

Marketing & Medien



Prolog

Big Ideas



■ **Fahrgäste und Passanten**, die Wiener Taxilenker auf einen vermeintlich auf dem Autodach vergessenen Starbucks-Kaffeebecher aufmerksam machten, wurden von Starbucks im Rahmen einer, eine Woche lang dauernden, gelungenen Promotionaktion mit Getränkebons belohnt. Die Gutscheine konnten in jedem der zehn Starbucks-Coffeehouses in Wien oder am Flughafen Schwechat eingelöst werden. Mit weltweit fast 12.000 Niederlassungen ist Starbucks der international führende Anbieter, Röster und Vermarkter von Spezialitätenkaffee.



■ **Einen freundlichen Empfang** bereitet „solutions 4“ (ein junges Wiener Unternehmen, das sich der Lösung von Problemen im Eventbereich mittels praxistauglicher Applikationen für das Einladungs- und Einlassmanagement verschrieben hat) den Gästen bei Top-Events. Dahinter stehen Nicole Götz und Bernhard Razenberger, die früher bei der ORF-Enterprise für die Abwicklung von Großveranstaltungen wie Top Spot und Radionight verantwortlich zeichneten. Ihre leistungsfähigen Datenbanken für eine einfache und verständliche Online-Anmeldung und ihre durchdachten Tools für einen reibungslosen, personalisierten Check-in überzeugen mittlerweile namhafte Kunden wie ATV und den Außenwerber EPAMEDIA. Detailinfos dazu gibt es unter <http://solutions4.at>



Innovation, Autonomie, Avantgarde

Den Ausbau des Austrian Chapter der International Advertising Association (IAA) als Kompetenzplattform und Informationspool für die Kommunikationsbranche versprach dessen neu gewählter Präsident Max Palla, im Bild zwischen Vorgänger Hans-Jürgen Manstein (li.) und ORF-Generaldirektor Alexander Wrabetz (re.), bei der IAA-Generalversammlung im Wiener ORF-Zentrum.

„Mein Verständnis der IAA ist das einer NGO der Werbewirtschaft“, sagte Palla. Aufgrund der exklusiven Bedeutung, die ihr zukomme, könne man „IAA“ durchaus auch als „International Advertising Avantgarde“ lesen – und auch inhaltlich stünden die drei Buchstaben für „Innovation, Autonomie und Avantgarde“, so der neue Präsident. Den ebenso mutigen wie erfolgreichen Expansionsschritten der Branche in Zentral- und Osteuropa soll künftig durch ein eigenes Referat im Vorstand Rechnung getragen werden. Als weiteren Schwerpunkt nannte Palla die Unterstützung der Young Professionals in der IAA. Weiterhin kontinuierlich einsetzen werde man sich außerdem dafür, „dass der liberale Zustand der Werbung in Österreich erhalten bleibt und dass belastende Abgaben abgeschafft werden“. Nach der Generalversammlung gab es den traditionellen IAA-Neujahrscocktail. Neben den Vorstandsmitgliedern Sissy Maierhoffer (ORF), Bettina Gneisz Al-Ani (OMV), Mariusz Jan Demner (D, M & B), Schatzmeister Walter Holiczky (Partner Kommunikation), Birgit Aichinger (Vöslauer), Rainer Herrmann (Iglo), Raimund Jacoba (Gewinn), Rudi Kobza (FCB Kobza, Lowe G&K), Anja Lenhart (UPC Telekabel), Friederike Müller-Wernhart (mindshare), Harald Riener (Wiener Städtische) und Oliver Voigt (Verlagsgruppe News) nahm u. a. auch der scheidende IAA-Vizepräsident, Thomas Prantner, ORF-Direktor für Online und neue Medien, daran teil.

50 Jahre Almdudler

Unter www.almdudler.com startete der Kräutlerlimonadehersteller Almdudler mit einer neuen Website ins Jubiläumsjahr. Umgesetzt wurde sie von der Agentur seso.



Wir schlafen noch!

„PR, so wie sie heute vielfach noch verstanden wird, funktioniert nicht mehr“, erklärt der Buchautor David Ungar-Klein in seinem Ratgeber „Create Connections“. Kostproben seiner persönlichen Kommunikationsarbeit gab es im Zuge des von Ungar-Klein veranstalteten Kongresses „com.sult“ Ende Jänner in Wien, wo er das Pressegespräch mit Keynote-Speaker Michael D. Eisner unvermittelt mit der Aufforderung an die Journalisten, ihre Fragen zu stellen, eröffnete – und wo seine Assistentin auf unsere Frage nach Fotos von der anschließenden Abendgala mit: „Die kann ich erst übermorgen schicken; morgen schlafe ich mich erst einmal aus!“ reagierte. Ich hoffe, die beiden PR-Profis sind mittlerweile wieder aufgewacht. Auf das versprochene Bildmaterial warten wir jedenfalls trotz mehrfacher Nachfrage via E-Mail bis heute. Gestaut haben wir auch über das PR-Verständnis bei Young & Rubicam. Nachdem wir die neue Kreativstabeleiterin der Agentur, Una Wiener, per E-Mail eingeladen hatten, uns (wie zuvor Lowe-G&K-Chef Rudi Kobza, Event-Manager Karl Altenhuber und Alles-Auto-Mitbegründer Elisabeth Pechmann) eine Wortspende für die Messe & Event-Rubrik „Success Story“ zu schicken, kam eine kommentarlose E-Mail mit dem Betreff „unsubscribe“ retour. Ich vermutete einen Irrtum und erlaubte mir, Frau Wiener nochmals anzuschreiben. Diesmal antwortete sie immerhin mit einem ganzen Satz. Wieder in der Betreffzeile stand: „Ich bitte Sie noch einmal, mir keine weiteren Mails mehr zu senden, UNSCRIBE! Danke!“ Ich schrieb dann an den ehemaligen Schiweltmeister Harti Weirather. Was dieser geantwortet hat, können Sie auf Seite 30 dieser Ausgabe nachlesen. Ich wünsche Ihnen dabei viel Vergnügen.

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