



Liebe Leserinnen und Leser,



seit einem halben Jahr habe ich zwei Zeitrechnungen: eine ganz normale wie früher, in der die Wochen nur so dahinfliegen (Voller Entsetzen stelle ich fest, dass das erste Halbjahr schon wieder vorbei ist, dass die großen Ferien vor der Tür stehen, dass das Geschäft mit Werbearbeiten für Weihnachten bald losgeht, dass im Herbst die Verhandlungen für die Budgets 2009 anstehen ...)

Und dann meine neue Zeitrechnung, die am 6. Dezember begonnen hat, als mein Sohn Stefan geboren wurde. Nach dem, was sich alles getan hat, erscheint mir das letzte halbe Jahr wie eine Ewigkeit: Am Anfang alle 3 Stunden füttern, die Freude über das erste bewusste Lächeln, die erste feste Nahrung (Jetzt weiß ich auch: Die Babyfotos mit „Karottenbart“ sind nicht gestellt!), der erste „Umdrehversuch“, ... Es ist schön, diesen Ausgleich zur hektischen Berufswelt zu haben!

Gönnen Sie sich auch kleine Auszeiten vom Alltag. Der Sommer ist da, und es muss ja nicht der 3wöchige Karibikurlaub sein. Ein nettes Picknick mit der Familie oder ein Nachmittag am Kampsee können erholsam und bereichernd sein. Ich wünsche Ihnen einen schönen Sommer!

G. Pold

AUS DEM INHALT

- Jetzt lernen Sie uns kennen: Abteilung Anzeigenberatung
- Sportliche medienpoint – beim Ottensteiner Seenlauf
- Hobby: Sporttauchen
- Nachgefragt bei KFZ-Meister Manfred Frühwirth
- kerngesund – den Kinderschuhen entwachsen
- Eine haarsträubende Geschichte
- Eine Braut, die sich traut

Drachen aufgepasst!



Am 19. Juli ist es wieder soweit. Beim vierten Mal kann man schon vom traditionellen Drachenbootrennen am Kampsee Thurnberg sprechen. Heuer warten jedoch ein paar zusätzliche Attraktionen auf alle Besucher.

www.drachenbootrennen.at

DRACHEN BOOT RENNEN

am Kampsee Thurnberg
19 | 07 | 2008

Damit der Sommertag am Wasser noch spannender und unterhaltsamer für die ganze Familie wird, haben wir uns ein paar neue Highlights einfallen lassen. So habt ihr die Möglichkeit, einen Hubschrauber-Rundflug zu machen – mit Panoramaverglasung, damit euch auch kein Detail entgeht.



Action-Experte Jimmy Moser wird originale Challenge-Stationen aufbauen, bei denen man auch schöne Preise gewinnen kann.

www.thecursor.at sorgen nicht nur für Moderation und Musik, sondern bieten heuer die Möglichkeit zum Streetball-Spielen.

Brot und Spiele

Die Kleinen kommen natürlich auch nicht zu kurz. Kinderschminken, Hüpfburg und viele Bewegungs- und

Geschicklichkeitsspiele warten wieder auf unsere jüngsten Besucher.

Auch bei der Verpflegung wurde noch besser organisiert. So wird es dieses Jahr zwei Doppelzelte mit erweitertem Ausgabebereich geben, damit die Wartezeiten sehr kurz gehalten werden können.

Nicht nur die Drachenboot-Teams können schöne Preise gewinnen, bei unserer Tombola hat jeder Besucher die Chance auf tolle Gewinne, die voraussichtlich um 15 Uhr verlost werden. Der Reinerlös wird auch heuer wieder einer caritativen Einrichtung gespendet.

Wie ihr seht, wartet wieder ein rundum erlebnisreicher, lustiger und actiongeladener Tag auf euch. Also, gleich den Kalender holen und den 19. Juli fix einplanen!

