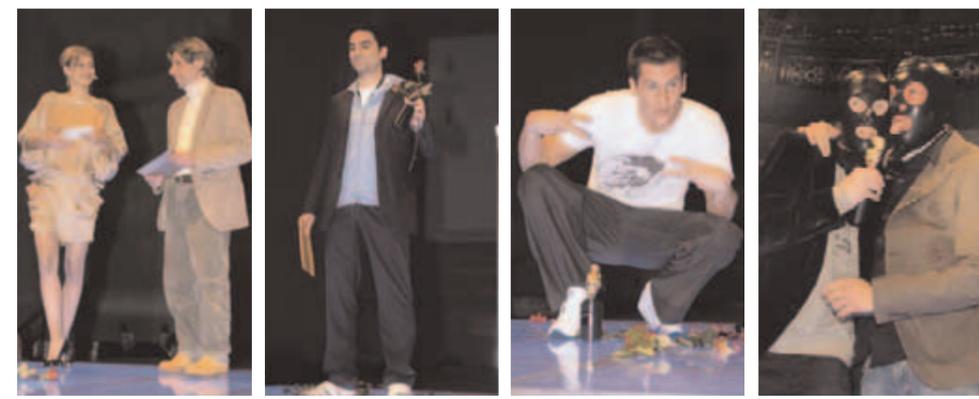


Society-Reporterin Janina Lebiszcak, die Tochter von Werbe-Urgestein Georg Lebiszcak, mit Herbert Zirbs (alphaffairs)

## Wo die BRANCHE sich trifft

KONTAKT: Robert Smejkal, adpool@chello.at, Tel. 0699/10 98 09 05

■ **Im Wiener Konzerthaus** verlieh der Creativ Club Austria (CCA) vor rund 1.000 Gästen 27 goldene, 33 silberne und 59 bronzene Venus-Statuetten sowie dreimal die „Venus International“ für die beste Werbung des Jahres. Die Agentur Jung von Matt/Donau bekam (gefolgt von Demner, Merlicek & Bergmann und Draftfcb Kobza) einmal mehr die meisten der begehrten Auszeichnungen – und wurde von LaudaMotion mit einem Goldenen Smart bedacht. Der CCA-gebrandete Kleinwagen wurde von LaudaMotion-Geschäftsführer Stefan Miklauz und Niki Lauda persönlich überreicht und steht der Truppe um Kreativchef Andreas Putz nun für ein halbes Jahr zur Verfügung. Zum Kunden des Jahres wurde der Mobilfunkbetreiber One gekürt, zum „Junior of the Year“ Christian Begusch (für Arbeiten für One) und zum „Rookie of the Year“ Julia Neumann (die sich über ein von der ORF-Enterprise gestiftetes Stipendium für die Roger Hatchuel Academy im Rahmen der Cannes Lions 2007 freuen darf). Erstmals wurden bei der CCA-Gala 2007 vier Mitglieder für ihr hervorragendes kreatives Schaffen ausgezeichnet: Elfie Semotan, Gerhard Heller, Walther Salvenmoser und Sigi Mayer wurden von den Laudatoren Marco de Felice, Christian Satek, Geri Aebi (er kam extra aus Zürich angereist) und CCA-Präsident Tibor Bárci gewürdigt. Die Frage, ob Kreativität in der Werbung ein elementarer Erfolgsfaktor ist, beantwortete Barci mit einem klaren „Ja“. Marktleader hätten dies ebenso erkannt wie Nischenplayer und Herausforderer.



Auf der Bühne v. l. n. r.: Moderatorin Valerie Sajdik, Sängerin von „Saint Privat“, mit Verleger Chris Radda, diverse Preisträger



## Starke Plakate und Werbespots

Gold für Hervis in der Kategorie Plakat, Gold für Triumph in der Kategorie City Light: Im Platinum Vienna prämierte das Außenwerbeunternehmen EPAMEDIA in Kooperation mit Karmasin Marktforschung österreichisches Gallup Institut im Rahmen des IMPACTISSIMO 2007 die effizientesten Kampagnen des Jahres 2006. Im Bild v. l. n. r.: Gerti Gugerell von der Mediaagentur Mediaedge:cia, Gerhard Bradler (Hervis), Young & Rubicam-Chef Luigi Schober und Gastgeber Markus Schuster, Chief Commercial Officer der EPAMEDIA.

