

Liebe Leserinnen und Leser,



Abwechslung ist die Seele einer Werbeagentur! Ich freue mich, Ihnen heute zwei neue Kolleginnen vorstellen zu dürfen, mehr darüber erfahren Sie auf Seite 3. Nach einem Jahr Pause werden wir 2010 wieder eine Nacht der Liebe im Stift Göttweig für Sie veranstalten, das Programm nimmt bereits Gestalt an... Die nächste Ausgabe unserer Akzente wird mit neuen Themen und überarbeitetem Layout erscheinen – freuen Sie sich mit uns darauf... Unsere Attraktion bei der Hausmesse der Gföhler Wirtschaft war zweifellos die „Stunde der Gelassenheit“. Michael Korth nutzte diese, um den anwesenden Gästen sein aktuelles Buch „Auch das geht vorbei“ - „Das Mantra der Gelassenheit“ vorzustellen. Ein Buch, das ich Ihnen übrigens nur empfehlen kann!

An dieser Stelle darf ich mich bei Ihnen für die gute Zusammenarbeit im heurigen Jahr bedanken und Ihnen alles Gute für 2010 wünschen, auf das alle Ihre Träume und Wünsche in Erfüllung gehen mögen!



PS: Für mich wird Weihnachten heuer etwas ganz besonders - große, funkelnde Kinderaugen - mein zweijähriger Sohn Stefan wird mit dem Weihnachtsbaum um die Wette strahlen – ich freu' mich drauf...

AUS DEM INHALT

- Mediaplan – wozu?
- Vom „Mantra der Gelassenheit“ – suchen Sie ein ideales Geschenk?
- Katharina und Natalia
Lernen Sie unsere zwei neuen Mitarbeiterinnen kennen
- Nachgefragt bei
Vrana Ladenbau
- Wohnen im Waldviertel
- Buben- und Mädchen-
geschichten

Lassen Sie sich entführen...

Es wird wieder eine Nacht der Liebe im Stift Göttweig geben! Unsere Event-Abteilung arbeitet gerade an einem Veranstaltungsreigen für 2010.

Aufgrund zahlreicher Anfragen begeisterter Besucher der letzten Jahre wird es im kommenden März eine Fortsetzung der Nacht der Liebe im Stift Göttweig geben. Bisher fand die Veranstaltung einmal jährlich, meist am Valentinstag, dem Tag der Liebenden, statt.



Für 2010 stehen gleich drei Termine zur Auswahl: der 3.3., der 6.6. und der 9.9.! Jeder einzelne Termin wird unter einem anderen Motto stehen, wobei die verschiedenen „Liebesphasen“ im Leben berücksichtigt werden – vom Verliebtsein bis zur gereiften, dauerhaften Liebe.

Was jedoch mit Sicherheit gleich bleiben wird, ist der spannende und kurzweilige Ablauf der Veranstaltung selbst. Ein abendlicher Streifzug durch Göttweigs historische Mauern, der die Gäste an sonst kaum zugängliche

Bereiche des Stiftes zu den einzelnen Programmpunkten führen wird. Das dem Motto der Veranstaltung entsprechende Diner findet im festlich gedeckten Stiftsrestaurant statt. Eine wie immer perfekt abgestimmte Mischung aus Show, Poesie und Besinnlichkeit, wobei die vielen Facetten der Liebe auf unterschiedlichste Weise künstlerisch umgesetzt werden.



Hinter vorgehaltener Hand: Eine tolle Geschenkidee für Weihnachten, nicht nur für den eigenen Partner/die eigene Partnerin, sondern auch für Geschäftsfreunde und Kunden.

Schenken Sie einen unvergesslichen Abend im Benediktinerstift Göttweig, welches aufgrund seiner einzigartigen Berglage auch gern als österreichisches Montecassino bezeichnet wird. Unsere Eventmanagerin Melanie Katzenschlager wird Ihren Wünschen entsprechend ein



maßgeschneidertes Geschenkpaket schnüren. Die Gäste werden im Vorfeld mit kleinen Aufmerksamkeiten verwöhnt, um sie auf einen schönen Abend in ganz besonderem Ambiente einzustimmen. Sichern Sie sich recht-

zeitig Ihre Eintrittskarten, die Teilnehmerzahl ist begrenzt!