Übrigens – ein paar Boote sind auch noch frei (zumindest bei Redaktionsschluss). Das bedeutet: durchzählen bis 17, euer Team anmelden und beim großen Drachenbootrennen am Kampsee Thurnberg um Sieg und Ehre paddeln! Wir freuen uns auf euch!

www.drachenbootrennen.at



Jetzt lernen Sie uns kennen – die Anzeigenberatung

Dieser Bereich ist praktisch die Keimzelle von medienpoint. Derzeit sind vier MitarbeiterInnen für verschiedene Medien in der Abteilung Anzeigenberatung tätig.

Die Werbewirtschaft unterscheidet zwischen Image-, Produkt- und Coupon-Anzeigen. Letztere enthält einen abtrennbaren Antwortabschnitt, der dem Leser eine direkte Bestellung oder Kontaktaufnahme ermöglicht, oft in Verbindung mit einem Gewinnspiel. Anhand dieses Response-Elements kann der Erfolg der Werbeaktion gemessen werden. Image- und Produktanzeigen werden der klassischen Werbung, die Coupon-Anzeige dem Direktmarketing zugerechnet. Je nach Ausrichtung eines Mediums können Inserate einen Großteil der Gesamtfinanzierung ausmachen.

Die Mitarbeiter und Mitarbeiterinnen unserer Anzeigenabteilung akquirieren Anzeigenkunden, verkaufen Anzeigen und bearbeiten die Aufträge bis zur Drucklegung, wie z.B. beim SCHLECKER Kundenmagazin, Österreichs größter, monatlich erscheinender Gratis Kundenzeitschrift. Darum kümmern wir uns seit mittlerweile 15 Jahren.

Das SCHLECKER Kundenmagazin richtet sich vorwiegend an Familien, und das österreichweit. Mit dem NÖ-Journal „Wirtschaft sind wir“ werden dagegen gezielt Gewerbetreibende und freiberuflich Tätige in Niederösterreich angesprochen. Der Werbemonitor wiederum ist eine branchenspezifische Fachzeitschrift der Gruppe Werbung und Marktkommunikation.

Beratung erhöht den Nutzen

Eingebucht werden zu einem großen Teil fertige Anzeigen. Unsere Anzeigen-spezialisten haben aber auch eine beratende Funktion: sie können über die Leserschaft informieren, wissen, was gut ankommt, welche Aktionen gut

gelaufen sind, oder welche Produkte, bzw. Dienstleistungen am sinnvollsten beworben werden können. Außerdem sorgen sie dafür, dass die übermittelten Daten überprüft werden. So gehen sie sicher, dass Logos, Schriften und Bilder ohne Fehler und druckfähig sind. Bei im Haus gestalteten Anzeigen und Inseraten sind sie das Bindeglied zwischen Auftraggeber und Grafikabteilung.

Synergien nutzen

Nie zuvor wurde so intensiv um die Gunst des Kunden geworben wie heute. Dies führt zunehmend zu Reizüberflutung und dazu, dass Werbung ignoriert wird. Die direkte und möglichst

persönliche Ansprache des Kunden wird daher immer wichtiger. Die Verbindung von klassischem Marketing und gezieltem Online-Marketing kann nützliche Synergien schaffen. Wichtig ist, die Maßnahmen aufeinander abzustimmen und die jeweiligen Stärken geschickt zu nutzen. Die klassische Werbung will in erster Linie die Aufmerksamkeit des Kunden erregen.

Das Internet folgt dagegen anderen Regeln. Der Besucher der Webseite interessiert sich bereits für bestimmte Waren oder Dienstleistungen und holt sich die Informationen selbst, freiwillig und bewusst. Das bedeutet, der Kunde will Informationen mit Mehrwert.

Allerdings spricht man jetzt schon von einem „Internet-Information-Overkill“, sodass eine Trendumkehr zu beobachten ist, bei der bewusst zu gedruckten Medien wie Büchern, Katalogen und Zeitungen/Zeitschriften gegriffen wird. Es könnte sich also in den nächsten Jahren eine Renaissance der Printmedien abzeichnen.

Der „Information-Overkill“ des Internet sorgt für eine Trendumkehr zu gedruckten Medien.

