

Liebe Leserin, lieber Leser!



Ich habe die erste Kennenlern-Phase mit meinem Baby erfolgreich abgeschlossen und bin schon mitten in den Vorbereitungen für die nächste Stufe: „Wie bringe ich alles unter einen Hut?“. Dieses Stadium beginnt Anfang April, wenn ich aus dem Mutterschutz zurückkehre. Jetzt muss ich aber gleich hinzufügen, dass ich einen ausgesprochen braven Sohn habe. Dennoch ist es eine 100%ige Umstellung – ein Beispiel gefällig? Früher bin ich ja auch mit wenig Schlaf ausgekommen, aber ich durfte immerhin 5 oder 6 (am Wochenende auch viel mehr!) Stunden durchschlafen, die Betonung liegt auf durch!

Diesen Luxus kann ich hoffentlich in ein paar Monaten wieder genießen ... (wieso höre ich die Eltern unter Ihnen kichern?). Einen aktuellen Kurzbericht über meinen Sohn Stefan finden Sie auf Seite 4 dieser Ausgabe. Eigentlich wollte ich Ihnen noch viel mehr erzählen, aber zwei kleine Händchen krallen sich gerade in meinen Hals, ein kleines Köpfchen wird hochrot, und jetzt --- Buahh, ich glaube, wir müssen uns kurz entschuldigen ...
Einen schönen Frühling!

G. Pöschl

AUS DEM INHALT

- Das war die Nacht der Liebe 2008
- Werbemittelcheck – Wirtschaftskammer fördert 100%
- Wie wär's mit einem Hobby?
- Event – ein junges Marketinginstrument auf dem Vormarsch
- Nachgefragt – ein Interview mit Mag. (FH) Ursula Poindl
- Krimi Laufen

VORSCHAU

- Kreative Köpfe
- Drachenbootrennen 2008

Ein besonderer Valentinstag

Am 14. Februar, dem Tag aller Verliebten, fand zum dritten Mal in Folge ein ganz spezieller Event statt: Die Nacht der Liebe in Stift Göttweig.

Im Sommerrefektorium wurden die Gäste von Pater Justus Reichl und Gabriele Gaukel begrüßt. Dazu wurde ein köstlicher Cocktail gereicht – der „Kuss der Aphrodite“ während das Vokalensemble „Passertempo“ einige schöne, alte österreichische Volksweisen zum Thema Liebe sang. In der Stiftskirche ging Pater Justus auf die ernsteren, besinnlicheren Seiten der Liebe ein und erzählte Interessantes zur Valentinslegende.



Den musikalischen Teil übernahm Dr. Franz Constantini mit einigen Damen des Kirchenchors. Dargeboten wurden mehrstimmige Stücke aus mehreren Jahrhunderten. Von einem Teil des Stiffs in den anderen wurden die Gäste von zwei Botinnen des Liebesgottes Amor geleitet. Nach der Kirche ging es nämlich ins Restaurant.

Die festlich gedeckten Tische, die herrliche Aussicht auf die Lichter von Krems

und das perfekte Service stimmten auf ein köstliches Menü ein, das mit der passenden Weinbegleitung aus den stiftseigenen Weingütern abgerundet wurde. In entspannter Stimmung wurde hier bei Kerzenlicht geplaudert.



Nach diesem sehr genussreichen Teil ging es weiter in den Brunnensaal, wo von den beiden Künstlerinnen Isis und Natalie orientalischer Bauchtanz dargeboten wurde. Die wunderschönen Kostüme, die faszinierenden Bewegungen und die mitreißende Musik begeisterten die anwesenden Damen und Herren gleichermaßen.

Danach gab es noch einen weiteren Ohrenschnaus von „Passertempo“, diesmal mit heiteren, teils frechen, Liedern aus der Renaissance bis in die 20er Jahre des letzten Jahrhunderts.

Ein letztes Mal wurde dann der Schauplatz gewechselt, es ging wieder zurück ins Stiftsrestaurant, wo schon ein

köstliches Schokomousse mit frischen Feigen und Erdbeeren auf die Besucher wartete. Die beiden Götterbotinnen zeigten noch einen eleganten Bändertanz und verteilten schließlich die hübsch verpackten Damen Spenden.