**DER IMPACTISSIMO**, so Markus Schuster, sei kein Preis wie viele andere auch, denn er würdige die Gesamt-Performance einer Plakatkampagne, also die Kommunikationsleistung in Relation zum Aufwand – und damit die Effizienz. Diese war auch das Kriterium bei der Auszeichnung der „Gallup-Top-Ten“, der impactstärksten Werbespots des Jahres 2006, im Festsaal der Wirtschaftsuniversität Wien. Mit einem Impactwert von 33 Prozent nach der ersten Einschaltung schnurrte sich „Kater Paul“ mit Whiskas (Auftraggeber: Masterfoods, Agentur: TBWA, Mediaagentur: Mediacom, Filmadaption: InMotion) auf den ersten Platz. Als beste Neu-Kampagne wurde der Spot „Möbel zum Verlieben“ (Leiner/Jung von Matt/Panmedia Western/Close up) ausgezeichnet.

## Product Design Award 2007

**Internationaler Erfolg** für das Team der Wiener Industrie- und Interaction-Designer GP designpartners: Beim renommierten iF Design Award in Hannover wurde das von GP gestaltete Diktiergerät Philips Digital Pocket Memo (DPM) 9600 mit dem Product Design Award 2007 ausgezeichnet. Der seit 1954 jährlich ausgerichtete iF Design Award zählt zu den traditionsreichsten und bedeutendsten Designwettbewerben der Welt. Christoph Pauschitz, Projektverantwortlicher bei GP designpartners: „Die Asymmetrie des Geräts betont dessen Werkzeugcharakter. Wir haben sie als Stilelement nahtlos in die Gesamtästhetik integriert.“



**Die zehn größten Aufreger**, die 100 liebenswertesten Kunden, die 666 perfidesten Geschäftsmacher, die 1.000 wichtigsten ÖsterreicherInnen: Ob gut, ob böse – gnadenlos wird von heimischen Publikums- und Fachmedien zurzeit so ziemlich alles auf- und niederge-„rankt“, was auch nur einigermaßen abwäg-, beurteil- oder vergleichbar ist. Vor ein paar Wochen hat es diesbezüglich überraschenderweise auch mich erwischt: Eine vom Branchenmagazin Extra-Dienst angeheuerte prominente Fachjury kürte mich in einem (von immerhin niemand Geringerem als Jan Mariusz Demner vor Christoph Klingler und Marco de Felice angeführten) Austro-CD-Ranking zur Nummer 58 unter Österreichs Top-Kreativen. Ob (und wenn ja, dann welche) der Jury bekannte Arbeiten von mir den Ausschlag für die (mich zugegebenermaßen ein bisschen mit Stolz erfüllende) Entscheidung gaben, weiß ich nicht. Sollte man mich aber bei der (noch ausstehenden) Erstellung des Rankings der kompetentesten Fachjuroren des Landes nach meiner Meinung fragen, dürfen BA-CA-Werbeleiter Peter Drobil, Gewista-Generaldirektor Karl Javurek, der ehemalige Sturm-Graz-Präsident Hannes Kartnig, Fachjournalist Albert Sachs, Kurier-Redakteur Christoph Silber, Werbeakademie-Direktorin Gabi Stanek und sieben weitere Experten mit meiner vollen Unterstützung rechnen.

Natürlich möchte sich auch Messe & Event dem aktuellen Ranking-Hype nicht entziehen – und nimmt Ihre diesbezüglichen Ideen gerne entgegen. Gleichzeitig gilt es, den 6. Messe & Event BRANCHENTALK live vorzubereiten. Das Diskussionsthema am Montag, 21. Mai 2007, im Wiener Leopold Museum lautet „Networking“. Auf Ihre Anregungen und Kooperationsvorschläge dazu freut sich

Robert Smejkal  
adpool@chello.at  
Tel.: 0699/10 98 09 05

Fotos: Walther Reichl, Telekom Austria, SevenOne Media, EPAMEDIA, Ludwieg Vyssocan (10)

