

# werbung & public relations



PRÄSENTATOREN. Wilfried Hanreich, Paul Schauer, Gerhard Hrebicek (v. l.) präsentieren D. Mateschitz' (l.) Red Bull als Siegermarke.

## Kampagne der Woche

**Dieter Rappold, Knallgrau New Media Solutions:** „Die neue Kampagnengestaltung für das Online-Kleinanzeigenportal *willhaben.at* begeistert! Die nun neue humorvolle und provokante Umsetzung in der bisher schon bekannten Bildsprache schafft einen hohen Wiedererkennungswert. Gut umgesetzt wurde die stringente Anknüpfung an die bisherige Optik, der Fotolook. Die thematische Visualisierung der

*willhaben.at*-Angebote spricht jeweils auch für die einfache Bedienung des Produktes und zeigt klar den Nutzen für die Zielgruppe auf. Die Einbindung der Making-of-Videos zum Shooting auf dem Videoportal YouTube zeigt das enorme Potenzial, ‚neue‘ Kanäle für die Markenbindung zu nutzen!“



DIETER RAPPOLD lobt Kampagne von Fessler-Schmidbauer.

## Die wertvollsten Marken

**D**ietrich Mateschitz ist mit Red Bull wieder österreichischer Markenkaiser. Die Autoren der Österreichischen Marken Wert Studie – eurobrand Austria 2009 ermittelten das Kultgetränk neuerlich als wertvollste Marke mit einem Wertzugewinn gegenüber dem Vorjahr von 5,9 Prozent. Untersucht wurden mehr als 200 Austro-Marken in 14 Branchen. Grundlage der Ergebnisse war

das NEWS-Ranking der „Top 1000 umsatzstärksten Unternehmen Österreichs“ vom Juni 2009 bei jenen heimischen Marken, die sich zu mehr als 45 Prozent in österreichischem Eigentum befinden. Die Top Ten repräsentieren zusammen einen Markenwert von 34,2 Milliarden Euro. Im Vergleich zum Vorjahr ist das erstmals ein Rückgang von 3,9 Prozent und zeige, so die Präsentatoren Gerhard Hrebicek, Herausgeber eurobrand 2009, Paul Schauer und Wilfried Hanreich, Kuratoriumsmitglieder Marke Österreich, erste Tendenzen des wirtschaftlichen Abschwungs. Zu den heurigen Wachstumsgewinnern gehören Novomatic und die Vienna Insurance Group, die damit den Sprung in die Top Ten schaffte. Die Raiffeisen Gruppe konnte ihre Spitzenposition als wertvollste Finanzdienstleistungsmarke weiter ausbauen, Uniqa konnte mit einem Zuwachs von 10,3 Prozent ebenfalls reüssieren. Einbrüche im Markenwertwachstum mussten die ÖBB Gruppe, Erste Bank und Spar hinnehmen. „Die Untersuchung zeigt“, so Hrebicek, „dass starke Marken auch in der Krise weiter wachsen, schwache Marken aber höhere Rückgänge im Markenwert verzeichnen.“

### Die Top Ten der Austromarken

Marke	Wert
1 Red Bull	12.735 Mio. €
2 Swarovski	4.012 Mio. €
3 Telekom Austria	3.425 Mio. €
4 Raiffeisen	3.043 Mio. €
5 Casinos Austria	2.499 Mio. €
6 Erste Bank	2.059 Mio. €
7 Spar	1.941 Mio. €
8 Novomatic	1.937 Mio. €
9 ÖBB	1.401 Mio. €
10 Vienna Ins. Group	1.071 Mio. €

## personalities der woche

**Birgit Schredl, 26,** zeichnet als Etat Director bei der Dialogschmiede verantwortlich für Kunden wie Canon, Interwetten und Vienna Insurance Group.



**Thomas Urban, 24,** ist neuer Kommunikationsberater im Team der Agentur Silberball. Urban war zuletzt bei Pleon Publico und der Erste Bank.

**Micha Reisinger, 37,** verstärkt als selbständige Grafikdesignerin das Team von FuchsundFreude. Die Agentur bietet daher jetzt auch Grafikdesign an.



## ticker die newflashes der woche

**+++ Awards.** Der PR-Wissenschaftspreis des PR-Verbands ging an Florian Mayrhofer, Dominik Wieland, Christian Lettner und Mariella Pegler. Die PR-Kampagne von communication matters und der OMV wurde für den Deutschen PR-Preis nominiert. **+++ Kampagnen.** Reichl und Partner wirbt in eigener Sache mit „Turbo-Gänsen“. Unique kreiert Kampagne für Straßenzeitung „Augustin“.