Eine sinnvolle Möglichkeit ist sicherlich, klassische Werbemedien, wie z.B. Plakate oder Zeitschriften mit Internet oder Radio zu kombinieren. Solche vernetzten Aktionen verstärken sich gegenseitig in ihrer Wirkung, was den Erfolg einer Werbeaktion deutlich erhöhen kann.

Auch für Sonderwerbformen sind unsere Anzeigenberater die richtigen Ansprechpartner. Ob Beilagen, Einhefter, aufgeklebte Warenproben oder die Abwicklung von Gewinnspielen – innerhalb der Rahmenbedingungen bemühen sie sich, auf jeden Kundenwunsch einzugehen. Über die Zusammenarbeit mit unserer Agenturabteilung sind Einschaltungen in praktisch allen Medien möglich, und für Beileger oder andere Drucksorten kann auch gleich die am besten geeignete und preiswerteste Druckerei vermittelt werden.

Mehr darüber erfahren Sie in der nächsten Ausgabe.



Sie finden sich im Anzeigenschungel zurecht: Herbert Auer, Elisabeth Schmid, Monika Reigner und Günter Resch bearbeiten Ihren Einschaltungswunsch vom ersten Gespräch bis zur Drucklegung.

Sportlich, sportlich

Dass bei medienpoint Sport und Gesundheit wichtige Themen sind, ist keine Neuigkeit. So fanden sich auch gleich acht MitarbeiterInnen, die gewillt waren, am Sonntag, dem 25. Mai, beim Offensteiner Seenlauf mitzumachen.

Dieses sportliche Ereignis wurde – heuer bereits zum 7. Mal – von der Gesunden Gemeinde Rastendorf veranstaltet (<http://seelauf.rastendorf.at>). Dabei gab es eigene Bewerbe für Kinder und Jugendliche, während um 10:15 die Erwachsenen gefordert waren. Zur Auswahl standen ein Hobbylauf über 3 km, der Hauptlauf über 9 km und eine Nordic Walking Strecke von 6 km.

Gaby, Christina, Monika, Andrea, Marianne und Erika nahmen die Nordic Walking Etappe in Angriff. Günter und Elisabeth bestritten sogar den Hauptlauf, der von Rastendorf über die wunderschöne Seepromenade nach Peygarten und wieder zurück nach Rastendorf führte.

In den praktischen Funktions-Shirts, die Gaby gesponsert hatte, ließ sich die

feucht-warme Witterung gut ertragen. Alle erreichten das Ziel gut gelaunt und ohne Blessuren, die beiden Läufer verständlicherweise ziemlich erschöpft.

Pokal gab es zwar keinen für unsere Sportskanonen, aber wir sind alle sehr stolz auf ihre Leistung!



Wie wär's mit einem (neuen) Hobby?

Hier stellen unsere Mitarbeiter und Mitarbeiterinnen ihr liebstes oder aktuelles Hobby vor. Vielleicht ist das für Sie eine Anregung, etwas Neues zu versuchen oder ein altes Steckenpferd wieder auszugraben?

Herbert liebt das Sporttauchen. Auch Scuba Diving, wie es in der Fachsprache heißt. Wie kommt ein g'standener Waldviertler zu einem so exotischen Sport?

Herbert: „Aus Abenteuerlust. Ich will die ganze Welt kennen lernen, auch die Welt unter Wasser.“ Mit seiner Freundin Tamara absolvierte er in einer Tauchschiule in Krumpendorf am Wörthersee 2004 und 2005 die Tauchausbildung.

Bei zwei Ägypten-Urlaube erkundeten die beiden dann die Schönheiten der Unterwasserwelt des Roten Meeres. Dabei entpuppte sich Herbert nicht nur als umsichtiger und guter Taucher, sondern auch als erstklassiger Unterwasserfotograf.

Welche Erlebnisse haben dich bisher am meisten beeindruckt? „Die Begegnung mit einer riesigen Careta-Schild-



kröte. Auch das Delphin-Schnorcheln, inmitten von 30 oder 40 Tieren war einzigartig“, gerät er ins Schwärmen. Als besonders entspannend empfindet er die Ruhe unter Wasser – „als ob man Zuseher in einer ganz fremden Welt wäre.“

Leider muss das faszinierende Hobby jetzt zurückstecken. Herbert und Tamara sind unter die Häuslbauer gegangen. Aber das nächste Tauchziel könnte dafür umso extravaganter aussehen: das Great Barrier Reef.