Genauer erfahren Sie bei Melanie Katzenschlager, Tel. 02731/8020-14, bzw. m.katzenschlager@mediapoint.at. Sie ist auch die richtige Ansprechpartnerin, wenn Sie Interesse haben, auf Sponsorenbasis mit uns zusammen zu arbeiten. Auf unserer Homepage www.nachtderliebe.at werden Sie in Kürze genauere Informationen zu allen Terminen erfahren.

Die drei Veranstaltungen sind sowohl im Paket als auch einzeln buchbar!



Werbe-ABC

Weiter geht es im Lexikon der Werbebranche.

L – wie LpA (Leser pro Ausgabe)

Bezeichnet die durchschnittliche Leserschaft pro Nummer einer Zeitschrift. Diese errechnete Nutzungswahrscheinlichkeit gilt auch für Fernsehen und Funk.

M – wie Mediaplanung

Die Mediaplanung befasst sich mit der Entscheidung für die einzusetzenden Werbeträger, mit der Auswahl der passenden Medien, die den angestrebten Marketingzielen am besten gerecht werden sowie mit der Auswahl des optimalen Media-Mix (ausführlicher Bericht im Artikel rechts). Zweck der Mediaplanung ist es, im Rahmen des Kommunikations-Mix den optimalen Lösungsweg für ein oder mehrere Kommunikationsziele zu finden.

N – wie Nischenmarketing

Bedeutet, sich auf eine eng abgegrenzte Zielgruppe - den Nischenmarkt - zu konzentrieren und hier zum Spezialanbieter, wenn nicht gar zum Klein-Monopolisten zu werden. Hierzu gehört die Entwicklung eines klaren Profils in bezug auf Angebot, Service und Kundenkommunikation. Das Internet begünstigt solches Nischenmarketing durch die vergrößerte Reichweite.

Professionell werben

Gerade in wirtschaftlich schwierigeren Zeiten wird jede betriebliche Investition - dazu zählen natürlich auch die Werbemaßnahmen - kritischer denn je hinterfragt. Ein Grund mehr, ihren Werbeauftritt einem Profi zu überlassen!

Ein selbst gebasteltes Flugblatt oder Inserat, einmal da, einmal dort in der Zeitung – oder doch lieber ein grafisch perfekt aufgearbeitetes Sujet, gezielt in passenden Medien zum geeigneten Zeitpunkt?

Aber ist das nicht zu teuer?

Werbbeeinschaltungen sind Maßnahmen, die einen beträchtlichen Anteil des Werbebudgets in Anspruch nehmen. Umso wichtiger ist natürlich, dass sie auch den erwarteten Erfolg bringen.

Wir berücksichtigen die Zielgruppe, Werbemittel und Werbeträger, die zeitliche und geografische Streuung und ob kontinuierlich oder zu bestimmten Zeitpunkten geworben werden soll. Sie bekommen von uns einen individuellen Mediaplan, das heißt, einen Vorschlag für einen idealen Werbemix, Ihrer Budgetvorgabe und Ihren geplanten Aktivitäten entsprechend. Die Palette reicht, je nach Bedarf, vom Plakat, der Website, über Inserate in gezielt ausgewählten Medien bis hin zum Radiospot, u.v.m.

Da wir als Agentur durch langjährige Geschäftsbeziehungen über gute Kontakte zu verschiedensten Medien verfügen, haben wir Verhandlungs-

vorteile, die einen attraktiven Preis für unsere Kunden gewährleisten. Preise, die einem „Einzelkunden“ kaum zugestanden werden.

Ebenso bedeutend wie die Erstellung eines individuellen Mediaplans ist die Umsetzung eines kreativen und ansprechenden Werbesujets. Wir erstellen für Sie ein maßgeschneidertes Sujet, von unseren Profis gekonnt um- und in Szene gesetzt!

Daniela Pichler, Tel. 02731/8020-12,

d.pichler@medienpoint.at berät Sie gern.

