

Azzente

Die Hauszeitung der Firma **medienpoint**



Ausgabe 04 | Dezember 2010

Österreichische Post AG
Info.Mail Entgelt bezahlt

Inhalt

Pitchberaterin mit Diplom

Gaby Gaukel eine der ersten in Österreich

Ein Jungunternehmer am Start

Ein Werbekonzept als Pole Position

Nachgefragt bei Bernhard Stastny

Glücklichsein kann man trainieren

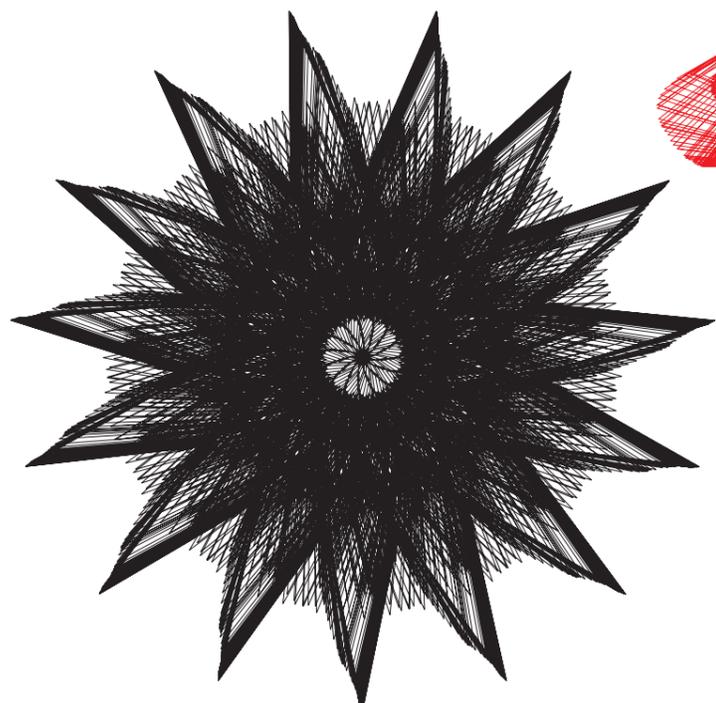
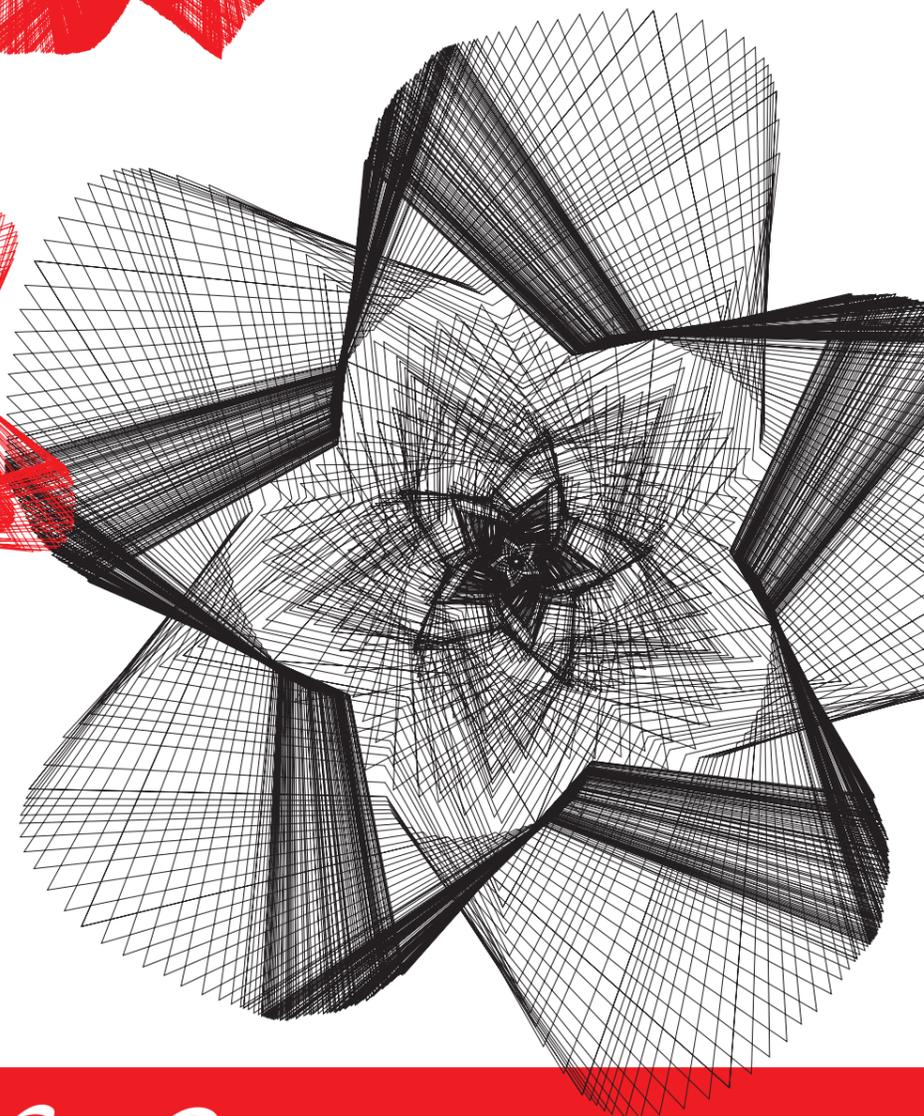
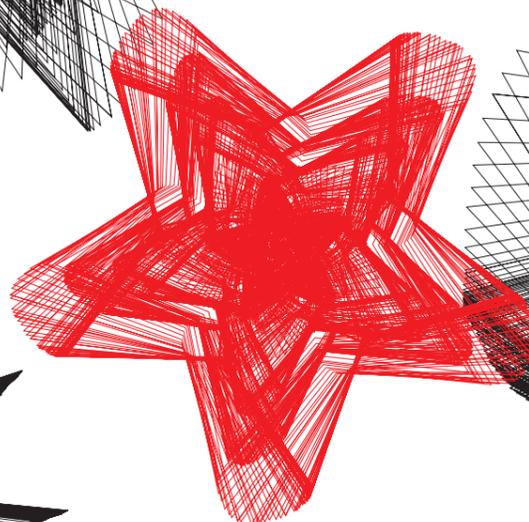
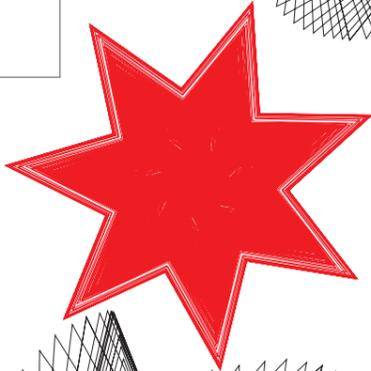
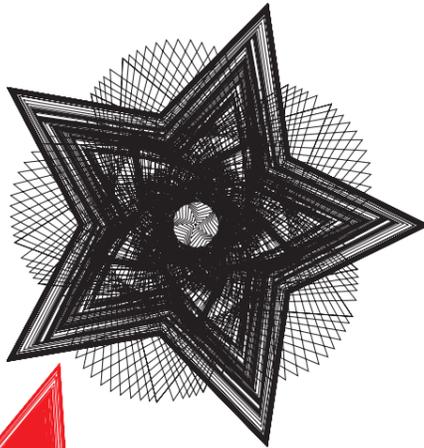
FIW Glückstraining