Name: Herbert Auer
Funktion: Anzeigenberater
Hobby: Sporttauchen



Werbeprofis

Stefan meldet sich natürlich auch wieder zu Wort. Er hat ja schon einiges dazu gelernt!

„Ich kann schon sitzen und bin gerüstet für den Außendienst mit Mami. Wenn man der Sohn eines Werbeprofis ist, muss man damit rechnen, als kleiner Werbeträger herangezogen zu werden.

Macht sich ja wirklich besser, als eine Visitenkarte. Die findet Mama mit einer Hand sowieso nicht. Und ich errege mindestens soviel Aufmerksamkeit wie ein 16-Bogen-Plakat.“

Bussi, Stefan



Nachgefragt: Interview mit Manfred Frühwirth



Als KFZ-Meister mit langjähriger Erfahrung setzt Manfred Frühwirth sein ganzes Wissen, technisches „Know-How“ und Verständnis ein, um seinen Kunden ein perfektes Service zu fairen Preisen zu bieten.

mp: Herr Frühwirth, Sie sind Unternehmer mit einem Mitarbeiter, also ein sehr kleiner Betrieb. Dennoch machen Sie Werbung. Worauf kommt es Ihnen dabei an?

Manfred Frühwirth: In Zeiten wie diesen ist es mir ein besonderes Anliegen, jedem Autofahrer sparen zu helfen. Da wir ein sehr kleiner Betrieb sind und keine riesigen Kosten für tolle Glaspaläste oder unproduktives Personal haben, können wir beinhardt kalkulieren. Wir bieten wirklich preiswerte Aktionen oder z.B. einen Mechanik-Stundensatz von derzeit Euro 40,20 (zuzügl. USt.). Nur durch Werbung können wir dies an alle Autofahrer übermitteln.

mp: Sie verwöhnen Ihre Kunden mit durchwegs hochwertigen Werbebeschenken. Ist das eine Geschäftsphilosophie von Ihnen?

Manfred Frühwirth: Ja, denn jeder Kunde hat eine Aufmerksamkeit ver-

dient. Ich finde, man kann auch mit relativ kleinen Geschenken viel Freude bereiten.

mp: Was ist Ihnen an der Zusammenarbeit mit medienpoint wichtig?

Manfred Frühwirth: Dass die Kommunikation klappt und dass die Produkte stimmen.

mp: Letztes Jahr gab es eine Reklamation aufgrund eines Lieferfehlers. Konnte das Problem zu Ihrer Zufriedenheit gelöst werden?

Manfred Frühwirth: Ja! Wir haben kurzfristige Änderungen vorgenommen.

mp: Wir danken Ihnen für das Gespräch und hoffen, Sie noch lange zu unseren treuen Kunden zählen zu dürfen!

Manfred Frühwirth: Bitte, gerne. Auf weitere Jahre der Zusammenarbeit!

kerngesund – den Kinderschuhen entwachsen



Als Projektbetreuer durften wir das LEADER-Projekt der Gesundheitsregion Kamptal-Waldviertel von der „Geburt“ an durch die erste Förderphase begleiten.

Dementsprechend liegt uns unser „Baby“ auch am Herzen. Ziel ist, den Gesundheitstourismus in der Region zu fördern und die (reichlich vorhandenen) Ressourcen durch Vernetzung von Tourismus, Landwirtschaft, Medizin und Kultur zu bündeln – zum Wohle aller Einwohner und Gäste.

Von der Namensfindung über die Logoentwicklung, von Veranstaltungen und Messeauftritten über die Werbemaßnahmen, von der Pressearbeit bis zur Gestaltung einer ansprechenden Homepage konnten wir in den letzten eineinhalb Jahren vieles bewegen. Jetzt tritt kerngesund in die nächste Phase. Die ARGE, die sich aus Spitzenbetrieben im Bereich Gesundheit und Tourismus zu-

sammensetzt, hat schon viele neue Pläne und Ideen.