Als Beispiel stellen wir Ihnen ein Werbesujet vor, das wir in diesem Jahr für Schoeller Münzhandel entwickelt haben. Es wurde 2009 für Inserate (Trend, Format, Gewinn, Bezirksblätter), für Kuverts und Werbeartikel sowie auf Messeständen und Plakaten verwendet. Schön zum Anschauen, leicht wieder zu erkennen und auf jeden Fall Aufmerksamkeit fordernd.

Gold ist kein Modegag -
schaffen Sie sich bleibende Werte

Schoeller
Münzen • Edelmetalle

Schoeller Münzhandel GmbH, A-1010 Wien, Renngasse 14, Tel: +43 (0) 1 53 33 606-0
www.schoeller-muenzhandel.at

Gföhler Hausmessen

Bei prachtvollem Herbstwetter standen am 3. und 4. Oktober die Türen aller Mitgliedsbetriebe der „Gföhler Wirtschaft aktiv“ offen: die Unternehmen hatten zu den Gföhler Hausmessen geladen.

Diese Veranstaltung ist ein kräftiges Lebenszeichen der regionalen Wirtschaft. Auch medienpoint ist Mitglied der Gföhler Wirtschaft aktiv, wenn auch mit Firmensitz außerhalb der Stadt Gföhl.

Unsere Besucher empfangen wir daher bei Wimmer Wohnen in behaglichem, luxuriösem Ambiente.



Neben einem Überblick über unser Leistungsangebot gab es natürlich ein paar Extras: Am Samstag luden wir zum Lesen ein, indem wir Exemplare der Tageszeitung ÖSTERREICH kostenlos verteilten. Für die kleinen Gäste gab es Luftballons und Süßigkeiten.

Als Highlight wurde am Sonntag eine „Stunde der Gelassenheit“ zelebriert. Buchautor Michael Korth las aus sei-

ner neuesten Werk „Auch das geht vorbei“ und vermittelte den interessierten Zuhörern das „Mantra der Gelassenheit“. Gelassenheit ist heute ein begehrtes Gut. Mit einem Schnellkurs zur Wiederherstellung der inneren Balance und 99 kleinen Schritten, die jeden zurück zu einer entspannteren Existenz führen, stützt sich Michael Korth dabei auf die Weisheit der klassischen Philosophie und schöpft aus seiner eigenen Erfahrung.

Ob Sie selbst darin schmökern wollen, oder ein schönes und nützliches Geschenk brauchen, das 204 Seiten starke Buch bietet wirklich für jeden etwas. Für kurze Zeit - bis 11. Dezember - können Sie es jetzt bei uns bestellen (ISBN 978-3-548-37324-9).

Kosten 8,30 Euro plus 1,25 Euro Versandkosten. Bestellen Sie telefonisch 02731/8020-14 oder per Mail: m.katzenschlager@medienpoint.at

Sie erhalten das Buch mit Erlagschein zugeschiedt.



Wohnen im Waldviertel

Das Waldviertel hat viel zu bieten. Nicht nur für die Gäste, die zu uns kommen. Sondern auch für die Menschen, die hier leben.

Gute Verkehrsverbindungen und die unvergleichliche Lebensqualität machen das Waldviertel als Hauptwohnsitz attraktiv.

Deshalb haben sich 44 Gemeinden zu einer Initiative zusammengeschlossen, die für „Wohnen im Waldviertel“ ganz neue Wege geht: Von der gemeinsamen Präsentation des Waldviertels als „Wohnviertel“ über ein maßgeschneidertes Service bei der Immobiliensuche bis zur persönlichen Betreuung in den Gemeinden. Unterstützt werden sie dabei vom Land Niederösterreich, ecoplus sowie von Raiffeisen im Waldviertel und in Wien.

Die Wallenberger & Linhard Regionalberatung GmbH steht Ihnen als Ansprechpartner in Sachen „Wohnen im Waldviertel“ gern hilfreich zur Seite (Tel. 0664/230 58 70), Infos auch unter www.wohnen-im-waldviertel.at.

Wenn Sie nach Immobilie(n) im Waldviertel Ausschau halten und professionelle Unterstützung bei der Auswahl Ihres Objektes suchen, sind Sie hier bestimmt gut aufgehoben.

