

SHORT

Sky meldet Wachstum für das 1. Quartal 2013

Wien/Unterföhring. Sky Deutschland, Mutterkonzern des österreichischen Pay-TV-Anbieters Sky Österreich, vermeldet Wachstum für das erste Quartal 2013: Das EBITDA verbesserte sich um 46,4 Mio. € auf 5,8 Mio. € (Q1 2012: -40,6 Mio. €). Der Gesamtumsatz stieg um 14,3% auf 364,0 Mio. € (Q1 2012: 318,4 Mio. €). Die Gesamtkundenzahl stieg um 42.100 auf 3.405.100 wie auch jene der Sky-Premium-HD-, Sky+ sowie Sky-Zweitkarten-Kunden.

evian-Kampagne „baby & me“ weltweiter Viralhit



Jung und witzig präsentiert sich das Mineralwasser evian im Spot.

Wien. Das Premium-Mineralwasser evian lancierte Ende April eine neue Kampagne, die unter dem Slogan „baby & me“ dem „Live Young“-Motto von evian folgt. Bereits nach wenigen Tagen verbucht der Spot knapp 45 Mio. YouTube-Views weltweit.

Seit 24. April hat evian auch einen eigenen Facebook-Auftritt für Österreich, auf dem Fans alle aktuellen Informationen finden. evian wird seit Mai 2011 von Top Spirit, der Vertriebs Tochter der Schlumberger Wein- und Sektkellerei, in Österreich vertrieben.

JoKom: Neues System und neue Studiengänge

Krems. Im Fachbereich Public Relations gibt es ab Herbst 2013 neben dem etablierten PR-Studienangebot die Lehrgänge „Gesundheitskommunikation, MSc“ sowie „Social Media and Global Communication, MSc“. Für mehr Flexibilität beim berufsbegleitenden Studium sorgen individuell buchbare Pflicht- und Wahlmodule.

www.donau-uni.ac.at/jokom

Lowe GGK-Sujet für das Hospiz Rennweg



Rolling Board-Sujet von Lowe GGK für das CS Hospiz Rennweg.

Wien. Das für seine besondere Kultur bekannte Hospiz Rennweg, unheilbar krebserkrankte Menschen in den kostbarsten Wochen ihres Lebens zu verwöhnen, präsentiert auf Rolling Board sein „Sommer-schlafzimmer“. Bei entsprechender Witterung können die Gäste unter freiem Himmel schlafen.

Die Kreation verantwortet Lowe GGK unter Walther Salvenmoser. (red)

Vernetzung Der Kommunal-Verlag verstärkt seine Consulting-Aktivitäten zum Thema Wirtschaft und Gemeinden

Wie sich Wirtschaft und Gemeinden verbinden

Die Kommunalmesse findet heuer von 11. bis 12. September 2013 im Designcenter Linz statt.

MATHIEU VÖLKER

Wien. Der Kommunal-Verlag erweitert seine Aktivitäten immer mehr in Richtung Consulting und organisiert nach der erfolgreichen Veranstaltung des Vorjahres die „Kommunalmesse“ heuer von 11. bis 12. September 2013 in Linz. Im Gespräch mit medianet erläutert Michael Zimper, Geschäftsführer des Österreichischen Kommunal-Verlags, warum Gemeinden gerade jetzt attraktive Geschäftspartner sind, wie sein Unternehmen Online- und Printaktivitäten verbindet und was es mit dem „Impuls Award“ auf sich hat.

„Wir sind mittlerweile so aufgestellt, dass wir Unternehmen ganzheitlich unterstützen, wenn sie in Richtung Gemeinden gehen wollen“, meint Zimper. Der Kommunal-Verlag übernehme dabei Aufgaben von der Marktforschung über die Erstellung von Marketingkonzepten bis hin zum Vertrieb. Gemeinden seien nach wie vor sehr stabile Partner: „Wenn man einmal in einer Gemeinde drin ist, springt sie nicht so schnell ab. Was wir innerhalb der Krise bemerkt haben, ist, dass es wirklich ein nachhaltiges Geschäft ist. Der öffentliche Bereich investiert nach wie vor.“ Hier mache sich die verbesserte Finanzlage der Gemeinden bemerkbar, die jährlich rund 17 Mrd. € ausgeben, davon etwa 1,5 Mrd. € für Investitionen.

Vernetzung der Gemeinden

Das Flaggschiff des Kommunal-Verlags, *Kommunal*, erzielt eine Auflage von rund 36.000 Stück und richtet sich an kommunale Mandatäre und Entscheidungsträger auf Gemeinde-, Bezirks-, Landes- und Bundesebene. „Wir gehen vorwie-



Michael Zimper, Geschäftsführer des Österreichischen Kommunal-Verlags.

gend an die Privatadresse und verfügen über sehr präzises Adressmaterial. Wir können ganz genau

„Wenn man einmal in einer Gemeinde drin ist, springt sie nicht so schnell ab; es ist wirklich ein nachhaltiges Geschäft.“

MICHAEL ZIMPER

sortieren, an wen was geht.“ Es sei entscheidend, dass das *Kommunal* privat adressiert ist, da die Information zuhause eher länger studiert werde als im Amt.