Wie sich das Projekt weiterentwickelt, und ob wir es noch ein Stück weit begleiten dürfen, wird sich noch erweisen. Inzwischen können Sie sich über die Mitgliedsbetriebe, über aktuelle Veranstaltungen, Termine und interessante Angebote auf der Homepage www.kerngesund.com informieren.



Obmann Dir. Edgar Führer, Dr. Andrea Dungal-Zauner, Gaby Gaukel, LR Wolfgang Sobotka, Pauline Gschwandtner u. BH Mag. Johannes Kranner.

Frisör! Mir grauts vor dir.

Es gibt Menschen, die sich auf einen Frisörbesuch so richtig freuen. Auf wohltemperiertes Wasser beim Haare Waschen, auf das sanfte Durchmassieren der Kopfhaut, duftende Shampoos und Pflegeessenzen, ein anregendes Pläuschchen mit der Frisörin – kurz Wellness im kleinen Rahmen.

Klingt wirklich gut. Trotz allem hasse ich Frisörbesuche wie die Pest. Ich bin frisörmäßig sozusagen ein gebranntes Kind. Das Fiasko begann, ich erinnere mich dunkel, in der Küche meiner Horner Großmutter. Die Wanderfrisörin war auf Besuch. Das bedeutete, dass alle Familienmitglieder Haare lassen mussten. Mit einem Blick auf mich beschloss man, dass auch mir „ein neuer Haarschnitt nicht schaden würde“.

„Jo schau, wie viele weiße Federchen da schon am Boden liegen!“ Dieser wahrscheinlich lieb gemeinte Satz der Frisörin erschütterte mich tief.

„Warum hab ich weiße Federn am Kopf, dort, wo jeder andere Mensch Haare hat? Bin ich etwa ein Vogel, ein Huhn, ein weißes, wie bei Oma und Opa in Mödring?“ Mein Urvertrauen wankte beträchtlich.

Normalerweise schnitt mir in meinen ersten Jahren mein Papa die Haare. Mit viel Begeisterung, aber leider ohne Talent. Und weil meine Haare so glatt wie Schnittlauch waren, fiel jeder Schneidefehler erbarmungslos ins Auge. Mit vier Jahren musste ich das Horner Volksfest mit rosa Kopftuch besuchen, weil Papa



wieder einmal Hand an mein Haar gelegt hatte. Die Mama bestand drauf: „Um Gottes Willen! Das Kind kann man so nicht unter die Leute lassen!“

Die nächsten Frisörbesuche fanden dann in regelmäßigen Abständen im Frisörsalon statt. Meistens gemeinsam mit meiner Mutter.

Dort verfrachtete man mich in einen Hochstuhl, um mir möglichst rückschonend (für den Frisör, nicht für mich) an die „Federchen“ zu gehen. Das durch den Metallkamm (in den Siebzigern der letzte Schrei) hervorgerufene Ziehen und das Knirschen der filzigen Haarspitzen im Kamm verursachen mir jetzt noch Gänsehaut.

Richtig schlimm wurde es, als ich älter wurde. Ich war ein kleines, zartes Mädchen und musste sehr lange (viel zu lange für meinen Geschmack) im Kinderhochstuhl sitzen. Vor jedem Frisörbesuch war ich überzeugt, endlich groß genug für den richtigen Damenstuhl zu sein. Jedes Mal erlebte ich wieder eine herbe Enttäuschung. Nachdem meine Mama ihren Standardsatz – „und für die Kleine einen Rundschnitt“ – zum Besten gegeben hatte, wurde ich von neuem in den Babysitz verfrachtet. Schmach und Schande, kindliche Verzweiflung pur.