Damit jede der 44 Gemeinden ihre Werbemittel wie Textilien, Kugelschreiber, Luftballons aus einer Hand bestellen kann, haben wir einen Werbemittelkatalog erstellt (inkl. Musterbeilagen, Power Point Präsentation, Handout, Bestellschein,...). So ist ein einheitlicher Auftritt nach außen gewährleistet, der sich unter anderem schon auf der Messe „waldviertelpur“ am Wiener Heldenplatz bewährt hat.



Mitarbeiterinnen von nah ...

Katharina Klein kommt aus Altenburg, also von „gleich ums Eck“. Ihr Fachwissen hat sie an der NDU in St. Pölten erworben, einer Tochteruniversität der Kingston University of England. Als Bachelor of Arts (BA) bringt sie kreativen Schwung in unsere Grafikabteilung.

Wie viele Kreative gehört Katharina nicht unbedingt zu den angepassten Durchschnittsbürgern.

Nach dem Gymnasium Horn studierte sie zwei Semester Germanistik und Philosophie in Wien, sah darin aber wenig Zukunft und brach ab. Danach belegte sie den Studiengang „Grafikdesign und mediale Gestaltung“, was

ihren Neigungen sehr entgegenkam. Zeichnen und Schreiben zählen zu ihren liebsten Hobbys, außerdem Bücher, Filme, Basketball und Musik. Unter dem Pseudonym Rabenkind veröffentlicht sie Prosa, Gedichte, Nachdenkliches und Provokantes im Internet. Sie spielt Klavier, Gitarre und Maultrommel und liebt es mit Freunden Partys zu feiern.

Steckbrief in Kürze:

Name: Katharina Klein

Sternzeichen: Skorpion

Familienstand: Glad Lonesome Cowgirl

Hobbys: Zeichnen, Schreiben (hauptsächlich Kopfgeburten und Unsinnsauswurf), Musik, Schabernack mit Freunden treiben, die Nacht durchforsten, Tagträume ernst nehmen

Lieblingessen: Spinatstrudel mit Schafkäse

Das ist mir im Alltag wichtig: Die Ironie des Alltags mit Sarkasmus unterstützen und dadurch zum „Widerporst“ werden.

Größtes Abenteuer bisher: Die Fahrt durch den Geburtskanal.

Das möchte ich unbedingt noch tun: Mit dem werten Herrn C. die „Unendliche Geschichte“ (nicht das Buch oder der Film) als Comic herausbringen. Einmal im Leben hypnotisiert werden, auf welche Art auch immer. 7 Tage und Nächte wach bleiben, dabei die ganze Zeit über zeichnen, und die Produkte dieser Tortur in der Tate Modern ausstellen. Nach Island ziehen.

Bevorzugtes Reiseziel: Island, Norwegen, Finnland, Galapagos Inseln, Madagaskar, Tibet

Aktueller Lesestoff: „Die linkshändige Frau“ von Peter Handke,

„Die Züchtigung“ von Anna Mitgutsch.

Lebensmotto: Du scheiterst heute, scheiterst morgen. Du scheiterst immer besser und irgendwann scheiterst du nicht. (von Blixa Bargeld, Einstürzende Neubauten)



... und (sehr) fern

Natalia Kitzler macht bei uns die Ausbildung zur Medienfachfrau, die zwei Jahre dauert. Neben der Praxis im Haus wird sie verschiedene Kurse machen und auch die Berufsschule besuchen.

Natalia stammt aus Novokuznezsk in Sibirien, wo sie nach Absolvierung einer 4-jährigen Handelsschule (Schwerpunkt Restaurantmanagement) in einem großen Hotel gearbeitet hat.

Eines Tages lernte sie einen Waldviertler kennen, der beruflich dort zu tun hatte. Nach seiner Rückkehr nach Österreich beschloss sie, spontan einen kleinen Urlaub in Österreich zu machen – mit dem Resultat, dass sie für immer blieb.