Der Valentinstag des nächsten Jahres fällt auf Samstag, den 14. Februar 2009. Wir freuen uns schon darauf, Sie mit einem, Ihnen ganz besonders lieben, Menschen bei der Nacht der Liebe im Stift Göttweig begrüßen zu dürfen!
www.nachtderliebe.at



Der Werbemittelcheck – für wen und warum?

Vor kurzem haben zwei unserer Kollegen ein neues Diplom erworben: Daniela Pichler und Günter Resch sind nach ihrem erfolgreich abgeschlossenen Lehrgang berechtigt, den geschützten Titel „Diplom Marketing- und Multimediacoach“ (MMC) zu tragen.

So wie es für einen Bauherrn sinnvoll ist, die Unterstützung eines Architekten als Planer und Prozessbegleiter, der Fehler schon im Vorfeld eliminiert, in Anspruch zu nehmen, empfiehlt es sich für ein Unternehmen, auf die Fachkompetenz eines unabhängigen MMC's zuzugreifen, sobald es um die Eigenwerbung geht. Seine Arbeit beginnt schon bei der Weichenstellung. Die Briefing-Grundlagen werden gemeinsam mit dem Kunden erarbeitet, und sodann die beste Lösung für die Umsetzung gesucht.

Erfolgreicher Werbemittelcheck

Ausschließlich geprüfte MMC's sind berechtigt den so genannten Werbemittelcheck durchzuführen.

Wozu der gut ist? Er dient dazu, eine Analyse des bereits vorhandenen Werbematerials einer Firma zu machen, also z.B. von Logo, Geschäftspapieren, Homepage, Folder, usw. Dabei wird – elektronisch gestützt – ein Stärke-Schwäche-Profil erstellt. Eine Beurteilung erfolgt nach den international gültigen Qualitätskriterien für Marketing und Kommunikation.

Gemeinsam mit dem Unternehmer/der Unternehmerin werden Qualitätskriterien besprochen, Markenfähigkeit, Motiv- und Sujetansprache und anderes bewertet, sowie die rechtlichen und technischen Voraussetzungen für die Werbemittelproduktion und deren Einsatz abgeklärt.

Auf diese Weise zeigt der Werbemittelcheck auf, wo Verbesserungen wünschenswert sind und wie diese aussehen sollten. Das erhaltene Profil ist eine fundierte Basis für die Erstellung von

Briefing- oder Ausschreibungsunterlagen. So wird jeder Euro, der in die Werbung fließt, zielgerichtet investiert.

Hotel-Restaurant und Busunternehmen
Erste Beratungen haben unsere Kollegen natürlich auch schon durchgeführt. So unterzog sich das Hotel-Restaurant Schwarz Alm in Zwettl einer sorgfältigen Analyse. Diese fiel sehr günstig aus. Pächter Gerhard Hahn dazu: „Wir hatten vor einem Jahr eine Neuausrichtung unseres Auftretes. Der Werbemittelcheck, den wir ein Jahr später mit Günter Resch durchführten, hat diese Neuausrichtung bestätigt und in vielen Bereichen eine Ergänzung geboten.“



Gerhard Hahn, Pächter der Schwarz Alm, freut sich über das gute Testergebnis und den detaillierten Beratungsbericht.

Der Aufbau ist sehr übersichtlich und kann nur jedem Kollegen empfohlen werden, da dadurch die Strategie für die Zukunft klarer ausgerichtet werden kann. Beim Coaching von Günter Resch war auch seine Erfahrung im Werbebereich sehr hilfreich, was natürlich weitere Leerläufe reduziert und dadurch Kosten senkt.“

Günter Resch (47)

Absolvent des Tourismuskollegs in Krems, sieben Jahre lang Geschäftsführer einer Tourismusregion, zahlreiche Seminare und Trainings.

Er ist berechtigt, als unabhängiger Marketing- und Multimedia-Coach zu arbeiten.