Um die Vernetzung der Gemeinden weiter voranzutreiben, hat der Kommunal-Verlag die Seite ‚www.kommunalbedarf.at‘ gelauncht, die die Beschaffungsarbeit der Gemeinden erleichtern soll. Für Unternehmer biete die Seite erleichterten Zugang zu den Gemeinden: „Wir sind branchen- und unternehmensunabhängig. Jeder kann mit uns in dem Bereich zusammenarbeiten, um die Vertriebsmöglichkeiten des Kommunalbedarfs zu nutzen. Wir treten dort teilweise als Händler, teilweise als Vermittler auf und haben einen eigenen Außendienst, der

in den Gemeinden unterwegs ist.“ Als Verlag wolle man noch näher an die Leser herantreten. Kommunalmesse und Website vervollständigen das Bild.

Kommunalmesse in Linz

Im Rahmen der Kommunalmesse 2013 findet auch heuer wieder der „Österreichische Gemeindetag“, die größte kommunalpolitische Veranstaltung des Landes, statt. Auch der „Praxistag“ wird wieder Einzug finden. Den eigentlichen Zweijahresrhythmus der Messe habe man nach dem guten Feedback letztes Jahr gebrochen. Außerdem wird heuer der Gemeinde-Innovationspreis Impuls Award vergeben, der die innovativsten Projekte in Österreichs Gemeinden prämiieren möchte.

Zimper freut sich über eine gute Buchungslage bei den Ausstellern: „80 bis 85 Prozent sind schon vergeben, aber wir haben noch ein paar freie Slots.“ Er rechnet mit etwa 2.000 Besuchern pro Tag auf den knapp 10.000 m² des Designcenter Linz.

IMPULS AWARD

Innovation Der Impuls Award versteht sich als Auszeichnung für die innovativsten Projekte in Österreichs Gemeinden. Zur Einreichung berechtigt sind Gemeinden, Vereine, Schulen, Bildungseinrichtungen sowie Privatinitiativen.

Fünf Kategorien Der Impuls Award wird in den Kategorien Verwaltung, Klima und Umwelt, Soziales Engagement, Infrastruktur sowie Innovation und Kreativität vergeben. Aus den Siegern der jeweiligen Kategorien kürt eine Fachjury mit Online-Voting-Unterstützung den Gesamtsieger. Einreichfrist ist der 31.5.2013. Die Gewinner erwarten Sachpreise und ein Preisgeld von 10.000 €.

Jubiläum Werbefilmspezialist MKC-Totalmedia von Gründer und CEO Kroell Carrere feiert 10-jähriges Bestehen

„anything goes“ bei Film- und TV-Produktion

Wien. Die Wiener MKC-Totalmedia von Produzent und Regisseur Michel Kroell Carrere avancierte in den zehn Jahren ihres Bestehens zu einer der führenden Film & Werbeproduktionsfirmen im europä-

„Wir als MKC begleiten unsere Kunden als kompetenter Partner von der Planung über die Umsetzung bis zur Schaltung.“

KROELL CARRERE

ischen Direct Response Television Business (DRTV) und Spezialisten bei verkaufsorientierten TV- und Internet-Kampagnen.

Das Portfolio der MKC-Totalmedia reicht dabei von Image-Filmen



Gründer und CEO Kroell Carrere setzt auf passgenaue Lösungen für seine Kunden.

über 3D-Animationen bis hin zu lippensynchronen Sprachmutationen. Ein starkes Segment bilden aber auch die von Kroell Carrere entwickelten Werbeeinstrumente wie Beratungs-TV, Action-Industrials und Sixty-Clips, die als moderne Propagationsmittel Vorteile für Kunden mit sich bringen.

„Beratungs-TV, zum Beispiel im Internet als Produktpräsentationsclip, erfüllt den Wunsch al-

ler Konsumenten auf eine präzise und komplette Information“, umreißt Kroell die Vorzüge eines seiner Produkte. Ein aktueller Trend seien sogenannte Action-Industrials: „Das ist industrielles Infotainment von heute – mit klarer Dramaturgie, spannender Inszenierung und eindrucksvoller Kameraführung entsteht ein informativer Film, der bei der Zielgruppe einen bleibenden Eindruck hinterlässt.“

Als informative und kurzweilige Clips empfiehlt Carrere Sixty-Clips, welche als „Videovisitenkarten für vielseitige Einsätze, von der Webpage bis hin zu Messeauftritten, Produktpräsentationen und Verkaufsgesprächen“, einsetzbar sind.

Die am Rosenhügel in Wien angesiedelte Film- und TV-Produktionsfirma setzt auf individuell auf Kundenwunsch abgestimmte, audiovisuelle Lösungen. „Wir bringen jedes Produkt groß raus oder polieren das Werbeimage auf – und begleiten dabei unsere Kunden als kompetenter Partner von der Planung über die Umsetzung bis zur Schaltung des Films im TV oder im Internet“, so Kroell. (red)

INFO

MKC-Totalmedia wurde 2003 unter der Devise „anything goes“ von Michel Kroell Carrere gegründet. Im zehnjährigen Bestehen wurden über 900 Filme, 60 DRTV-Shows und über 250 lippensynchrone Sprachmutationen realisiert. MKC-Filme haben für ihre Kunden über 20 Mio. Produkte verkauft.

www.mkctotalmedia.com