## Leute, über die man spricht

**MARTIN BREDL**, Leiter der Unternehmenskommunikation Telekom Austria Festnetz, wurde zum neuen Präsidenten des Public Relations Verbandes Austria (PRVA) gewählt. Mit Peter Hörschinger, Geschäftsführer der Agentur ikp, und Gallaher Austria Tabak-Pressesprecherin Bettina Pepel, die künftig als Vizepräsidenten im Vorstand fungieren, möchte er die positive Entwicklung der Branche weiter fördern und die Wirtschaftlichkeit von PR in den Fokus rücken. „Es wird allerdings nicht ausreichen, wenn die PR-Verantwortlichen verstehen, wie sie mit PR-Maßnahmen den Erfolg ihrer Unternehmen und NGOs verstärken“, meint Bredl. Auch Geschäftsführer und vor allem Controlling-Leute müssten immer mehr erkennen, wie sie PR zweckdienlich und nutzbringend einsetzen können. Der PRVA hat zurzeit 500 Mitglieder, davon 70 Agenturm Mitglieder.



■ **RUDI KOBZA**, Chef der Agenturgruppe Draftfcb Kobza und Chairman der Lowe GGK, ist Jurypräsident in der Königskategorie „Kampagnen“ des von 14. bis 19. Oktober 2007 zum 14. Mal stattfindenden Golden Drum Festivals in Portoroz/Slowenien. Das Festival zählt zu den wichtigsten grenzüberschreitenden Werbeevents.

■ **CATERINA HAFTNER**, seit fünf Jahren beim TV-Vermarkter SevenOne Media Austria, wechselt intern in die neu geschaffene Position New Biz und Sales Koordination. Dort wird sie u. a. eng mit dem Product Management für PULS TV zusammenarbeiten. Als Sales Managerin folgt ihr Angelika Vanek nach.



Dräger-Safety-Marketingspezialist Reinhard Havlicek und der Geschäftsführer von Dräger Safety Austria, Johann Karmel, mit dem Moderator der Abschlussveranstaltung des 3. Österreichischen Feuerwehr-Website-Wettbewerbs, Josef Broukal (v. l. n. r.). Vertreter von insgesamt 32 mit fünf Helmsymbolen ausgezeichneten Feuerwehren waren zur spannenden Preisverleihung ins Technische Museum Wien gekommen. Am Ende freute sich das Saalfelderteam über den Hauptpreis.

## Worüber die BRANCHE spricht

■ **Kinoeinladungen** werden in Marketing- und Medienkreisen zurzeit sehr oft und gerne ausgesprochen und angenommen: Das Team des TV-Vermarkters SevenOne Media Austria freute sich über großen Zuspruch, als es in Kooperation mit Constantin Film zur VIP-Premiere des Films „Neues vom Wixxer“ ins Village Cinema im dritten Wiener Bezirk bat. Vom Public Relations Verband Austria (PRVA) zu einer Exklusiv-Vorführung des Streifens „The Queen“ eingeladene Vertreter der PR-Szene erlebten eine lebhaftere, vom Marketingchef der Wiener Festwochen, Stefan Wollmann, moderierte Podiumsdiskussion zwischen Harald Schiffl (Hohegger Com), Elisabeth Pechmann (Ogilvy & Mather), public consult-Geschäftsführer Thomas Hofer und Wirtschaftsblatt-Redakteurin Esther Mitterstieler.



Im Bild oben: Ingrid Luttenberger (Magistratsdirektion der Stadt Wien) und Infoscreen-Geschäftsführer Franz Solta beim ersten Infoscreen-Filmfrühstück 2007 im Metro Kino. Darunter: Sascha Divsalar (Mediacom) und Barbara Osinger (Infoscreen)

Bereits Tradition hat mittlerweile das mehrmals pro Jahr stattfindende Sonntags-Filmfrühstück des mit 40 Bildflächen in den Stationen der Wiener U-Bahn vertretenen City-Channels Infoscreen. Zum Auftakt 2007 gab es am Tag der Oscar-Verleihung im Wiener Metro Kino vier jeweils rund 20-minütige Stummfilme mit Stan Laurel und Oliver Hardy zu sehen. Infoscreen-Geschäftsführer Franz Solta begrüßte dazu rund 130 geladene Gäste, darunter Roman Breithofer (Universal Media), Karen Fanto (Nike), Elisabeth Römer (Österreichische Lotterien), Klaus Rengen (Austrian Airlines), Oliver Hynek (Mobilkom), Alexander Koppel (Hutchison 3G) und Christoph Toriser (Lowe GGK). In den nächsten Monaten stehen unter dem Motto „Komödie und Sartire“ weitere Klassiker, darunter Werke von Ernst Lubitsch und Woody Allen, auf dem Programm.

