

SHORT

Buch zum Film: „Im Anfang war der Blick“

Wien. Vor Kurzem ist im Sonderzahl Verlag das Buch erschienen „Im Anfang war der Blick – Ereignishorizont eines Films“ zum gleichlautenden Film, der u.a. von Amour Fou produziert wurde. Geboren aus einem Schmelzofen zwischen Wissenschaft und Kunst, setzt Bady Mincks mehrfach ausgezeichneten Film seine leidenschaftliche Reise durch die Filmwelten fort: diesmal hat das Werk zu Kommentaren und Essays aus internationalen Diskursen angeregt. Herausgegeben wird das Buch von Heidi Dumracher und Olaf Möller.

„Erlebte Werte“, die Zukunft von Events

„The Blue Planet“ – Event „voestival 08“ für etwa 4.000 Besucher.

Wien. Für die Gesellschaft für Erlebnismarketing liegt die Zukunft des Eventmarketings in „erlebnisorientierter Nachhaltigkeit“, in der glaubwürdigen und erlebnisorientierten Vermittlung von Unternehmens- und Markenwerten, die auch die gesellschaftliche Zukunftssicherung mit einbeziehen. Unter diesem Zeichen stand auch das „voestival08“ – das jährliche Kulturhighlight der voestalpine, das seit über zehn Jahren von der Agentur organisiert wird. Die richtige Firmenadresse des Unternehmens: Tegethoffstraße 7/DG, 1010 Wien T ++43/1/5354839 buero@erlebnis.co.at

match pr startet 2009 mit STA Travel

Regina Senk, Managing Partner match pr, blickt lächelnd aufs Jahr.

Wien. Mit einer ganzen Reihe interessanter Projekte startet match pr in das neue Jahr. So zählt die Wiener Kommunikationsagentur den weltweit tätigen Reisespezialisten STA Travel zu ihren Neukunden, der in sämtlichen PR- und BTL-Belangen betreut wird. Ein ebenso umfassendes Konzept setzt match pr für die „startmesse 2009“ um, Österreichs größte Lehrlingsmesse, die im Oktober erstmals in Wien stattfinden wird. Aber auch der Trainingsanbieter KUBE sowie der IT-Lösungsspezialist ‚Seewald Solutions‘ werden aktuell beraten und betreut. „Wir haben dieses Jahr viel vor und sind überzeugt, dass 2009 für uns äußerst erfolgreich wird“, freut sich Regina Senk, Managing Partner match pr.

Martschin & Partner Die Trennung der Agentur in eine PR- und eine Werbeagentur Mitte 2007 war ein Erfolg

60 Prozent plus bei PR

Die Liste mit Neukunden ist lang und liest sich wie ein großes Versprechen auf ein gutes 2009.

ALEXANDER PEER

Wien. Die Teilung der Agentur in eine PR- und eine Werbeagentur Mitte 2007 hat beiden Geschäftsfeldern gut getan. Eine Konsequenz daraus ist, dass das PR-Honorar-Income im vergangenen Jahr um satte 60% gestiegen ist.

Darüber hinaus realisierte die neu aufgestellte Werbeagentur erste große Kampagnen und CD-Projekte, beispielsweise die „Machbarkeitsmacher“ für das Bundesministerium für Soziales und Konsumentenschutz; Ziel der Kampagne war eine Steigerung des Selbstbewusstseins und Steigerung der Wertschätzung älterer Arbeitnehmer.

Kundenstand steigt rasant

„Die Erfolge stimmen und die Richtung auch“, freut sich GF Hannes Martschin. Klare Agentur-

Kernkompetenzen liegen in den Bereichen Umwelt und Nachhaltigkeit, Technik und öffentliche Kommunikation.

Martschin & Partner verfolgt konsequent eine Agenturstruktur mit minimalen Overheads und einem umsatzstarken Netzwerk, in das viel outgesourct wird. „Wir stehen damit auf der Seite unserer Kunden. Es erhöht nicht nur Qualität und Budgeteffizienz, sondern macht uns zu echten Partnern, die Verantwortung übernehmen“, sagt Martschin. Einige prominente Neukunden konnten im Jahr 2008 und auch bereits 2009 gewonnen werden, etwa das Ökosoziale Forum; hier entwickelten Martschin & Partner in enger Zusammenarbeit mit dem Forums-Team das neue Corporate Design. Weiters neu auf der Betreuungsliste: Österreichische Diabetes Gesellschaft, VenusMed, die Schlümpfe, Merito, Herr und Frau Klein, wald.zeit u.a.



„Die Erfolge stimmen und die Richtung auch“, freut sich GF Hannes Martschin.

communicative public relations Der Start ins Jahr 2009 lässt wenig zu wünschen übrig, die Perspektive stimmt

Zum richtigen Zeitpunkt am richtigen Ort

Wien. Nach dem sehr erfreulichen Geschäftsjahr 2008, in dem communicative public relations zweistellig zulegen konnte und unter anderem die Pressebetreuung der Phytotherapeutika Sinupret und Solvopret übernommen wurde, hat sich dieser Erfolg im noch recht jungen neuen Jahr für die Agentur unmittelbar fortgesetzt.