Wir freuen uns, sie jetzt im Team zu haben, wo sie sich von Anfang an mit viel Umsicht, Fleiß und gesundem Hausverstand nützlich macht. Faszinierend finden wir, dass sie uns sogar versteht, wenn wir „waldviertlerisch“ sprechen. Die Vollzeitausbildung mit Kindern – zwei entzückende Töchter im Alter von dreieinhalb und fünf Jahren – und Haushalt unter einen Hut zu bringen ist auf jeden Fall eine Herausforderung, aber der Beruf interessiert Natalia sehr. Ihre knappe Freizeit widmet sie ausschließlich ihren Töchtern Anastasia und Elena, da wird gemalt, gebastelt, spazieren gegangen, gemeinsam geturnt, gekocht ...

Wir wünschen ihr reichlich Durchhaltevermögen und werden sie natürlich nach Kräften unterstützen.

Steckbrief in Kürze:

Name: Natalia Kitzler

Sternzeichen: Widder

Familienstand: verheiratet, zwei Kinder

Hobbys: Fotografieren, Zeichnen, Reisen, Kochen, Lesen

Lieblingessen: Immer etwas anderes, aber es muss gut schmecken.

Das ist mir im Alltag wichtig:

Dass es meiner Familie gut geht.

Größtes Abenteuer bisher:

ein spontaner Urlaub in Österreich – mit anschließendem Heiratsantrag.

Das möchte ich unbedingt noch tun:

Die ganze Welt bereisen.

Bevorzugtes Reiseziel:

Mauritius

Aktueller Lesestoff:

„Das schwarze Haus“ von Stephen King

Lebensmotto:

Das Leben nehmen, wie es ist.



Nachgefragt bei - Vrana Ladenbau

Funktionalität, die dem Auge wohl tut, bietet die Firma Vrana Ladenbau aus Pyhra. Das Ehepaar Vrana hat drei Ziele beim Aufpeppen von Geschäften: gefallen, nützlich sein und wirken.

mp: Frau Vrana, wie medienpoint arbeiten auch Sie für den Erfolg Ihrer Kunden. Aber Sie gehen an die Front, an den Point of Sale. Wie schaut es dort aus?

Vrana: Der Markt ist härter und umkämpfter geworden. Bei all dem Kampf haben viele Unternehmen auf etwas Wesentliches vergessen: auf sich selbst.

mp: Wie kann man das verstehen?

Vrana: Der Konsument von heute kauft nicht nur ein Produkt. Er will es mit Leidenschaft präsentiert bekommen, in Szene gesetzt. Er will sehen, bestaunen, spüren, riechen, ... Dem Kunden dieses Erlebnis zu ermöglichen ist die Mission von Vrana Ladenbau.

mp: Auch bei schon bestehenden Geschäften?

Vrana: Gerade da. Wir bieten das so genannte Shop-Briefing an. Experten prüfen den Shop auf seine Stärken und Schwächen und präsentieren das

Ergebnis – einschließlich Verbesserungsvorschlägen. Ziel ist es, Kosten zu optimieren, Kunden zu binden und zukunftsorientiert zu arbeiten.

mp: Bei manchen Geschäften fühlt man sich gleich wohl, andere wirken unstimmig, düster oder angeramscht. Wie gehen Sie denn da vor?

Vrana: Am Beginn stehen der Geschäftsinhaber und seine Bedürfnisse. Gemeinsam mit ihm erarbeiten wir die Basis, auf deren Grundlage wir Konzept und Design entwerfen. Die Lösung, die letztlich umgesetzt wird, soll für unvergessliche Shopping-Erlebnisse sorgen – und für mehr Geschäftserfolg natürlich.

mp: Zu Ihren Kunden gehören Unternehmen wie Spar Gourmet, Nestlé, Apotheken, Modeboutiquen usw. - wie setzt man so unterschiedliche Bedürfnisse um?

Vrana: Thema Regalsysteme: Über



den Erfolg entscheidet nicht nur die Qualität der Ware, sondern auch, wie sie angeboten wird. Displays, Leitsysteme, Beschilderung, das muss alles stimmen damit das Geschäft funktioniert.

Thema Duftmarketing: Die Wirkung von angenehmen Gerüchen wird oft unterschätzt, aber sie ist anregend und macht uns empfänglich für schöne Eindrücke.

