

## Bürgerjournalismus stimulieren

In „user driven content“ liegt für Dieter Rappold, Geschäftsführer von Knallgrau, großes Potenzial. Aus und in diesem Umfeld platziert die Agentur seit 2002 seine Entwicklungen. Erst unlängst lancierte Knallgrau das Magazin **www.mindestenshaltbar.net**. Rappold: „Es basiert auf den Grundsätzen von Bürger-Journalismus und der Blogosphäre.“ Dabei folgt die Agentur der Nachfrage nach subjektiven Berichten und Stellungnahmen zu unterschiedlichen Themen der Zeit und verknüpft diese mit den Erfahrungen aus dem Weblog-Universum sowie mit den Stärken von Blogs. Rappold: „Aus dieser Verbindung ergibt sich eine neue Publikations-



© KNALLGRAU

Landtagswahlen in der Steiermark, im Burgenland und in Wien. Die Inhalte dieses Blogs wurden wiederum zu Bestandteilen der Berichterstattung in **www.diepresse.com** und in der Print-Ausgabe. Und mit Social Software, die Basis für Knallgrau-Entwicklungen wie **Mindestenshaltbar.net**, **Twoday.net** oder den **MobileBlog** von Mobilkom

**Dieter Rappold, Knallgrau, ist überzeugt, dass Citizen Journalism und Social Software nicht gänzlich aufzuhalten sind.**

## Außergewöhnliche Erfolge erzielt

Das Jahr 2005 hat sich für die Wiener kreative zone äußerst positiv entwickelt. „Natürlich haben die erschwerten Rahmenbedingungen auch in der Kommunikationsagenturkreative zone ihre Spuren hinterlassen und den Prozess der Umstrukturierung und Anpassung an dieselben gefördert. Insgesamt haben wir aber gerade 2005 einige außergewöhnliche Erfolge verzeichnet“, wie Geschäftsführer Christian B. Sadil erklärt. Gewinne wie den Sky-

Austria ist, will sich die Agentur eine Vorreiterrolle im deutschsprachigen Raum sichern. „Auch wenn die Entwicklungen in der ‚alten Welt‘ immer ein bisschen mehr Zeit benötigen, so sind sie nicht gänzlich aufzuhalten. Wir glauben an das Format und an das Konzept und freuen uns auf die Herausforderung, unsere Rolle unter Beweis zu stellen“, kommentiert Rappold.

**Knallgrau New Media Solutions  
1170 Wien, Pezzlgasse 7-1  
Tel.: 01/522 76-37, Fax-DW: 38  
office@knallgrau.at  
www.knallgrau.at**

Europe Kreativ-Etat für ganz Europa, den erfolgreichen Relaunch von **www.capitalinvest.at** oder die Fonds-Launch-Kampagnen konnten umgesetzt werden, sodass „wir für unser Unternehmen das Jahr 2005 hochweiß und mit schwarzen Ziffern bilanzieren können“, wie Sadil betont. Der kreative zone-Geschäftsführer freut sich besonders darüber, dass heuer kein Kunde verloren wurde.

Von der New-Media-Agentur wünschen sich die Kunden vor allem höchste Kreativität und Betreuungsqualität, Top-Effizienz und Schnelligkeit in der Abwicklung, „aber auch größere Flexibilität in der Preisgestaltung“, wie Sadil offen

## Spielerisch in die maRtrix-Zukunft

„Wir sind keine Web-Agentur, sondern eine Marketingagentur“, betont Dr. Laszlo Jakabffy, Geschäftsführer von maRtrix. Diese Positionierung habe sich nicht nur bisher bewährt, sondern werde auch den Marktbedingungen besser gerecht als die Positionierung als Webagentur. „Die ganze Branche entwickelt sich sehr gut“, so Jakabffy, „für die Agenturen wird es immer wichtiger, ei-



© M.RTRIX

**maRtrix-Chef Laszlo Jakabffy: „maRtrix verfügt über einen guten Kundenstock, und uns geht es wirklich sehr gut.“**

ne Art Kreativwerkstatt auf die Beine zu stellen, die die gesamte Dienstleistungspalette der Kommunikation abdeckt.“ Die Disziplinen würden immer mehr verschmelzen, und es spreche einfach den Kundenbedürfnissen am besten, möglichst umfassende Lösungen anzubieten. Wobei maRtrix dies mit eigener Kompetenz tut, aber auch auf die Leistungen der Schwesteragenturen Hochegger.Com und

maxxx.communications, abstimmt. Für maRtrix würde sich die Zukunft im Online-Segment in Richtung maßgeschneiderter Angebote wie Bloggs oder Online-Games zeigen, zum anderen schwebt Jakabffy eine stärkere Internationalisierung vor. Nachdem Hochegger.com mit eigenen Agenturen in Ungarn und Bulgarien vertreten ist, überlege Jakabffy, ob nicht auch maRtrix diese Schritte setzen solle. Bereits heute ist maRtrix für verschiedene Unternehmen international tätig. Die Referenzen bei maRtrix reichen von Billa und der Aktion „Spielend die neuen CIF Haushaltsprodukte gewinnen“ über Qpass und der Entwicklung eines eigenen Designs sowie einen Design-Guide für den internationalen M-Commerce-Anbieter bis hin zum Royal Sunset Island Resort und der Entwicklung eines Vermarktungskonzepts und der Marketingbetreuung für Nordeuropa.

**maRtrix  
1040 Wien, Goldeggasse 7/9  
Tel.: 01/505 47 01-480, Fax-DW: 489  
office@martrix.at, www.martrix.at**



**Mindestenshaltbar.net von Knallgrau verknüpft Bürger-Journalismus mit den Erfahrungen und Stärken aus der Blogosphäre.**

und Kommunikationsplattform auf der Autoren zu Lesern und Leser zu Autoren werden.“ Davor initiierte Knallgrau gemeinsam mit der Tageszeitung Die Presse ein Weblog zu den mittlerweile geschlagenen

zugibt. Für das kommende Jahr erwartet die kreative zone eine signifikante Ausweitung im Bereich klassischer Werbung und einen leichten Rückgang im Bereich Internet-basierter Applikationen. Dennoch sieht die kreative zone Potential im Business-to-Business-Bereich.



**Christian B. Sadil freut sich über Etat-Gewinne, die der kreativen zone eine hochweiße Bilanz bescheren.**

© KREATIVEZONE

„Hier sind wir oft erste Wahl, wenn es um die umfassende Kommunikationsunterstützung von Web-Applikationen geht“, wie Sadil abschließt.

**kreative zone  
1130 Wien, Hietzinger Hauptstr. 28  
Tel.: 01/876 33 89-0; Fax-DW: 10  
empfang@kreativezone.at  
www.kreativezone.at**

Capital Invest

Get R.I.C.H.  
Rusland, Indien, China.  
Mit 100 % Garantie.

**R.I.C.H.**

Nur noch bis 7. 10. 2005!

Get rich: Capital Invest R.I.C.H. Garantie 10/2012

Investieren Sie in die Zukunft mit R.I.C.H. Garantie 10/2012

www.capitalinvest.at

**Die Capital Invest Kapitalgesellschaft vertraut schon länger auf das Online-Know-how der Wiener Agentur.**