Breites Kundenportfolio

Sabine Unterweger, Geschäftsführerin communicative public relations, führt aus: „Wir hatten einen rasanten Start in 2009 mit der Pressearbeit zur Influenza-Aufklärung und sind im Bereich der Gesundheitskommunikation in Vorbereitung von weiteren Themen. Auch



„Ich erwarte ein spannendes wie auch arbeitsintensives Jahr“, erklärt Unterweger.

konnten wir unser Kundenportfolio mit Interlingua Language Service, dem ersten zertifizierten Übersetzungsdienstleister, ausbauen. Generell erwarte ich gemäß der Auftragslage ein spannendes wie auch arbeitsintensives Jahr. Einerseits können wir auf der Fortführung bestehender Kunden und Projekte aufbauen, andererseits freuen wir uns auf neue Herausforderungen wie beispielsweise das Jubiläum der ältesten Parfümerie Wiens, der Parfümerie Filz am Graben, die heuer 200 Jahre alt wird und dies PR- und eventmäßig gebührend feiert. Um alle Herausforderungen außerordentlich gut abwickeln zu können, wurde auch das Team bereits um eine Mitarbeiterin aufgestockt.“

Medienring + artists Aktuelle Projekte geben Impuls Deutlicher Umsatzschub 2008

Wien. Die Kreativagentur Medienring + artists bietet individuelle Lösungen im New Media-Bereich an. Der Geschäftsführer Roland Mayr-Geister verrät das Geheimnis, um auch in Krisenzeiten expandieren zu können: „Allgemeine Erfolgsfaktoren wie Spezialisierung, Qualität und intensive Kundenbetreuung sind in solchen Zeiten oft nicht genug. Unsere Kunden schätzen vor allem unser Motto: ‚Geht nicht – gibt’s nicht‘. Neue und komplexe Herausforderungen machen uns einfach Spaß!“

Von Print bis CRM

Die 2001 gegründete Agentur Medienring schloss sich 2004 mit dem Künstlerduo Schneider und Hilbert zu Medienring + artists zusammen. Der Aufgabenbereich beinhaltet: Websites, maßgeschneiderte Online Shops und CRM-Lösungen, Online Payment Integration, Websites, Onlineshops, Sendeformate, 3-D-Character, Design, Installationen, Print. Durch einen Anstieg der Auftragsvolumina konnte ein Umsatzplus von 30% von 160.000 € im Jahr 2007 auf 210.000 € im

Jahr 2008 erzielt werden. Die angespannte Wirtschaftslage verunsichert Roland Mayr-Geister nicht, denn er rechnet aufgrund der aktuellen Auftragslage mit einem weiteren ansteigenden Umsatz in diesem Jahr.

Von den aktuellen Projekten sind das Magazin *Nicki* für die Bawag P.S.K., das neue CRM-System für Vienna Ticket Office sowie der Online Shop von Weingut Weninger hervorzuheben.



„Medienring + artists gehen mit Elan in ein vielversprechendes Jahr.“

C&C agency 2008 betrug der Nettoumsatz 2,5 Mio. Euro Top-Events zur Mitarbeiterbindung

Wien. 2008 war das österreichische Jahr der „Botschafter aus Leidenschaft“. Nicht nur bezüglich Fußball-Europameisterschaft, sondern auch was die Agenda und Projekte innerhalb der Agenturen-Szene betrifft.

Signalisierte die EM Gastfreundschaft, Völkerverständigung und Teamgeist, so war für den Erfolg der C&C agency der Faktor „maßgeschneiderte und stimmige Kommunikationskonzepte“ entscheidend.

Motivation für 2009 ist groß

„2008 haben wir einen Nettoumsatz von 2,5 Mio. Euro erzielt. Besondere Highlights waren Incentive-Reisen zur Olympiade nach Peking, nach Irland, Teneriffa, Korsika“, zählt Geschäftsführerin Cornelia Janisch einige Highlights auf, „sowie Events im Casino Baden, bei Do & Co im Platinum und Produkteinführungen für namhafte Kunden aus dem Gesundheitsbereich. Nicht zu vergessen die Weihnachtsfeiern – wie jedes Jahr waren sie ein begehrteter Renner. Dabei spielte es keine Rolle, ob es sich um Kunden aus

der Pharma-, Banken- oder Versicherungsbranche handelte.“ Auch das heurige Jahr wird für die C&C agency wieder ein attraktives Incentive-Jahr, ist sich die Agentur-Chefin sicher: „Bereits fest gebucht sind Kreuzfahrten, Segeltörns und Mittelmeer-Incentives von Firmen, die ihre Mitarbeiter und Kunden stärker an ihr Unternehmen binden wollen. Wir sind motiviert und schauen voller Vertrauen in die Zukunft.“



Auch 2009 ist Cornelia Janisch mit der C&C agency auf einem guten Weg.