■ **Die Bedeutung**, die für noble Hotels fünf Sterne und für Spitzenrestaurants fünf Hauben besitzen, haben für Österreichs Feuerwehren fünf Helme. Mit diesen zeichnete Dräger Safety Austria im Technischen Museum Wien zum dritten Mal die besten heimischen Feuerwehr-Auftritte im Internet aus. Der Hauptpreis, eine Reise nach Indianapolis (USA), ging an die Freiwillige Feuerwehr Saalfelden. Den Ausschlag für die Jury-Entscheidung gaben u. a. die übersichtliche Gestaltung, die hervorragende Gliederung und die hohe Aktualität der Website [www.feuerwehr-saalfelden.at](http://www.feuerwehr-saalfelden.at) sowie deren aussagekräftige Fotos. Parallel fand der von der Agentur Advertisingpool konzipierte Wettbewerb heuer auch in Deutschland und in der Schweiz statt. Prominente Jurymitglieder dabei waren u. a. der Fernsehjournalist Hans Meiser (der auch im Deutschen Feuerwehrverband aktiv ist und über 14 Jahre lang die RTL-Sendung „Notruf“ gestaltete), der Fachjournalist, Buchautor und Moderator der SAT.1-Sendung „planetopia online“, Peter Huth, sowie der Technische Direktor der Agentur Elephant Seven, Rainer Sax.



Wolf Frank, Parodist zahlreicher prominenter Stimmen auf Ö3, begeisterte bei der Feuerwehr-Website-Auszeichnung nicht nur mit einem 15-minütigen Show-Act, sondern auch als Gratulant in den Rollen von Armin Assinger, Niki Lauda, Helmut Zilk, Adi & Edi und vielen anderen das Publikum. Seine persönliche Website [www.wolf-frank.at](http://www.wolf-frank.at) spielte zwar nicht beim Wettbewerb mit, war aber unter den Teilnehmern sehr gefragt.

■ **Zur Wien-Premiere** des österreichischen Kinofilms „Immer nie am Meer“ mit Dirk Stermann und Christoph Grissemann lud Eristoff Tracks ins Village Cinema. Neben den beiden Protagonisten und Regisseur Antonin Svoboda waren u. a. ORF-Kulturchef Martin Traxl, FM4-Geschäftsführerin Monika Eigensperger, Walter Gröbchen (Monkey Music), Kabarettist Alfred Dorfer, Schauspieler Gregor Bloeb und der Wiener Kulturstadtrat Andreas Mailath-Pokorny mit dabei. Vor dem Film wurde der neue Eristoff-Kinospot „The Land of the Wolf“ präsentiert. Danach gab es eine Party mit Live-Act, DJs, Heringssalat und Eristoff-Cocktails im Klub Ost.



Kabarettist Alfred Dorfer und Christoph Grissemann (v. l.)



Programmdirektor Wolfgang Lorenz, Informationschef Elmar Oberhauser, Moderatorin Ingrid Thurnher und Generaldirektor Alexander Wrabetz (v. l. n. r.) beim Bühnengespräch im Rahmen der ORF-Programmpräsentation im Wiener Museumsquartier

■ **Eine „Daily Soap“ made in Austria**, ein neues ORF-1-Infopakete, neue Magazinformat, mehr Eigenproduktionen und neue Sendezeiten für Kultur und Diskussion präsentierte der Österreichische Rundfunk Vertreter der österreichischen Werbe- und Kommunikationswirtschaft bei der Vorstellung seiner (so Generaldirektor Alexander Wrabetz) bislang „größten Programmreform“ im Wiener Museumsquartier. Unter den Gästen, von denen viele nachher noch zur Bikini-Gala des Sportmagazins ins Jugendstiltheater am Steinhof pendelten, wurden u. a. die Werbe- und Mediaagenturchefs Harry Bergmann (D, M & B), Alfred Koblinger (PKP proximity), Christoph Bösenkopf (Wirz), Peter Lammerhuber (Mediacom), Andreas Klemen (Mediaedge:cia), Andreas Hofmaier (Aegis Media) und Elisabeth Ochsner (Panmedia Western) sowie Omnimedia- und Schwimmverbandsboss Paul Schauer, ÖFB-Präsident Friedrich Stöckler, Telekom-Austria-Marketingleiter Stefan Tweraser, Hutchison-3G-Chef Berthold Thoma und Casinos-Austria-Vorstand Karl Stoss gesehen. Die nächste große ORF-Veranstaltung für Werbekunden ist die, heuer vom Spätherbst auf den 31. Mai vorverlegte, „Radio Night“ (inklusive Verleihung des Goldenen Werbehahns). Im September folgt dann wieder der „Top Spot“ in Kombination mit einer weiteren Programmpräsentation.