Thema Ladenbau: Hier wird alles bis ins Detail abgestimmt auf den Charakter der Ware, die Philosophie des Anbieters und die Erwartungen der Kunden. Ob Discounter oder Boutique, Einzelhändler oder Edel-Supermarkt – jeder Markttyp verlangt nach eigenständigen Lösungen.

mp: Vielen Dank für die interessanten Ausführungen!

Abschied nehmen

Zum Firmenalltag gehört es auch immer wieder einmal, Mitarbeiter ziehen zu lassen.

Bei lieben Kolleginnen, an die man sich im Lauf der Jahre gewöhnt hat, fällt das gar nicht so leicht.



Monika Reigner

Christina Seidl

Monika Reigner hat in ihrer „alten Branche“, dem Baugewerbe, eine neue Herausforderung gefunden. Und Christina Seidl, die seit zweieinhalb Jahren hervorragende, kreative Arbeit als Grafikerin geleistet hat, bricht zu neuen Ufern auf und wird ab Dezember in einer Linzer Agentur als Grafikerin tätig sein.

Wir wünschen den beiden alles Gute, viel Erfolg bei ihren neuen Aufgaben und eine Menge schöner Erfahrungen.

Passend zur Jahreszeit ...

Bei dieser Ausgabe haben sich unsere beiden Texterinnen zurückgelehnt und andere die heitere Kolumne schreiben lassen. Und zwar den Nachwuchs: Zwei Mitarbeiterinnen konnten ihre Kinder motivieren, eine Weihnachtsgeschichte zu verfassen. Lesen Sie im Folgenden eine Buben-Weihnachtsgeschichte und eine Mädchen-Weihnachtsgeschichte. (Muss ja nicht typisch sein).

Der Marmorkuchen

von Ulrich Kierberger, 11 Jahre

Der Weihnachtsmann saß in seinem Weihnachtspalast um noch ein Stück Kuchen zu essen, bevor er aufbrach, um die Geschenke zu verteilen. Seine



Illustration:
Katharina Klein

Elfen brachten ihm ein Stück Marmorkuchen. Doch als der Weihnachtsmann hinein biss, biss er sich fast die Zähne aus! Er sagte: „An diesem Kuchen beißt man sich ja die Zähne aus! Was ist denn da drinnen?“ „Aber Herr“, sagten die Elfen, „Ihr habt doch einen Marmorkuchen gewünscht!“. Der Weihnachtsmann sagte: „Ihr Dummerchen, ein Marmorkuchen ist doch nicht aus Marmor!“ Doch weil es zu spät war um einen anderen Kuchen zu backen, setzte er sich in seinen Schlitten und flog los.

Währenddessen saß der Krampus in seiner Höhle und war mürrisch. Er sagte: „Ich muss mir etwas einfallen lassen, wie ich den roten Zipfelmützendepp reinlegen kann!“ Da kam ihm eine Idee. Er setzte sich auf seinen Drachen und flog dem Weihnachtsmann nach.

„Dem werde ich den Schlitten abfakeln“, dachte er. Er schrie „Angriff!“, und sein Drache spie Feuer. Der Weihnachtsmann wich geschickt aus und überlegte dabei, wie er den Krampus abhängen könnte. Da hatte er es! Er nahm ein Stück Marmorkuchen, schmiss es nach hinten und traf den Drachen im Bauch. Dieser hustete und stürzte ab. Als der Krampus selbst dem Weihnachtsmann nachflog, nahm der Weihnachtsmann ein weiteres Stück Marmorkuchen, das ihm die Elfen gegeben hatten, und warf es nach dem Krampus. Er traf den Krampus auch im Bauch und dieser stürzte ab. Er schrie dem Weihnachtsmann nach: „Das ist ja hart wie Marmor!“ Der Weihnachtsmann rief: „Es ist ja auch Marmorkuchen! Hohoho!“

Ein Weihnachtsgeschenk

von Stefanie Sekyra (und Freundin Christina Endl), 12 Jahre

Am letzten Schultag vor Weihnachten sitze ich stumm in meiner Klasse und höre den Erzählungen meiner Klassenkameraden zu. Jeder bekommt von seinen Eltern teure Sachen zu Weihnachten und jeder will den

anderen mit seinen Geschenken übertrumpfen. Neidisch denke ich: „Wenn ich nur auch so viel haben könnte.“ Leider haben meine Eltern nicht so viel Geld.