Zeugen der Jahrhunderte

Unser erster Bildband

Mendel hatte Recht

Heitere Kolumne



Wir wünschen frohe Festtage!

Liebe
Leserinnen
und Leser,



Ein aufregendes und abwechslungsreiches Jahr geht für uns zu Ende: der Wegfall eines großen Kunden, damit verbundene personelle Veränderungen, Umstrukturierungen, mehr oder weniger geplante Babypausen, usw. Aber jede Veränderung bedeutet auch die Chance auf Neues, und so hatten wir Zeit, uns in den letzten Monaten verstärkt unseren Kunden zu widmen. Bestehende Kooperation konnten wir ausbauen und einige interessante Neukunden gewinnen - darauf sind wir sehr stolz!

Im Herbst entschloss ich mich spontan, wieder die „Schulbank“ zu drücken und die Ausbildung zum Pitch-Berater zu machen. Ich habe das von der Fachgruppe Werbung und Marktkommunikation angebotene Seminar besucht und meine Diplomprüfung bestanden. Gerne unterstütze ich Sie ab sofort auch in diesem Bereich (siehe nebenstehenden Artikel).

Mein Sohn feiert am 6. Dezember seinen 3. Geburtstag, unglaublich! Seit Herbst geht er fleißig drei Vormittage in der Woche in den Kindergarten und genießt das Zusammensein mit Gleichaltrigen. Kurz nach Mittag kommt er mit dem Kindergartenbus nach Hause - meistens völlig geschafft und reif für ein „Mittagsschlafchen“. Wenn ich Zeit habe, lege ich mich gerne zu ihm und wir genießen das Kuscheln, ich muss nur aufpassen, dass ich nicht vor ihm einschlafe!

Ich bedanke mich an dieser Stelle ganz herzlich bei Ihnen für die gute Zusammenarbeit im heurigen Jahr und wünsche Ihnen ein schönes Weihnachtsfest und ein paar geruhige Stunden im Kreise Ihrer Lieben.

Für 2011: gute Geschäfte, viel Gesundheit und ein wenig Zeit zum Genießen!

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 Janetschek GmbH
Linie: zur Unterhaltung und
Information der Leser/innen
Erscheinungsweise: vier Mal jährlich

Aus einem Guss

Die vor kurzem gegründete Energieberatung GmbH ENKO beauftragte uns mit einem Gesamtkonzept.

Geschäftsführer Gerold Schleritzko wollte einen professionellen Auftritt vom ersten Moment an. Gewünscht wurde ein Logo, das zum Thema Energie passt. Darauf aufbauend sollten Visitenkarten, Geschäftspapiere, Plakate, Roll-ups, Stempel, Postkarten, ein Transparent und schließlich eine benutzerfreundliche Homepage erstellt werden. Da medienpoint für sämtliche Arbeitsschritte zuständig war, konnten die vielen Details schnell und unkompliziert abgeklärt werden. Als Logo wurde eine schlichte, typografische Lösung gewählt. Die Farben Schwarz, Weiß und Orange wirken dynamisch und frisch, was zu den frischen Ideen des Unternehmers passt - außerdem haben sie einen hohen Aufmerksamkeitswert. Das O mit den beiden kreisförmigen Aussparungen symbolisiert einerseits eine Steckdose, andererseits einen Gasanschluss, denn die Energieberatung GmbH hilft ihren Kunden bei Strom und Gas zu sparen. Das wird durch den Slogan „Mit uns sparen Sie richtig!“ verdeutlicht. Auf Wunsch des Kunden wurden Piktogramme für die zwei Hauptgeschäftsbereiche Strom und Gas erstellt. Auch darin wiederholen sich die Kreiselemente, ebenso wie auf der Homepage bei den Menüpunkten. Die Website wurde möglichst knapp und übersichtlich gehalten, und vermittelt dem Interessenten alle relevanten Informationen in ansprechender Form. Überzeugen Sie sich selbst: www.enko.at. Wir wünschen dem jungen Unternehmen viel Erfolg!



Ganz neu in Österreich: Pitch-Beratung

Als Pitch bezeichnet man den Wettbewerb zwischen verschiedenen Werbeagenturen um den Werbeetat eines Unternehmens. Meist wird dabei von Unternehmen oder Institutionen eine Präsentation kreativer Konzepte nach bestimmten Vorgaben erwartet.

Diese Vorgehensweise ist umstritten und hat zu vielen Kontroversen geführt, vor allem deshalb, weil immer häufiger Auftraggeber dazu übergegangen sind, Gratis-Präsentationen zu verlangen. Dazu wird in der Branche oft das Beispiel vom Malermeister als Vergleich herangezogen: Ein Auftraggeber lädt mehrere Malerbetriebe ein, seine Wohnung zu streichen. Um die Arbeit beurteilen zu können, verlangt er, dass jeder eine Wand zur Probe streicht - natürlich ohne Honorar. Den Auftrag, der sich dann ja teilweise schon erledigt hat, vergibt er an eine andere Firma, weil ihm einfällt, dass er durch die Hausverwaltung vertraglich gebunden ist.

Pitches sind - auch wenn ein so genanntes Abstandshonorar gezahlt wird, um wenigstens einen Teil der angefallenen Kosten abzugelten - für Agenturen immer ein Risiko und für Auftraggeber keine Gewähr, den idealen Partner zu finden.

