

125

redaktion: gerstmeyer.doris@format.at

werbung & public relations



SABINE HOFFMANN,
Chefin der
Agentur am-
buzador: „Ziel
war es, die Po-
tenziale und
Grenzen der
Kommunikati-
on für Marken
in Facebook
aufzuzeigen.“

Studie: Werben auf Facebook

Wie kann die Werbung das neue Netzwerk Facebook optimal nutzen, lautete eine der Fragen für eine Studie, die das Institut für Marktanalysen comrecon im Auftrag der Agentur ambuzzador durchführte. Ziel war es, Potenziale und Grenzen der Kommunikation für Marken in Facebook aufzuzeigen. „Das Ergebnis übertrifft alle unsere Annahmen und zeigt das Potenzial von Social Media bei der Entwicklung zu transparenten ‚Mitmach-Marken‘“, sagt Sabine Hoffmann, Chefin von ambuzzador. Beachtet werden sollte allerdings die Ausrichtung der Fanpages nach Altersgruppen. 14- bis 17-Jährige sprechen Design und Vergünstigungen an. Sie nutzen die direkte Ansprache der Unternehmen und surfen Fanpages gezielt an. Den über 35-Jährigen ist Service wichtig und ein Mehrwert. Es ärgert sie, wenn Unternehmen nur werben und sich sonst ignorant zeigen. Banner und Content Ads sind am wenigsten beliebt. Postings unter den News finden die meisten User interessant. Werbepostings werden aber bei 77,4 Prozent der Befragten auch als wesentlicher Hauptgrund für das Ausscheiden aus der Fangemeinde genannt. Jeder Sechste kann sich allerdings vorstellen, auf Facebook zu shoppen, jeder Dritte, sofern Datenschutz gewährleistet wird.

ticker die newsflashes der woche

+++ **Pitch.** Createam Linz gewinnt Etat der neuen EDV-Marke e-tec. +++ **Kampagnen.** Lowe GGK startet mit neuer NÖM-frufu-Plakatkampagne: „Mischen, wie's Spaß macht“. Außenwerber Epamedia bewirbt neues Wüstenrot Bausparen mit 37 „sprechenden“ City Lights in den Landeshauptstädten. Demner M&B bringt mit TV-Spot und Plakat wieder „Licht ins Dunkel“.

event Momentum Award in Graz



Momentum-„Kugel“-
Awards für Kreative

Scene-Party im Grazer Dom im Berg: Rund 300 Gäste feierten die Sieger des Momentum Award 2010, die der Advertising Club Styria (ACS) heuer zum zweiten Mal vergab. Es ist ein besonderer Award, der in 7 Kategorien nicht Werbemittel vergleicht, sondern Ideen. Die Kategorie „Augenblick“ ermittelt etwa die besten Fotografen, „Emotions“ zeichnet Sujets aus, die zum Lachen oder Weinen reizen. Die Jury ist ausschließlich von professionellen Kreativen besetzt. Momentum in Gold erhielten etwa die Agenturen Ad-Ventures, Woltzelle u. Hartinger Consult.



Hermes, im weißen Anzug,
führte durch den Abend.

Kampagne der Woche

Harald Rametsteiner, Inhaber der Agentur Upgrow Marketing Consulting: „Mit der Kampagne für die Iglo Fischstäbchen zeigt der führende Tiefkühlspezialist, wie man einem Klassiker neue Impulse gibt. Der sympathische TV-Spot spielt im Leben einer harmonischen Jungfamilie. Mit Augenzwinkern wird das Engagement der Eltern um die beste Zubereitung

einer leckeren Mahlzeit für die Kinder dargestellt. Die humorvolle Werbung für die Fischstäbchen stellt das Produkt in den Fokus der Kommunikation. Inszeniert wird die Knusprigkeit bei einfacher Zubereitung im Backrohr. Die Integration von Käpt'n Iglo und vom bodenständigen Slogan als Identities ist die abrundende Klammer der Kampagne. Dieser Spot ist eine gelungene Kombination aus Produkt, Emotion und Branding.“



HARALD RAMETSTEINER
lobt TV-Spot für
Iglo Fischstäbchen der Agentur
BDDO.



personalities der woche

Nicolas Snoy, 30, ist neuer PR-Consultant in der Agentur ikp Wien und betreut Kunden wie T-Mobile, Smart Grids und Modellregion Salzburg.



Andrea Steidl, 36, verstärkt das Team von Drafftcbi im Bereich Online- und Directmarketing. Zuletzt war Steidl bei Newmoment Skopje-Tirana-Pristina tätig.

Michael Buchbinder, 36, übernimmt ab sofort die Leitung von SevenOne Interactive der Online Unit der SevenOne Media Austria.

