

**Bilanz** Die Fachverbände CCA, DMVÖ, IAB & ÖMG luden auch heuer wieder gemeinsam zu einer Fachtagung

# Kreativität statt Schlussverkauf!

Die Point of Marketing (P.O.M.) 2013 stand unter dem Motto: „Sale! Marketing, Werbung im Ganzjahres-Schlussverkauf?“

Wien. Am 22. Mai fand unter dem Motto „Sale! Marketing, Werbung im Ganzjahres-Schlussverkauf?“ der vierte Point of Marketing (P.O.M.) mit über 400 Gästen statt, gemeinsam eingeladen von den vier Fachverbänden Creativ Club Austria (CCA), Dialog Marketing Verband Österreich (DMVÖ), Internet Advertising Bureau (IAB) und die Österreichische Marketing-Gesellschaft (ÖMG).

Unter den diesjährigen Speakern: Helene Karmasin (Leiterin Karmasin Motivforschung), Damian Izdebski (DiTech-Gründer), Igor Beuker (Unternehmer, digitaler Trendguru & Blogger) oder auch Franz Merlicek (Creative Director bei Demner, Merlicek & Bergmann).

## Kreativität zählt vor allem

Fazit der Fachvorträge und Diskussionen: Mit Kreativität kann dem Dauer-Sale in wirtschaftlich schwierigen Zeiten entgegen gewirkt und Beziehung zu Marken erfolgreich aufgebaut werden.

Keynote-Speaker heuer war Christian Duncker (Management Brand Academy – Hochschule für Design und Kommunikation/Hamburg), der Inputs zum Thema Marken- und Kommunikationserfolge durch integrierte Kommunikation lieferte.

Wie wichtig Kreativität in der Marketingbranche ist, zeigte der Vortrag des vom CCA geladenen Speakers Franz Merlicek (Creative Director bei Demner, Merlicek & Bergmann). Er sprach über die Darbo-Markenstory und das werbliche Erfolgsrezept dahinter. Merlicek erhielt vor 26 Jahren den Auftrag, eine Werbekampagne für Darbo zu konzipieren, die einen neuen Claim, neue Filme und Anzeigen enthalten sollte. Was daraus geworden ist, kann heute noch in den Medien bewundert werden. Zwar gab es keinen neuen Claim, dafür bekamen Darbo-Produkte eine neue Verpackung.



Michael Himmer, Gabi Stanke (live relations), Manfred Pichelmayer (WKO), Christian Duncker (Management Brand Academy).

Weitere Speaker, die für den CCA ins Rennen gingen: Antonia Tritthart (Gründerin und Geschäftsführerin der Werbeagentur Traktor), Simon Schwaighofer (Creative Director) & Matthias Nelke (Managing Director) von Red Bull Creative, sowie Luca Conte (Senior Strategie bei DDB Tribal Wien).

Auch der DMVÖ bot spannende Redner an: Die erfahrene Speakerin Helene Karmasin sprach über Werbung in wirtschaftlich herausfordernden Zeiten. Mit der pointierten Fragestellung „Wozu brauchen wir eigentlich noch Werbung?“, die gleichzeitig der Titel ihres Vortrags war, näherte sich Karmasin aus psychologischer Sichtweise an das Phänomen. Erst durch Werbung werden Produkte und ihre Bedeutungen in unserer Gesellschaft bedeutsam und erlebbar.

Neben Karmasin lud der DMVÖ die Referenten Thomas Friess (CEO Herold Business Data) und Jürgen Polterauer (GF Dialogschmiede und DMVÖ-Vizepräsident) zum

P.O.M. ein. Auch die junge Truppe des DMVÖ – die Marketing Natives – kam zu Wort und sinnierte über Zukunftsperspektiven in einer digitalisierten (Arbeits-)welt.

Das Nachmittagsprogramm des P.O.M. startete mit dem Vortrag des digitalen Trendgurus und Entrepreneurs Igor Beuker, einem der internationalen Gäste, die der IAB dank des Sponsors Microsoft Advertising geladen hatte. In seinem humorvollen Vortrag über die Zukunft von Marketing wies er auf

die Notwendigkeit der Verschränkung aller Disziplinen hin. Sein Resümee: „We should all integrate, not point at each other“.

Auch die anderen IAB-Speaker Alan Moore (Konsulent und Buchautor), Gregor Almásy (Marketingleiter Samsung Österreich) & Felix Koch (Managing Director Promise Communities) begeisterten das Publikum mit innovativen Konzepten für erfolgreiche Marketingstrategien.

Am späteren Nachmittag trat als ÖMG-Speaker der DiTech-Gründer Damian Izdebski die Bühne und präsentierte dem Publikum das Multichannel-Vertriebssystem von DiTech; seine Ausführungen bestätigten, dass die Verzahnung von Off- und Onlinehandel im Business-Alltag hervorragend funktioniert und ein Erfolgsrezept der Zukunft sein wird. DiTech kann dank dieses Multichannel-Prinzips stolz auf 550.000 registrierte Kunden sein und verzeichnet ein stetiges Firmenwachstum.

„We should all integrate, not point at each other.“

IGOR BEUKER, ENTREPRENEUR UND TREND-GURU, IN SEINEM VORTRAG ZUM THEMA „ZUKUNFT DES MARKETING“

Für die ÖMG plauderten auch Thomas Auböck, Anett Hanck (GF Verlagsgruppe News) und Magdalena Öberseder (GfK Austria) aus dem Nähkästchen.