Daher hat die Wirtschaftskammer NÖ durch die Fachgruppe Werbung und Marktkommunikation eine spezielle Ausbildung zum Pitchberater ins Leben gerufen. Fachgruppenobmann Dipl.-Grafiker Manfred Enzlmüller dazu: „Die ausgebildeten Pitch-BeraterInnen gewährleisten rechtskonforme Verfahren mit einem Höchstmaß an Fairness! Chancengleichheit für die Pitch-Teilnehmer und Entscheidungssicherheit für die Auftraggeber rangieren dabei ganz oben.“

Seit November 2010 gibt es sechs diplomierte Pitch-BeraterInnen, die über das WKO-Pitchberatungsservice österreichweit abrufbar sind. Eine dieser sechs Spezialisten ist Dkkff. Gaby Gaukel. Sie hat diese Ausbildung gemacht, weil „ein ausgebildeter und geprüfter Pitch-Berater die Auswahl der am besten qualifizierten und fachlich kompetenten Agentur für den Auftraggeber sicherstellen kann“. Das beginnt bei der Analyse der Aufgabenstellung über ein Screening der in Frage kommenden Kreativdienstleister, bis zur Erstellung zielgerichteter Briefingunterlagen und der Definition eines branchenüblichen Abstandshonorars. Da der Pitch-Berater unabhängig ist, sorgt er für Sachlichkeit und Rechtssicherheit. Frustration und langwierige Entscheidungsprozesse können damit sowohl für die teilnehmenden Agenturen wie auch für den Auftraggeber vermieden werden.

Nähere Info: www.werbemonitor.at

Mendel hatte Recht

Kindern werden viele gute Eigenschaften nachgesagt. Sie seien unschuldig („die unschuldigen Kleinen!“), unvoreingenommen („ein Kind hat keine Vorurteile“) und ehrlich („Kindermund tut Wahrheit kund.“).



Regine Nestler

Ich weiß nicht aus welchem goldenen Zeitalter diese Ansichten stammen, auf meine Kinder treffen sie nicht mal im weitesten Sinne zu.

Nehmen wir meinen Sohn und das Wort „unschuldig“. Seinen Behauptungen nach ist er unschuldig am Kakaofleck auf dem Sofa, dem Verschwinden der Toffifee-Packung, seiner kaputten Schreibtischlampe und hundert anderen Delikten, die eindeutig auf sein Konto gehen.

Auch in Verbindung mit dem Wort „unvoreingenommen“ kann ich ihn nicht einordnen. Jedes neue Gericht, das ich auf den Tisch bringe wird erst misstrauisch beäugt und beschnuppert, anstatt vorbehaltlos gekostet. In jeder pürierten – und daher nicht genau definierbaren – Suppe oder Soße vermutet er Schwammerl, Paradeiser oder andere mütterliche Tricks. Nicht ganz zu unrecht, das muss ich zugeben.

Und dann die Bezeichnung „ehrlich“. Was könnte ferner liegen als diese Eigenschaft? Ich glaube eher, dass ihm eine kriminelle Karriere vorgezeichnet ist. Im Verhör gibt er nämlich ausschließlich die Vergehen zu, die ihm zweifelsfrei nachgewiesen werden können.

Meine Tochter ist zwar pflegeleichter, aber auch sie trägt zur rasanten Verbreitung meiner grauen Haare bei. Im besten Teenie-Alter sind die Probleme vielschichtiger. Obwohl die Attribute „unschuldig“ – „Was kann ich denn dafür, wenn ...“, „unvoreingenommen“ – „Buäuehh, da ist sicher Fleisch drin. Mama, du weißt doch, dass ich Vegetarierin werden will!“ oder „ehrlich“ – „Keine Ahnung, wo deine Wimperntusche ist!“ bei

ihr auch nicht zutreffen.

Als ich diesbezüglich mein Leid einer kinderlosen Freundin klagte, meinte diese nur lakonisch: „Tja, der Apfel fällt nicht weit vom Pferd.“ Auf eine Phase der Entrüstung meinerseits folgte eine der Selbstzweifel. Also besuchte ich meine Mutter und brachte beim Kaffee das Gespräch auf meine wohl behütete und streng geregelte Kindheit.