Einmal hatte ich zwischendurch noch Kontakt mit einer Mobilfrisörin – diesmal im Haus meiner Großmutter mütterlicherseits. Nachdem Oma ihr gängiges Programm „Waschen, Legen, Föhnen“ absolviert hatte, beschloss sie, dass mir die Stirnfransen gekürzt werden sollten. Mit zwölf war ich bereits couragiert genug, um der Frau



P. zu sagen, dass die Stirnfransen nur minimal gekürzt werden dürfen. Einen Zentimeter höchstens! Die Frau P. grinst über das ganze, runde Gesicht und meinte, das wäre ohnehin klar. „Heutzutage schneid't man den ‚Schnittling‘ (=Stirnfransen im Volksmund) eh nimma so kurz“.

Das Ergebnis? Der „Schnittling“, war so kurz wie nie zuvor. Am liebsten hätte ich die dicke Frau Frisörin mit ihrer Schere an Ort und Stelle erdolcht. Fast zwei Wochen lang lief ich dauerstirnrunzelnd umher, um wenigstens einen Zentimeter gut zu machen. Schrecklich anstrengend.

Im Lauf meines bisherigen Lebens habe ich viele Frisörläden besucht, aber die Erfahrungen meiner Kindheit wirken bis heute nach. Ich fühle mich unwohl, mag es ganz und gar nicht, wenn ein Fremder an meinem Kopf herumhantiert. Von Entspannung, die andere erleben, keine Spur.

Aber es muss sein. Leider. Selbst abschneiden macht alles nur noch schlimmer, auch das habe ich ausgiebig probiert.

Also Augen zu und durch! Positiv denken!

Morgen ist es wieder so weit.

Ein Traum wird wahr ...

Ich habe immer davon geträumt, einmal richtig groß und am besten in einem Schloss zu heiraten – eine echte Märchenhochzeit eben.

Der entscheidende Fehler war: dafür habe ich mir schlichtweg den falschen Mann ausgesucht (Märchenprinzen sind eben rar). Meine Pläne deckten sich überhaupt nicht mit den Vorstellungen von Christian, und so haben wir gemeinsam beschlossen „Wir müssen ja nicht heiraten“.

Als sich unser Sohn Stefan ankündigte, kam allerdings wieder Bewegung in die Diskussion. Nach „langen, zähen Verhandlungen“ kamen wir überein, nun doch zu heiraten. Am 26. April war es dann soweit! Wir haben einen Dopperevent gefeiert: Am Vormittag Stefans Taufe in der Erentrudis-Kapelle im Stift Göttweig und am Nachmittag unsere Hochzeit im Kellerschlüssel der Domäne Wachau!

„Gut Ding braucht Weile“ - Ein paar Abstriche muss man als Realist in Kauf

nehmen, aber letztlich hat sich nun auch mein Traum vom Heiraten im Schloss erfüllt!



Homepage überarbeitet

Derzeit arbeiten wir an einer Neugestaltung unserer Homepage.

Um Ihnen noch mehr und detailliertere Informationen bieten zu können, haben wir die Menüpunkte erweitert. Unser Angebot ist inzwischen so umfangreich, dass es nicht schadet, so viel wie möglich zu zeigen. Auf der Startseite erfahren Sie zukünftig gleich, was es Neues oder Interessantes gibt – bei uns, in der Region, bei Kunden, Geschäftspartnern oder Freunden des Hauses – kurz, all die Kleinigkeiten, die wir gerne mit Ihnen teilen wollen.

Außerdem haben wir uns bemüht, unsere diversen Angebote und Leistungen so übersichtlich wie möglich zu präsentieren. Und ein bisschen nettes Drumherum für alle, die gerne durch Websites stöbern, ist auch dabei. In Kürze wird unsere „neue“ Homepage online sein – klicken Sie doch wieder einmal auf www.medienpoint.at.

Übrigens: Für Anregungen oder Kritik sind wir immer offen – mailen Sie uns!

Impressum

Inhaber und Herausgeber:
medienpoint Werbe- und
VerlagsgesmbH, Tiefenbach 3
3543 Krumau/Kamp
Tel. 02731/8020, Fax DW 30
office@medienpoint.at
www.medienpoint.at

Druck: Druckerei Berger, Horn

Linie: zur Unterhaltung und
Information der Leser

Erscheinungsweise: vier Mal jährlich