ATV-Chef Franz Prenner (links) mit Werber Gerri Brandstetter

Die Präsidentenkollegen Tibor Barci (CJA) und Max Palla (IAA) mit ATV-CMO Christoph Schwedler (v. l. n. r.)



Fotos: Ingo Deschmidt (2), Christoph Brennis (4), planetsociety/Harald Anton, ORF, ATV (2), Business Circle/Liane Knapp

■ **Hornbach** gewann bereits zum zweiten Mal den „Hund in Platin“ für den kreativsten auf ATV gesendeten Werbespot. Zur Verleihung im Salon Leopold im Wiener Museumsquartier kamen neben Hornbach-Marketingleiter Josef Zinner und den Juroren Tibor Barci, Dieter Weidhofer (FCBI), Peter Dirnberger (D-DF), Franz Merlicek (D, M & B), Christoph Klingler (BBDO), Michi Heine (Blink), Ernst Mican (Micanfilm), Edmund Hochleitner (Wien Nord Pilz), Raffaele Arturo (Publicis) und Markus Enzi (Gantner und Enzi) auch IAA-Präsident Max Palla, Rosa Haider-Merlicek (D, M & B), Gert Winkler (Tale Film), Anthony F. Guedes (Filmfactory), Marguerite Harnoncourt und Roman Haidinger (tischSieben), Michael Nitsche (Saatchi & Saatchi), Luigi Schober (Young & Rubicam), Alexander Zelmanovics und Dieter Pivrnec (Lowe GGK), Mira Kloss-Zechner (bwin) sowie die „Rounder Girls“ Doretta Carter und Kim Cooper. Von den ATV-Protagonisten waren u. a. Mark Michael Narsek, Volker Piesczek, Sasha Walczek, Elisabeth Auer, Cathy Zimmermann, Marika Lichter, Ken Krüger, Werner Sejka und Sylvia Saringer mit dabei.

■ **Der Weg sei das Ziel**, so die Botschaft des Mentors, Beraters und „Business-Philosophen“ Dieter Langenecker, ein Schulkollege des Präsidenten der Österreichischen Marketing-Gesellschaft (ÖMG), Peter Drobil, bei seinem Vortrag zum Thema „Inspiration für Führungskräfte“ vor rund 70 zum Mitgehen aufgeforderten ÖMG-Mitgliedern, darunter Elisabeth Benda (IPA Plus), Walter Ringsmuth (Antenne Salzburg), Stefanie Bleil (Verlagsgruppe News), Christine Grünwald (Kurier) und Ralph Vallon (Relations) im neuen Raiffeisenforum in Wien. Interaktiv und gruppendynamisch ging es auch beim Jubiläumsevent des vor 50 Jahren als „Club der Verkaufsdirektoren“ gegründeten Marketing Club Österreich (MCO) in der Wiener Börse zu: Mit Geist- und Körpereinsatz traten die Teilnehmer dort in Teams zum lustigen Marken- und Marketingspiel „1, 2 oder 3“ an. Mitspielen durften u. a. MCO-Geschäftsführerin Judith Löffler, Baumax-Marketer Georg Wiedenhofer und Gallup-Prokuristin Roswitha Hasslinger.



Dieter Langenecker (im Bild oben) sprach über Glück und Zufriedenheit, zitierte Mahatma Gandhi und Viktor Frankl und schickte die Marketinggesellschaft auf einen lustvollen Weg zum Ziel.

■ **Lust auf Erfolg** machte Wirtschafts- und Mentalcoach Günter Spiesberger den zu einem „Breakfast Briefing“ im One Smart Space in der Wiener Innenstadt eingeladenen Geschäftspartnern des Konferenz- und Seminarveranstalters Business Circle. Beim fünf Wochen später folgenden nächsten Business-Circle-Frühstück sprach dann die Vorstandsdirektorin der Siemens AG Österreich, Brigitte Ederer, über „Erfahrungen aus Politik und Wirtschaft – zwei Welten und deren Unterschiede und Parallelen“.