„Weißt du noch, wie du im Kindergarten die teuren Gummitiere verteilt hast, um dich beliebt zu machen? Und dann hast du uns in der ganzen

Wohnung beim Suchen geholfen ...“, erinnert sich Mama mit träumerischem Blick. – Hmm.

„Oder wie du einmal den ganzen Pudding gegessen hast und das auf deine Schwester geschoben hast?“ – Tja, also

„Und jähzornig warst du! Hast sogar mit deinen Holzschlapfen um dich geworfen. Und einmal mit einem Sessel.“ – Nun, ich erinnere mich dunkel.

Aber unvoreingenommen war ich, gell Mama? „Na, wie man's nimmt“, meint sie. „Meistens hast du jeden Vorschlag, den wir gemacht haben, erst einmal abgelehnt, ein Schnoferl gezogen und etwas anderes gewollt. Und weißt du noch, wie du ...?“

Nach zwei Stunden mache ich mich auf den Heimweg. Warum hab ich immer nur im Kopf behalten, dass ich ein liebes Kind war, sehr ordentlich, geschickt und musikalisch? Und die anderen – würg – Eigenschaften? Verlogen, gewalttätig, aufsässig, egoistisch, ...?

Zuhause betrachte ich meine Kinder voll Milde. Die armen Kleinen, die reinsten Engel gegen mich. Sie können nichts für ihre schlechten Eigenschaften – bei den Erbanlagen. Und dabei habe ich ihren Vater noch nicht einmal analysiert.

„Mam, der Benni hat meine Schere ruiniert!“, reklamiert meine Tochter. „Aber nicht absichtlich“, mault mein Jüngster. Unfassbar, er streitet es nicht ab, die ehrliche Haut. Ich streiche den beiden übers Haar. „Du kriegst eine neue Schere. Schön, dass ihr so brav seid. Mama hat euch lieb!“

Damit ziehe ich mich zum Nachdenken in mein Zimmer zurück und lasse zwei Kinder mit offenem Mund und hängenden Armen stehen. „Die Mama spinnt“, höre ich meinen Sohn ehrfürchtig flüstern, dann verschwindet er Hand in Hand mit seiner Schwester im Kinderzimmer.

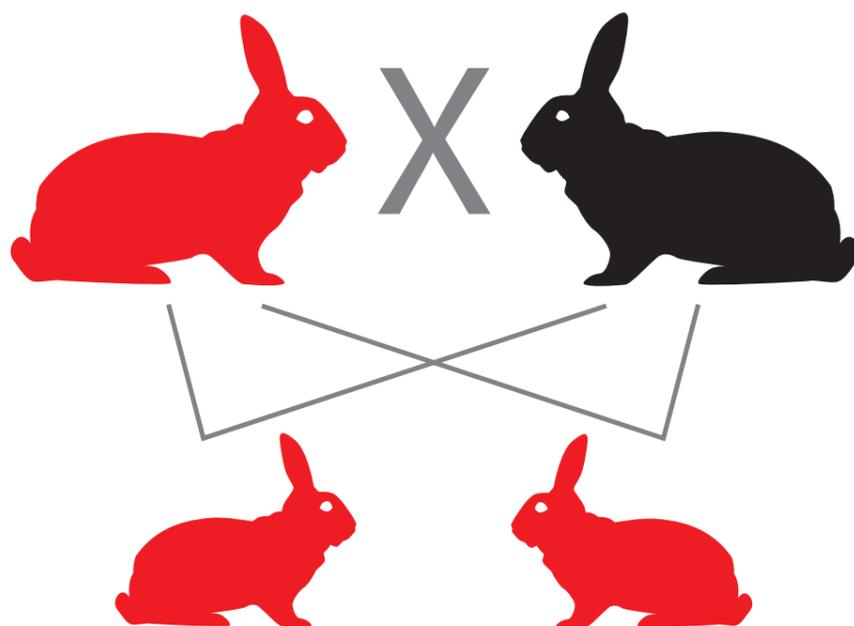


Illustration: Katharina Klein

Glücklichsein trainieren?

Eine spezielle Veranstaltung richtete Frau in der Wirtschaft am 9. November in Krems aus: Mag. Heide-Marie Smolka, Psychologin, Trainerin und Autorin, referierte über die Möglichkeit das Glücklichsein zu trainieren.