Nach Schulschluss laufe ich nach Hause. Im Treppenhaus bemerke ich eine alte Frau, die sich mir ihrer schweren Einkaufstasche die Treppe hinaufquält. Sie ist mir sehr dankbar, als ich ihr anbiete, die Tasche für sie zu tragen und sagt seufzend, dass sie keinen hat, mit dem sie Weihnachten verbringen kann.

Als ich abends im Bett liege, kann ich nicht einschlafen. Als ich endlich schlafe, träume ich von einem Engel. Er fragt mich, warum ich so viele Geschenke brauche, man kann auch mit ganz wenig glücklich sein.

Er sagt mir, dass zu Weihnachten viele alte Leute ganz allein sind. Für diese Menschen wäre es schon das schönste Geschenk wenn sie jemanden hätten, mit dem sie das Fest verbringen könnten.

Jetzt weiß ich, was ich zu tun habe. Ich stehe auf und frage meine Mama, ob die alte Frau das Weihnachtsfest nicht mit uns feiern kann. Sie ist einverstanden. Schnell laufe ich zu Frau Gruber, so heißt die alte Frau, und frage sie, ob sie nicht mit uns Weihnachten feiern möchte. Sie weint vor Freude.

Als es endlich so weit ist, kann ich es kaum aushalten. Frau Gruber ist schon da, als die Glocke klingelt und wir ins Wohnzimmer dürfen. Wir singen ein paar Weihnachtslieder und packen die Geschenke aus. Jeder freut sich. Frau Gruber freut sich besonders über die Kerze, die Mama ihr gebastelt hat.

Das ist für uns alle das schönste Weihnachten seit langem und ich bin neugierig wie es bei meinen Schulkameraden ausgefallen ist. Jetzt weiß ich, was der Engel gemeint hat mit wenigen Geschenken.



Illustration: Christina Seifl

Events (lat. eventus) = Ereignis, Veranstaltung

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 dem heutigen, Freizeit-orientierten Lebensstil entgegenkommt. Auch kleine Firmen profitieren durch firmeneigene Events, mit denen sie ihre Kunden gezielt ansprechen. 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
- Motivation

Doch erst deren richtiger Mix macht den Marketing-Event wirksam. Wir finden für Sie den richtigen Veranstaltungsort, kümmern uns um Catering, Beleuchtung, Beschallung, auf Wunsch um Musik, Künstler und Animation. Aber wir managen auch das Drumherum: Sponsoring, Bewerbung, Behördenwege, Einladungen, ...

So bleibt Ihnen Zeit, sich um Ihr Geschäft zu kümmern und Sie können sich genauso auf den Event freuen wie Ihre Gäste.

Gerne schicken wir Ihnen unseren neuen Event-Folder ins Haus.

Gleich anfordern bei:
Melanie Katzenschlager
Tel. 02731/8020-14 oder
m.katzenschlager@medienpoint.at

Überlassen Sie das Gelingen Ihrer Veranstaltung nicht dem Zufall!

Event
medienpoint
www.medienpoint.at
Tel. 02731/8020-14

Wir setzen Sie gekonnt in Szene

Die Organisation einer erfolgreichen Veranstaltung ist kein Kinderspiel!

- Ihr Firmenjubiläum, das Sie gebührend feiern wollen, rückt mit Riesenschritten näher?
- Sie möchten Ihren Mitarbeitern mit einem ganz außergewöhnlichen Tag Danke sagen?
- Ein neues Produkt öffentlichkeitswirksam präsentieren oder Ihre Kunden und Geschäftspartner mit einer tollen Party überraschen?

Eine Veranstaltung, die Ihren Gästen noch lange in positiver Erinnerung bleiben soll, gehört in professionelle Hände!



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: Druckhaus Schiner GmbH

Linie: zur Unterhaltung und
Information der Leser/innen

Erscheinungsweise: vier Mal jährlich