## Sehr gut besuchte Tagung

Unter den zahlreichen Gästen gesichtet wurden u.a.: Ingrid Vogl (PRVA Präsidentin), Michael Straberger (DMVÖ Vizepräsident & GF straberger conversations), Helmut Hanusch (Generalbevollmächtigter Verlagsgruppe News), André Eckert (GF Russmedia Digital), Barbara Rauchwarter (APA, Leitung Marketing und Kommunikation), Oliver Voigt (GF Mediengruppe Österreich), Florian Matthies (CCO Home Digital), Sabine Hoffmann (DMVÖ Vorstand und GF ambuzzador), Eva Mandl (GF Himmelhoch PR), Reinhard Scheitl (Österreichische Post AG, Marketingleiter), Barbara Hackl (Herold Business Data, Leiterin Marktkommunikation), Hubert Weitzer (GF Feinkost Media) u.v.m.

Nicht zuletzt dank der durch die vier Verbände aufgetriebenen war auch die diesjährige P.O.M. ein voller Erfolg. u.a. dabei: Die Presse, Kleine Zeitung, VN, SN, ÖÖN, TT, die Österr. Post, die Verlagsgruppe News, W24, die WKO, die Wr. Städtische, Microsoft Advertising, Dialogschmiede, die PR-Agentur Himmelhoch, Nespresse, Vöslauer, Manner oder Almußler.

Susanne Ostertag, Country Manager Advertising & Online Microsoft Austria zum Engagement als Sponsor: „Microsoft Advertising sponsert P.O.M. im zweiten Jahr in Folge, da diese hochkarätige Fachtagung mit tollen internationalen und österreichischen Referenten und Referentinnen auf eine sehr inspirierende Art die wichtigsten aktuellen Marketing-Trends beleuchtet und mit spannenden Insights und ungewöhnlichen Denksätzen zum Nachdenken anregt – ein echter Mehrwert für den österreichischen Markt“ (fej/red)

## TIPP DES TAGES



### Grenadierstraße

Bahnhof Alexanderplatz: Ein bedeutender Rebbe aus Osteuropa trifft ein und wird von Hunderten Chassidim aus der Berliner Grenadierstraße begeistert empfangen. Der Protagonist, der deutsche Jude Johann Ketter, beobachtet diese Szene. Als Sohn eines Bankiers ist Keters Lebenswelt von verschiedenen Begegnungen geprägt: deutsche Burschenschaftler, jüdische Medizinstudenten aus Russland, Zionisten und Sozialisten, liberale und konservative deutsche Juden kreuzen seinen Weg ebenso wie orthodoxe Juden aus Osteuropa.

20,50 €, Wallstein Verlag, ISBN: 978-3-8353-1082-7.

**Kooperation** Die Agentur Kobza Integra und die Anwaltskanzlei Lansky, Ganzger + partner starten Compliance-Beratung

## Compliance Consulting für Unternehmen

Wien. Compliance ist in aller Munde, denn neue Regelungen schaffen bei Unternehmen immer wieder Unsicherheiten. Mit gebündelten Kräften und langjähriger Expertise will die PR-Agentur Kobza Integra nun zusammen mit der Anwaltskanzlei Lansky, Ganzger + partner eine umfassende Beratung für Unternehmen bieten und diesen Unsicherheiten entgegenwirken.

„Compliance ist kein Thema für Juristen allein, sondern auch ein kommunikatives“, erklärt Gerald Ganzger, Partner der Wiener Rechtsanwaltskanzlei Lansky, Ganzger + partner, die Hintergründe der Partnerschaft.

### Unternehmen begleiten

Durch das Know-how im Kommunikationsbereich und die juristische Expertise kann ein 360-Grad-Blick auf den Themenkomplex geworfen werden.

Vor allem die Novelle zum Antikorruptionsgesetz, die zu Beginn des Jahres 2013 in Kraft trat, hat bei Unternehmen und Mitarbeitern viele Fragen aufgeworfen und sorgt



Zusammen starten Beatrix Skias und Gerald Ganzger „Compliance Consulting“.

immer wieder für Zweifel.

Compliance Consulting bietet neben Unternehmensanalysen, Startup-Seminaren und Mitarbeiterschulungen auch Unterstützung bei der Umsetzung von Compliance-Strategien und der Entwicklung kreativer Kommunikationskampagnen, die das komplexe Thema auch für Mitarbeiter einfach erklären und

zugänglich machen sollen.

Vor allem Letzteres betont Beatrix Skias, die Geschäftsführerin von Kobza Integra, als grundlegend: „Durch die neue Rechtslage müssen Regeln im Unternehmen nicht nur angepasst, sondern komplexe Inhalte auch greifbar gemacht und jedem Angestellten verständlich erklärt werden.“

Die Partner wollen in ihrer Tätigkeit vor allem eines: Unternehmen auf dem Weg zu einem umfassenden Compliance-Management begleiten, so die Kernbotschaft der Kooperation.

„Compliance‘ ist kein Thema für Juristen allein, sondern auch ein kommunikatives.“

GERALD GANZGER

„Wir sehen uns sowohl als juristischer Sparringspartner als auch als Übersetzer und Botschafter. ‚Compliance‘ ist eine Herausforderung, aber gleichzeitig auch eine Chance. Mit aktiver Kommunikation nach innen und außen kann man sich als Unternehmen positiv vom Markt abheben“, erklären die beiden Geschäftsführer. (dp)