Nicht nur im privaten Bereich, auch im Berufsleben sind Glück und Zufriedenheit wesentliche Erfolgsfaktoren. An diesem Thema zeigten sich 170 Damen interessiert, alles Unternehmerinnen und unternehmerisch tätige Frauen aus den fünf Waldviertler Bezirken.

Eine Besonderheit war auch der Veranstaltungsort: das neu gestaltete Obergeschoss der Kaufstrasse Krems. Unter dem augenzwinkernden Motto „Shopping macht glücklich“ wurden die Teilnehmerinnen inmitten der neuesten Herbstmode platziert, über die sie sich anschließend auch informieren konnten. Für Gastgeberin Gaby Gaukel, Bezirksvorsitzende von FiW Krems, war es eine große Freude, auch Frau Dr. Jutta Pemsel, die Inhaberin der Kaufstrasse, begrüßen zu dürfen.

Der Vortrag „Was ist Glück?“ brachte viele interessante Erkenntnisse aus dem Bereich der Gehirnforschung und der positiven Psychologie sowie praktikable Anti-Ärger-, bzw. Anti-Stress-Strategien. Dementsprechend entspannt wurde danach bei kleinen Köstlichkeiten des Waldviertler Unternehmens Waldland noch „genetzwerkt“ und geplaudert.



Mal was anderes

Die Firma Hakle trat kürzlich mit einem sehr speziellen Auftrag an uns heran: die Gestaltung eines WC-Containers wurde gewünscht.

Im wunderschönen Weihnachtsdorf auf dem Universitäts-Campus beim alten AKH in Wien wird ein WC-Container für die Besucher zur Verfügung stehen. Die 30 Meter Umfang dieser WC-Anlage nutzt Hakle, um für sein hochwertiges Toilettenpapier Werbung zu machen – mit weihnachtlichem Touch natürlich. Die Aufgabe unseres Grafikers war es nun, für diese Riesenfläche ein attraktives, originelles Design zu entwerfen. Und natürlich nicht auf die Türen zu vergessen. Wir finden, das ist ihm gelungen. Auch aus sehr profanen Dingen kann man etwas Schönes machen! Vielleicht können Sie den Weihnachtsmarkt besuchen: noch bis 23. Dezember im Park des ehemaligen AKH.



Eine zauberhafte Veranstaltung

Schon jetzt für 2011 vormerken: Die Nacht der Liebe am 6.6. und am 9.9. – diesmal an einer neuen Location.

Unser Konzept – ein feines, mehrgängiges Menü, schönes Ambiente und beste Unterhaltung – wird beibehalten.

Neu dagegen ist der Veranstaltungsort: Schloss Ottenstein, beim gleichnamigen Kampstausee, ist eine prächtige Anlage, die Kunstinteressierten einige Besonderheiten bietet. Die Umgebung ist landschaftlich besonders reizvoll und ermöglicht viele Freizeitaktivitäten in herrlicher Natur.

Ganz neu ist auch die Möglichkeit, im Anschluss an die „Nacht der Liebe“ im zugehörigen Hotel zu übernachten. Dafür haben wir ein super-attraktives Übernachtungspaket geschnürt, das allerdings nur an den beiden Terminen gültig ist. Alles weitere finden Sie auf www.nachtderliebe.at.



Zeugen der Jahrhunderte

Wir präsentieren: den ersten Bildband aus dem Hause medienpoint. Der Autor, Ing. Friedrich Weber, beauftragte uns mit der Umsetzung – eine spannende Herausforderung für unsere Grafikabteilung!

Über 500 Fotos und viele Seiten Text sollten zu einem ansprechenden, chronologisch aufgebauten Bildband angeordnet werden. Vom Umschlagdesign über das Kartenmaterial bis zur Drucküberwachung durften wir das Buch gestalten und können sagen: Es ist sehr schön geworden.

Friedrich Weber, 1956 geboren, verbrachte seine Kindheit und Jugend in Gföhl. Er maturierte 1976 an der HTBLA in Krems, Fachrichtung Hochbau, und ist als Bauingenieur tätig. Seine große Leidenschaft gilt der Heimatgeschichte der Region Gföhl und deren Aufarbeitung, was er durch mehrere Veröffentlichungen dokumentierte.