Daniela konnte beim Busunternehmer Anton Laister aus Groß Gerungs einen gründlichen Check vornehmen. Zur vollsten Zufriedenheit des Firmeninhabers: „Vor allem die Aufklärung über die rechtliche Situation in Bezug auf Logo, Slogans oder Produktionsunterlagen hat für mich viele neue Erkenntnisse gebracht. Die Beratung hat auch schon erste Früchte getragen. Ich konnte meine Öffentlichkeitsarbeit verbessern und so die Präsenz in den lokalen Medien erhöhen. Außerdem ist das empfohlene Werbematerial bei den Kunden sehr gut angekommen.“, freut sich Herr Laister.

Wirtschaftskammer zahlt 100%

Noch attraktiver wird der Gedanke, seine Werbemittel einmal analysieren zu lassen, durch die Förderung der Wirtschaftskammer.

Jedes Unternehmen in NÖ kann derzeit über das Unternehmerservice der WKNÖ einen ersten Werbemittelcheck beantragen. Dieser wird zu 100% gefördert, ist also für den Unternehmer kostenlos. Ein Antragsformular finden Sie auf www.marketing-multimedia-coach.at zum Downloaden. Oder Sie fragen unverbindlich bei Frau Pichler oder Herrn Resch an: 02731/8020.

Daniela Pichler (24)

kommt aus dem Bereich Tourismus/ Gesundheit/Management, Universitätslehrgang für Tourismuswirtschaft.

Sie ist berechtigt, als unabhängiger Marketing- und Multimedia-Coach zu arbeiten.



Drachenbootrennen



Eine schöne Tradition ist inzwischen unser Drachenbootrennen am Kampsee Thurnberg. Dieses Jahr arbeiten wir an einem umfangreicheren Rahmenprogramm, damit die „Schlachtenbummler“ und Fans auch etwas zu tun bekommen.

Geplant sind etwa Hubschrauber-Rundflüge über das Gelände, sowie Fun und Action mit Jimmy Moser. Außerdem wird eine neue Einstiegsplattform gebaut werden, damit die langen Drachenboote besser anlanden können und die Teams mehr Platz beim Ein- und Aussteigen haben.



Die Vorbereitungen laufen jedenfalls, und die ersten Boote sind auch schon

vergeben. Wenn das Wetter so vorbildlich mitspielt wie in den letzten Jahren, steht einem spannenden, sommerlichen Event nichts mehr im Wege.

Ihr seid ein starkes Team (17 Leute werden gebraucht), und wollt heuer mitmachen? Dann lasst euch gleich ein Boot reservieren: Tel. 02731/8020-19. Wenn ihr noch nie dabei wart, werft einen Blick auf unsere Homepage



www.drachenbootrennen.at. Dort findet ihr alle nötigen Informationen und viele Fotos, die euch sicher Gusto auf einen Tag voll Spaß und Action am Wasser machen.



Wir freuen uns auf eure Anmeldung – und hoffen wieder auf viele kreative Kostüme!

www.drachenbootrennen.at

DRACHEN BOOT RENNEN

am Kampsee Thurnberg
19 | 07 | 2008

Die Perle Erika

Wenn Sie zu medienpoint kommen und sich wegen der blitzsauberen Räume und der liebevollen Dekoration gleich wie Zuhause fühlen, dann verdanken wir das unserer „Vieli“. Als „Mädchen für Alles“ hält sie die Firma in Schuss - und kehrt dabei nichts unter den Teppich.

Die geborene Wienerin lernte schon in jungen Jahren während eines Urlaubsaufenthaltes ihren Mann kennen und ist seither eine Tiefenbacherin. Erika engagiert sich für die örtliche Feuerwehr und den Dorferneuerungsverein, und belegt in ihrer Freizeit alle Turn- und Bewegungskurse, die in der Umgebung angeboten werden - ob Rückenturnen, Pilates, Gymnastik, ...

Beim Basteln und Dekorieren hat sie ein sehr geschicktes Händchen. Je nach Jahreszeit und Anlass verschönt sie unsere Büroräume mit liebevollen Gestecken und selbst kreierten Basteleien.