Günter Spiesberger beim Impulsreferat im One Smart Space



Messe & Event lud zu einem exklusiven „Dinner für alle Sinne“

## Was die Branche bewegt

■ **Im neuen Stadtbüro** von „von Feichtinger Blumen“ inszenierten der Bohmann-Verlag und die Agentur Advertisingpool im Rahmen ihrer vor drei Jahren zusammen ins Leben gerufenen Veranstaltungsreihe „Messe & Event BRANCHENTALK live“ mit den Eventdekorations-Spezialisten Birgit Feichtinger und Peter Feichtinger sowie dem Caterer „impacts – your event“ ein „Dinner für alle Sinne“. Für die eingeladenen bisherigen Talkgäste, Kooperationspartner und Freunde des Hauses gab es dabei zu jedem Gang eine neue Tischdekoration (und -gesellschaft).

Nach dem Opener, einem Grapefruit-Guavensalat mit Kokos-Limettdressing und Süßkartoffelblini in Kombination mit einer tropischen Vasenfllung folgte ein köstlicher Angler in der Wasabikruste mit cremiger Sakesauce und Thaispargel – dekorationsmäßig begleitet von Schachtelhalm, Calla und Orchideenblüten. Die rosa gebratene Lammkrone mit Korinthen und Pignolirisotto auf glaciertem Zwiebelgemüse und Chiantijus passte subtropisch mediterran ideal zu den toskanischen Kräutern und handgeklopften Terracottaziegeln. Den Abschluss bildeten Mozartknödel mit Haselnussbutterbrösel, Pariserspitz und Kernölmousse mit Zwergorangeragout in Begleitung von Vergißmeinnicht. Den stimmungsvollen Abend genossen u. a. Moderatorin Barbara van Melle, Gallup-Chef Prof. Fritz Karmasin,

Peter Riha (Publicis Events Austria), Gert Zaunbauer (Putz & Stingl), Verena Dahlitz (Leopold Museum), Monika Scheinost (Hofburg Kongresszentrum & Redoutensäle Wien), balloonart-Chef Andreas Braunböck, KLB-Geschäftsführerin Birgit Weyringer, Martina Fritsch (MM Media Event & Content), Erich Kulicska (Wiener Event Technik) und Christine Opitz (Event Company Opitz & Hasil). Vor dem Essen verrieten Messe & Event-Chefredakteur Christoph Berndt und Robert Smejkal (Advertisingpool) den Gästen den Termin und die Location für den nächsten BRANCHENTALK live: Dieser wird am 21. Mai 2007 im Leopold Museum stattfinden.

V. l. n. r.: Anneliese Leifert und Gunther Pany (Bohmann-Verlag), Peter Riha (Publicis Events Austria), Elisabeth Wimmer (Austria Trend Hotels) und Gert Zaunbauer (Putz & Stingl)



V. l. n. r.: Caterer Christian Chytil (impacts – your event) mit Erich Kulicska (Wiener Event Technik) und Christine Opitz (Event Company Opitz & Hasil)



Advertisingpool-GF Robert Smejkal, Birgit Feichtinger (von Feichtinger Blumen), Birgit Weyringer (KLB Consulting), Parodist Wolf Frank und Messe & Event-Chefredakteur Christoph Berndt (v. l. n. r.)



V. l. n. r.: Messe & Event-Chefredakteur Christoph Berndt, Prof. Fritz Karmasin (Gallup Institut) und Gunther Pany (Bohmann-Verlag)



Hausherr Peter Feichtinger (von Feichtinger Blumen) mit Alexandra Kunzmann (Golden Tulip Vienna All Suites Modul)



Barbara van Melle, Moderatorin aller bisherigen fünf Messe & Event BRANCHENTALK live-Podiumsdiskussionen, und Robert Smejkal



Bei jedem der insgesamt vier Gänge gab es eine neue Tischdekoration und -gesellschaft. Für die passende Weinbegleitung sorgte die Vinothek La Cave.



