

Bewegter Impact

OUT
of HOME
Austria

Erste Bank, Sodastream und Museum der Moderne sind Transport Media Award Winner Juli 2010

Deutliches Votum heimischer Top-Agenturmanager beim Transport Media Award des Vereins Out of Home Austria: Die Kampagnen von Sodastream, dem Museum der Moderne in Salzburg sowie der Erste Bank setzen sich durch. Und zwar mit verblüffenden Lösungen: Die Erste Bank nutzt das Auf und Zu der U-Bahn-Türen in Wien, um ihre Kommunikationsstärke zu betonen, der Total-Look-Bus mit dem Museum der Moderne fasziniert durch plakative Porträts und ist ein Beweis, dass Salzburg mehr als nur Festspiel- und Mozartstadt ist. Sodastream lässt Durst aufkommen: auf erfrischendes Sodawasser, das man sich günstig zu Hause aufbereiten kann. „Der Juli bringt perfekte Kreationen: verblüffende, scheinbar einfache Werbung, die wirkt und die Gelegenheiten der Verkehrsmittel optimal nutzt“, sagt Fred Kendlbacher, Transport-Media-Produktmanager der Gewista und Sprecher des Vereins Out of Home Austria, der mit der Gewista, 3M und buswerbung.at den Transport Media Award (www.transportmediaaward.at) institutionalisierte.



Museum der Moderne:

Kontakt: Susanne Susanka

Kreativagentur: Kommunikationsdesign Pratter Eric;

Kontakt: Eric Pratter



Sodastream:

Mediaagentur: Match PR GmbH;

Kontakt: Mag. Kristin Längle

Kreativagentur: allesGrafik;

Kontakt: Mag. Michele Falchetto



Bezahlte Anzeige

Erste Bank

Mediaagentur: Mediaedge:CIA; **Kontakt:** Barbara Mölk

Kreativagentur: Y&R; **Kontakt:** Andrea Ginezl

TRANSPORT MEDIA

bfi Wien Akademie präsentiert neue Absolventen des Lehrgangs ‚Integrierte Kommunikation‘

bfi: ‚Masterhafte‘ Kommunikation

20 Absolventen der bfi Wien Akademie feierten am 8. Juli 2010 ihre Ernennung zum „Master of Arts Integrierte Kommunikation“. Vier Semester lang hatten die frischgebackenen Master berufsbegleitend den Lehrgang universitären Charakters mit den Schwerpunkten PR/Lobbying und Angewandtes Marketing absolviert.

Das Themenspektrum: vom Faktor Prominenz im Lobbying über Islamphobie in der Tagespresse bis hin zu Produktwerbung versus Image-Werbung unter dem Aspekt des Neuromarketings reichen die Inhalte der Arbeiten. „Sie alle tragen Ihr Haupt zu tief“, befand Festredner Peter Thier, Pressesprecher

Erste Bank der österreichischen Sparkassen AG und Vorstandsmitglied des PRVA, und ermutigte die Absolventen zu mehr Selbstvertrauen. Der Erfolg von Wirtschaftstreibenden und Politikern hänge zunehmend von der Qualität ihrer Kommunikation ab, es bedürfe einer integrierten, koordinierten Kommunikation, die an alle Stakeholder denkt. Als „Wissensträger und Gewissensträger“ ist dies laut Thier nun die wichtige Aufgabe der neuen Master: „Heute hat der Kommunikator im Organigramm des Konzerns sein unbestrittenes fixes Kasterl. Und heute sitzt er mit der gleichen Berechtigung am Krisentisch wie der Chefjurist.“

Ik



Lehrgangsführer Feri Thierry (links) und die Absolventen.

© boerdi.at