Sie liebt Musicals, flotte Musik und sieht sich mit Vorliebe Tanzchoreografien an, die sie dann auch selbst ausprobieren. Leisere Töne schätzt sie nach einem stressigen Tag, wenn sie bei einem duftenden Wannenbad entspannt. Und wenn sie „schlecht drauf“ ist, belohnt sie sich am liebsten mit einem ausgiebigen Einkaufsbummel. Das hebt die Laune.

Ihr Spitzname „Vieli“ könnte also auch auf „die Vielseitige“ hinweisen.



Steckbrief in Kürze:

Name: Erika Vielhaber
Sternzeichen: Waage
Familienstand: verheiratet, zwei Kinder
Hobbys: Tanzen, Sport, Basteln
Lieblingessen: Pasta asciutta
Das ist mir im Alltag wichtig: Heiterkeit, Ehrlichkeit, Spontaneität
Größtes Abenteuer bisher: Eine Städtereise nach Portugal (mein erster Flug)
Das möchte ich unbedingt noch tun: eine Schiffsreise machen
Bevorzugtes Reiseziel: Karibik
Aktueller Lesestoff: diverse Zeitschriften
Lebensmotto: leben und leben lassen

Wie wär's mit einem (neuen) Hobby?

Nun haben Sie alle unsere Mitarbeiter ein wenig kennen gelernt. Wir dachten, es wäre nett, wenn jeder noch ein bisschen mehr von sich erzählt. Daher werden Ihnen in den nächsten Ausgaben einige unserer KollegInnen ihr liebstes Hobby vorstellen.

Vielleicht ist das auch für Sie eine Anregung, etwas Neues zu versuchen oder ein altes Steckenpferd wieder auszugraben.

Mit 20 nahm Andrea zum ersten Mal Reitstunden. Doch Beruf und Pendeln zwischen Wien und Waldviertel ließen ihr zu wenig Zeit. Auch zwei weitere Versuche scheiterten aus Zeitmangel.

Vor drei Jahren aber wendete sich das Blatt: Ein Bekannter suchte eine Begleitung für Ausritte. Jetzt lernte Andrea bei Familie Hronicek auf der „Red Oak Ranch“ korrektes Westernreiten, und seither trifft man sie Sommer wie Winter bei ihren regelmäßigen Geländerritten.

Andrea, was ist so toll am Reiten? „Die Verbundenheit mit dem Tier und der

Name: Andrea Resch
Funktion: Chefassistentin
Hobby: Reiten



Natur in erster Linie. Ich reite nicht nur, es gehören auch andere Dinge dazu wie Striegeln, Satteln, Hufe auskratzen oder Streicheln. Da bekommt man eine richtige Beziehung zu „seinem“ Pferd. Außerdem stärkt Reiten die Rückenmuskulatur, ich bin viel beweglicher geworden. Und für alles andere bin ich sowieso zu unsportlich.“

Auf das Fohlen „ihrer“ Stute Melody hat Andrea übrigens schon beide Augen geworfen. In zwei Jahren könnte der Kleine zugeritten werden. Also vielleicht sogar ein eigenes Pferd? „Mal sehen. Das ist schon viel Geld, und noch mehr Verantwortung. Ich überlege noch.“

Mehr zum Hobby Reiten?
www.gmh-westernreiten.at



Jetzt lernen Sie uns kennen – der Eventbereich

Schlägt man im Wörterbuch das Wort Event nach, steht dort schlicht „Veranstaltung, Ereignis“. Das kann alles Mögliche bedeuten - ein Faschingsumzug, eine Sportveranstaltung, ein Kongress, Für Marketing-Fachleute ist ein Event jedenfalls viel mehr als nur eine Veranstaltung. Was macht den Unterschied aus?

Ein Event verlangt mehr Aufwand bei der Inszenierung, als eine Sekt-Brötchen-Hintergrundmusik-Veranstaltung. Ein Event soll möglichst alle Sinne ansprechen und ein besonderes Erlebnis bieten. Oft wird dadurch auch eine Werbebotschaft auf emotionaler Ebene vermittelt.