redmail-Marketingleiterin Karin Merzendorfer, dialogic-Geschäftsführer Wolfgang Hafner, Referent Bernhard Heinzlmaier und DMVÖ-Präsident Michael Straberger (v. l. n. r.) im Looshaus

■ **Jugendmarketing-Fachmann** Bernhard Heinzlmaier, Leiter der „tfactory-Trend-agentur“ in Österreich und Deutschland referierte im Rahmen der Veranstaltungsreihe „Facts & Friends“ des Direct Marketing Verbandes Österreich (DMVÖ) im Wiener Looshaus humorvoll und pointenreich über neue Wege im Jugendmarketing. Web 2.0, Internet als Präsentationsplattform und die eigene Homepage seien fixer Bestandteil des jugendlichen Alltags, erklärte er seinem Publikum, darunter DMVÖ-Geschäftsführerin Louisa Böhringer, Wolfgang Hafner (dialogic), Jörg Spreitzer (OgilvyOne worldwide), Karin Merzendorfer (redmail) und Eva Mandl (Himmelhoch PR). „Angesagt“, so Heinzlmaier, „sind Chats. Genervt zeigen sich junge Menschen von Popups und Werbung per SMS. Werbespots zirkulieren im Internet und werden untereinander ausgetauscht. Dabei punkten aber nur Lifestyle-spots mit Humor, bei denen nicht das Pro-



Anton Jenzer (Schober Information Group), Werbeakademie-Direktorin Gabriele Stanek und Prof. Fritz Karmasin (v. l. n. r.) bei der DICOM 2007 im Congress Casino Baden

dukt, sondern der Kunstfaktor im Vordergrund steht.“ Wichtigstes Gesprächsthema beim anschließenden Imbiss war das Programm des Direct-Marketing-Kongress DICOM 2007, der wenige Tage später im Congress Casino Baden stattfand. Internationale und heimische Branchenexperten diskutierten dort über die allerneuesten Direct-Marketing-Trends.

■ **Springtime** war das Motto beim zweiten Get-Together in den Büroräumlichkeiten der Wiener PR- und Lobbying-Agentur ikp. Mehr als hundert Kunden, Freunde und Partner, darunter Libro-Chef Martin Waldhäusl, Designer-Outlet-Parndorf-Manager Thomas Reichenauer, JWT-Wien-GF Thomas Schmidbauer, Conwert-Immobilien-Invest-AG-Marketingleiterin Ute Königshofer, Ex-Ministerin Maria Rauch-Kallat, Observer-GF Florian Laszlo und Club-Cuvée-Präsident Ralph Vallon kamen, genossen die Weinverkostung des Winzers

Richard Zahel, tanzten und amüsierten sich mit den Gastgebern teils bis in den frühen Morgen.



Agenturleiterin Mheldokht Tesar und GF Peter Hörschinger (ikp) mit Werber (und ikp-Gesellschafter) Alois Grill und Gast Beppo Mauhart (v. l. n. r.)

## Terminkalender



■ **Die Finalentscheidung** im Wettbewerb um den Großen Österreichischen Plakatpreis fällt auch heuer unmittelbar am Tag der Gewista-Plakatparty, dem größten Out-of-home-Event des Jahres. Mehr als 3.000 Gäste werden dazu erwartet. „Die Plakatparty“, so Gewista-GF Karl Javurek (im Bild oben beim Vorjahresevent mit Entertainer Franco Andolfo), ist deshalb so beliebt, weil sie in lockerer, entspannter Atmosphäre ohne Selbstdarstellungsrituale und lange Ansprachen Kommunikation pur ist: ein Familienfest der Werbung.“

### Donnerstag, 3. Mai 2007

Print-Adgar-Verleihung des Verbandes Österreichischer Zeitungen im Wiener Museumsquartier/Halle E 1070 Wien  
[www.voez.at](http://www.voez.at)

### Dienstag, 8. Mai 2007

24. Gewista Plakatparty im Austria Trend Eventhotel Pyramide 2334 Vösendorf  
[www.gewista.at](http://www.gewista.at)

### Mittwoch, 9. Mai 2007

2. Österreichischer Marketingtag im MAK, 1010 Wien  
[www.marketinggesellschaft.at](http://www.marketinggesellschaft.at)

### Montag, 21. Mai 2007

6. Messe & Event BRANCHENTALK live im Leopold Museum, 1070 Wien