In seinem aktuellen Buch hat sich Friedrich Weber mit den „Zeugen der Jahrhunderte“ auseinandergesetzt. Darunter versteht er die Burgen, Schlösser, Ruinen, aber vor allem Marterl, Flur- und Wegkreuze, Gedenksteine, sowie Skulpturen und Wandmalereien im Bereich der Region „Kampseen/Gföhlerwald“, einschließlich der Stadtgemeinde Gföhl. Sie begegnen uns an allen Ecken und auf allen Wegen – Ausdruck der Gedanken- und Glaubenswelt vergangener Generationen.

In diesem prachtvollen Bildband werden auf 449 Seiten im Großformat 528 Objekte großteils in Farbe präsentiert und detailliert beschrieben. Sie können das Buch gerne über medienpoint beziehen, es ist seit 2. November um EUR 50,- erhältlich.



Nachgefragt bei Bernhard Stastny

Im Stadtzentrum von Gföhl findet man den Salon Stastny. Sein Inhaber ist Bernhard Stastny, Unternehmer und Berufsschullehrer. Außerdem engagiert er sich für soziale Belange.

Medienpoint: Herr Stastny, Frisörsalon ist im Grunde eine Untertreibung, wenn man von Ihrem Geschäft spricht. Sie bieten ja weit mehr ...

Das stimmt, weil wir uns in den letzten Jahren neben unserem Kerngebiet auf dem Haarpflegesektor auch auf die steigenden Kundenbedürfnisse eingestellt haben: Wir bieten neben Fußpflege seit kurzem auch Fußreflexzonenmassage und sind besonders auf diabetische Fußpflege spezialisiert. Darüber hinaus machen wir Nageldesign und Nagelpflege, und im hauseigenen Solarium stehen zertifizierte Bräunungsberater zur Seite.

Medienpoint: Sie haben im Lauf der Jahre zahlreiche Lehrlinge ausgebildet, unterrichten an der Berufsschule und engagieren sich für Kinder. Liegt Ihnen die Jugend also sehr am Herzen?

Die Jugend liegt mir insofern am Herzen, weil ich meine Berufslaufbahn auch als Lehrling gestartet habe und heute auf zwei Meisterbriefe (Frisör- und Fußpflegemeister) verweisen kann. Als Berufsschullehrer versuche ich, die Jungen davon zu überzeugen, dass sich nur der Gutsausgebildete und Lernwillige keine Sorgen um die Zukunft machen muss.

Leider wachsen nicht alle Kinder auf der Sonnenseite des Lebens auf; daher bedeutet es mir

immer große Freude und Genugtuung, wenn ich Kinderaugen zum Leuchten bringen kann.

Medienpoint: Wenn man sich ansieht, was Sie alles tun (Geschäft, Lehrtätigkeit, Charity, Familie, usw.) fragt man sich, ob Ihr Tag mehr als 24 Stunden hat. Wie bringen Sie alles unter?

Das funktioniert nur deshalb, weil ich einerseits in ein gutes familiäres Umfeld eingebettet bin und andererseits einen motivierten Mitarbeiterstab um mich habe. Allerdings muss man sich ein gutes Zeitmanagement zurecht legen.

Medienpoint: Wir dürfen seit mehreren Jahren immer wieder Werbemittel für Sie herstellen. Wie beurteilen Sie die Zusammenarbeit? Was ist Ihnen dabei wichtig?

Als Gföhler Unternehmer mit 8 Mitarbeiterinnen ist mir die Zusammenarbeit mit den Betrieben der Region absolut wichtig, weil dadurch die Wertschöpfung vor Ort bleibt und Arbeitsplätze erhalten bleiben. In medienpoint habe ich stets kompetente Ansprechpartner mit guten, kreativen Ideen gefunden.

Wir bedanken uns herzlich für das Interview!

STECKBRIEF

BERUF: Frisörmeister, Diabetischer Fußpfleger, Berufsschullehrer
FAMILIENSTAND: verheiratet, 2 Töchter

HOBBYS: Musik, Reisen, Theater den ganzen Tag :)

GRÖSSTES ABENTEUER BISHER: Familie

IM ALLTAG IST MIR WICHTIG: 99%ig ist um 1% zu wenig – was immer man auch macht