Events gehören heutzutage neben Werbung (Print, TV, Radio), Public Relations, Direktmarketing, usw. zu den Kommunikationsinstrumenten von Unternehmen. Die klassischen Kommunikationsaufgaben des Marketing-Events sind Information, Emotion, Aktion und Motivation. Doch erst deren richtiger Mix macht den Marketing-Event wirksam.

Eventmarketing gilt für viele als das effektivste Instrument, um eine funktionierende Verbindung zwischen Unternehmen und Konsumenten herzustellen. Es erreicht seine Kunden direkt, durch positiv empfundene Erlebnisse (multisensuelles Marketing), was in der heutigen, reizüberfluteten Zeit mit immer knapper werdender Kommunikation geschätzt wird.

Auch der freizeit- und erlebnisorientierte Lebensstil, der vor allem bei jüngeren Menschen vorherrscht, spielt eine große Rolle. Deshalb rechnen Fachleute auch mit einer zunehmenden Bedeutung von Events.

Nicht nur Galas oder Großveranstaltungen werden immer beliebter, auch kleinere Firmen erkennen den Vorteil, durch firmeneigene Events ihre Kunden gezielt ansprechen zu können.

medienpoint organisierte schon vor 15 Jahren zweitägige Veranstaltungen für Teilnehmer aus ganz Österreich, die mit großem Erfolg positive Erlebnisse in Zusammenhang mit den Marken SCHLECKER und Henkel & Schwarzkopf vermittelten. Damals war der Begriff Event allerdings noch kaum bekannt, die meisten Eventagenturen existierten noch nicht.

Seit vier Jahren organisieren wir das Drachenbootrennen am Kampsee Thurnberg - zuerst aus „Spaß an der Freud“ sozusagen; aber auch als Firmenevent, z.B. für die Raiffeisen

Versicherung, was uns letztes Jahr den NÖ Werbehahn in der Kategorie Messe/Event/Roadshow eingebracht hat.

Auch die „Nacht der Liebe“, die heuer bereits zum dritten Mal im Stift Göttweig stattfand, und mit vielen Sinneserlebnissen aufwartet, wird zur Gänze von medienpoint inszeniert. Kein Wunder, dass wir inzwischen eine eigene Eventabteilung brauchen. Geleitet und verwaltet wird diese von unserer Projektmanagerin Andrea Haselmayr.

In ihre Verantwortung fällt die gesamte Organisation, Behördenwege, Anbieter, Presse, der Kontakt mit Künstlern und Sponsoren, Catering, Logistik, Technik, zielgerichtete Werbung oder anderes.

Neben dem „roten Faden“, der sich durch einen Event ziehen soll, ist natürlich der Veranstaltungsort - die „Location“ - ein wichtiges Kriterium für den Erfolg einer Veranstaltung. Er gibt dem Ganzen den richtigen Rahmen. Die Qualität des Gebotenen, ob Essen, Musik, Moderation, Beleuchtung oder



künstlerische Darbietung, soll selbstredend top sein. Perfekt wird alles, wenn die Teilnehmer positiv überrascht oder gar verzaubert werden, denn nur das Besondere findet Aufmerksamkeit und weckt so viel Interesse, dass es weiterzählt wird.

Mit entsprechendem Know-how und guter Planung können so auch mit relativ kleinen Budgets schöne Events auf die Beine gestellt werden.

Wenn Sie mehr dazu wissen möchten, rufen Sie doch einfach an. Wir beraten Sie gerne: 02731/8020-19, Fr. Haselmayr oder schicken Sie ein Mail: a.haselmayr@medienpoint.at

Krimi Laufen

Ich laufe gern. Schon lange, mindestens mein halbes Leben. Am liebsten laufe ich allein und im Wald. Ich treffe nicht gern Menschen beim Laufen. Früher war es mir unangenehm, rotgesichtig und verschwitzt anderen Menschen zu begegnen.

Das ist mir jetzt egal. Seit Spazierengehen mit Stöcken „in“ ist und sich mindestens jeder zweite Österreicher als Sportler bezeichnet, sehe ich keinen Grund mehr, mich zu schämen. Trotzdem ist mir der Wald lieber, auch wenn ich dort meine Sportlichkeit nur den Hasen, Füchsen und Rehlein präsentieren kann.

Früher hatte ich manchmal Angst allein im Wald. Es ist ja auch in unseren emanzipierten Breiten nicht ganz üblich, dass sich Mädchen oder Frauen allein im Wald bewegen. Bei meiner Oma machte sich zum Beispiel das lange verschüttete Trauma vom im Wald lauernden Russen wieder bemerkbar. „Waren’s vor 60 Jahren die Russen, dann sind’s jetzt halt die Tschechen oder Polen, sind doch alle gleich“. (Sie repräsentiert mit dieser Einstellung leider die Einstellung der nahe an der Grenze zum ehemaligen Ostblock lebenden Kriegsgeneration.) Meine eher

ängstliche Mutter (und Tochter der Russenoma) versäumte keine Gelegenheit, mich auf die Gefahren einer Vergewaltigung aufmerksam zu machen: „Weißt eh, im Wald, da hört dich kein Mensch, denk an deine Kinder...“ Nur mein Vater, selbst begeisterter Läufer, hat Verständnis für meine Waldfluchten.

Vor bösen Menschen, die sich im Wald verstecken, hatte ich nur zu Beginn Angst – reine Vererbung anscheinend. Aber ich wusste mir zu helfen: Mein Hund Nero begleitete mich - wenn auch nur in meiner Einbildung (Nero = groß + stark + schwarz + messerscharfes Gebiss). Trotzdem gab mir allein die Vorstellung, mit Hund unterwegs zu sein, viel Sicherheit. Wenn mich im tiefen, finsternen Wald die Panik befiel, schrie ich laut den Namen meines imaginären Hundes durch das Unterholz. Das musste reichen um jeden potenziellen Serienmörder in die Flucht zu schlagen.

Gut möglich, dass ich damals DER Lacher fideler Jäger- oder Holzfällerrunden war. Macht nichts. So kam ich die erste Zeit über die Runden und irgendwann hatte Nero ausgedient. Womit ich länger zu kämpfen hatte, das war die ungebermte Wahrnehmung vom Leben im

Wald, das man allein viel intensiver erfährt als in Begleitung. Einmal zum Beispiel, rannte ich völlig panisch den Staningersdorfer Berg hinunter in der Annahme, ich hätte einen Jungbären gesehen. Später, und wieder bei klaren Sinnen, wusste ich, dass es sich nur um ein Wildschwein gehandelt haben konnte.

Auch mit dem Bellen der Rehböcke musste ich mich erst anfreunden. Mufflons – und zwar eine ganze Herde davon – habe ich wirklich gesehen, allerdings mehr staunend als fürchtend. Gewöhnlich laufe ich vier Mal pro Woche. Und weil ich Frühaufsteherin bin, passiert es auch (nur während der warmen Jahreszeit), dass ich bereits um halb sechs Uhr früh im Wald umherirre. Um diese Zeit allerdings immer mit flauem Gefühl im Magen.

Man kann sich ja kaum vorstellen, was man da zu hören und zu sehen bekommt: Schüsse (hoffentlich vom Jäger und nicht vom Russen), Hundegebell (das nach SEHR großem Hund klingt), ein abgestelltes Auto mit offener Tür (kein Mensch weit und breit), ein weiteres Fahrzeug mit einem

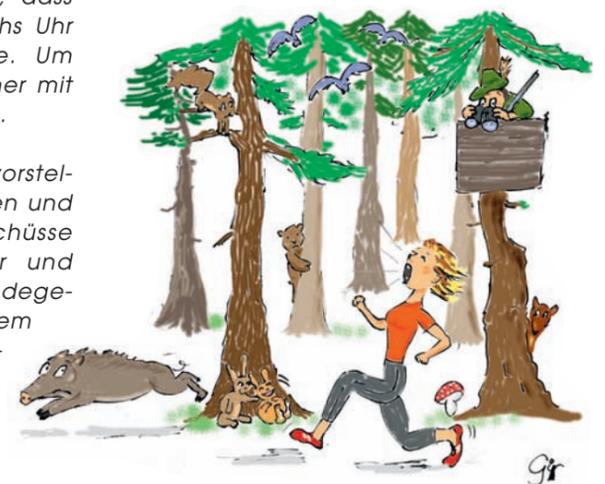


Petra Kierberger-Riederer

Kennzeichen von einem fremden Bezirk, ... Da fragt man sich natürlich, was der Lenker zu dieser Zeit im Wald tut (Beute vergraben oder womöglich gar eine Leiche verscharren???) Soll ja alles schon vorgekommen sein.

Aber das Fürchten tut der Alleinim-Wald-Lauf lust ganz sicher keinen Abbruch. Im Gegenteil. Laufen ist manchmal spannend wie ein Krimi.

Ich liebe Krimis.



Stefan

Ein aktuelles Foto von Stefan wollen wir Ihnen natürlich nicht vorenthalten.

Sieht er nicht entzückend aus? Dass er zwei Monate zu früh „dran war“ merkt man ihm nicht mehr an. Er hat sich von knapp über 2000 g inzwischen auf 5,5 kg vorgearbeitet, und hält seine Eltern schon ganz schön in Atem. Auch seine Stimme erreicht mittlerweile Dezibelwerte, die denen eines Kleinflughafens entsprechen. Aber da er rundum liebevoll versorgt wird, braucht er sie kaum über Zimmerlautstärke zu steigern.

Ein süßer Fratz! Wir beobachten seine Entwicklung mit Vergnügen.



Nachgefragt - Interview mit Mag. (FH) Ursula Poindl

Lob beflügelt, und Kritik hilft, sich zu verbessern. Deshalb werden wir ab jetzt in jeder Ausgabe Kunden von uns um ein kurzes Interview bitten. In dieser Ausgabe: Mag. (FH) Ursula Poindl.



Als Regionalmanagerin setzt sie sich für die regionale Entwicklung und Vernetzung im Waldviertel ein und kämpft für eine erfolgreiche, lebenswerte Zukunft. Ein Hilfsmittel dabei ist der Newsletter, der in Zusammenarbeit mit medienpoint herausgegeben wird.

mp: Das Regionalmanagement-Büro in Zwettl ist seit rund 3 Jahren Kunde bei medienpoint. Wie ist Ihre Sicht, welche Leistungen erbringt medienpoint für Sie?

Mag. (FH) Poindl: Die Zusammenarbeit klappt wunderbar. Wir liefern die Rohdaten – sprich die Artikel, medienpoint setzt diese grafisch um und übernimmt die gesamte Logistik bis hin zum Versand.

mp: Worauf legen Sie bei der Zusammenarbeit besonderen Wert?

Mag. (FH) Poindl: Für mich sind Flexibilität und Verlässlichkeit die wichtig-

sten Eigenschaften – und medienpoint erfüllt beide ganz hervorragend.

mp: Sie haben die Redaktion des Regional-Management Newsletters über, was ist Ihnen bei der Umsetzung dieses Projektes besonders wichtig?

Mag. (FH) Poindl: Wir versuchen, jede Ausgabe des Newsletters mit einem Schwerpunktthema zu besetzen. Dabei werden Projekte und Aktionen aus der Region sowie auch externe Inputs eingeholt und für die Leser aufbereitet. Außerdem transportieren wir damit aktuelle Geschehnisse, Aktivitäten und Veranstaltungstermine.

mp: Wie ist das Feedback Ihrer Leser und Leserinnen auf den Newsletter?

Mag. (FH) Poindl: Mittlerweile haben wir eine Stammlerschaft von ca. 2000 Personen und die Rückmeldungen zum Newsletter sind sehr positiv. Vor allem die Mischung aus fachlicher Aufbereitung und persönlichen Meinungen kommt gut an.

mp: Warum haben Sie sich für medienpoint als Partner entschieden?

Mag. (FH) Poindl: medienpoint ist ein professionelles Unternehmen, auf das man sich in allen Belangen verlassen kann. Wichtig war mir auch, dass unser Newsletter von einem regionalen Unternehmen erstellt wird, um die Wertschöpfung in der Region zu halten.

mp: Herzlichen Dank, dass Sie sich Zeit genommen haben!

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

