

Seminar Alles zur Marke Fachtagung Marken“Dialog



Manfred Enzlmüller (li.), Laurentius Mayrhofer laden auf die Schallaburg.

Wien/Schallaburg. Zum bereits zweiten Mal findet am 21. November die Fachveranstaltung Österreichischer Marken“Dialog statt. Initiatoren des Events sind Die MarkenWertExperten Manfred Enzlmüller, Laurentius Josef Mayrhofer und Gottfried Schuller.

Die Fachtagung zum Thema „Markenführung statt Marken-Burn-out“ zeigt, wie die aktuelle Krise dazu führt, dass auch gestandene Unternehmen immer härter um Marktanteile, Kunden und loyale Händler kämpfen müssen. In Expertendialogen beleuchteten internationale Topreferenten, was man tun kann, um den wirtschaftlichen Erfolg eines Unternehmens gezielt zu sichern.

Zudem wird eine aktuelle Studie zu „Die Entwicklung von Marken im Umfeld einer anhaltenden Krise“ präsentiert. (red)

MARKEN“DIALOG

Termin 21. November 2013, 13–17 Uhr
Ort Renaissanceschloss Schallaburg, A-3282 Schallaburg, NÖ
Kongress-ticket 96 €; enthält die Teilnahme am Kongress, den Besuch aller Fachvorträge und Podiumsdiskussionen, ein E-Book „Brandmanagement-Leitfaden – professionelle Markenführung“ und einen Gutschein für eine Marken-Wert-Beratung im Wert von 300 €. **Programm und Anmeldung** www.markendialog.at
Rückfragen an enzlmue@diemarkenwertexperten.at

Seminar ÖJC am 21.10. Medienmacher und Kreativität

Wien. Der Österreichische Journalisten Club ÖJC initiiert am 21. Oktober 2013 das Seminar „Chill-Activity“, welches kreative Ansätze für Medienmacher zeigt.

So präsentiert das Seminar Möglichkeiten, wie die individuelle Kreativität gefördert werden kann und wie in kreativer Teamarbeit bessere Ergebnisse erzielt werden können. Als Vortragende fungieren Peter Dollack, langjähriger Kreativchef bei Hitradio Ö3, und Mentaltrainer Andreas Roffeis, Experte im Werbe- und Marketing-business. (red)

KREATIV SEMINAR

Termin 21. Oktober 2013, 9–17 Uhr
Ort Journalismus & Medien Akademie des ÖJC, 1010 Wien, Blutgasse 3
Seminargebühr pro Teilnehmer 240 €, ÖJC-Mitglieder erhalten 10 Prozent Rabatt **Mindestteilnehmerzahl** 10 Personen **Info & Anmeldung** office@oejc.at

Media Analyse 2012/13 Österreichweit griffen 5,2 Mio. zu einer Tageszeitung, Markt bleibt stabil

Media Analyse: „Servus“ mit einem kräftigen „Hallo“

Heute, Der Standard und OÖ Nachrichten konnten signifikant zulegen; „Servus“ aus dem Stand auf 10%.

Wien. Erneut stabil zeigt sich die nationale Reichweite der heimischen Tageszeitungen in der aktuellen Erhebung der Media Analyse im zweiten Halbjahr 2012 sowie im ersten Halbjahr 2013.

Rund 5,2 Mio. Österreicher griffen in diesem Zeitraum zu Printprodukten, was 72,5% der Gesamtbevölkerung entspricht. Im Vergleichszeitraum 2011/12 betrug die Reichweite 73,1%. Signifikante Rückgänge musste die *Kronen Zeitung* verzeichnen, während die *Gratis-Zeitung Heute* zulegen konnte.

„Heute“ in Wien on Top

Die *Krone* konnte den Spitzenplatz bei den Tageszeitungen aber mit deutlichem Abstand halten und kam bei einem Minus von zwei Prozentpunkten auf 36,2% nationaler Reichweite. Auf den weiteren Plätzen liegen *Heute* mit 14,6% (Plus von 1,4), die *Kleine Zeitung* mit 11,3% sowie *Österreich* mit 9,8%. Der *Kurier* kam auf 8,3%, *Der Standard* wiederum konnte signifikant auf 5,3% zulegen. Die *Oberösterreichischen Nachrichten* machten ihren im Vorjahr erlittenen Rückgang wett und stiegen ebenfalls signifikant auf 4,8%.

Die *Tiroler Tageszeitung* kam ebenso auf 3,8% Reichweite wie *Die Presse*, die *Salzburger Nachrichten* erreichte 3,6%, die *Vorarlberger Nachrichten* 2,3%, und die *Neue Vorarlberger Tageszeitung* verzeichnete 0,6% Reichweite. Bereits seit dem Vorjahr nicht mehr Teil der MA sind das *WirtschaftsBlatt* sowie die *Kärntner Tageszeitung*, weshalb für diese Medien keine Reichweitzahlen ausgewiesen wurden.

Am traditionell umkämpften Wiener Zeitungsmarkt konnte *Heute* seine Spitzenposition mit 41,7%

MEDIA ANALYSE / NATIONAL

	2012/13	2012	2011/12	2011	2010/11
Kronen Zeitung	36,2%	37,4%	38,2%	38,2%	37,9%
Heute	14,6%	13,9%	13,2%	13,1%	12,9%
Kleine Zeitung gesamt	11,3%	11,2%	11,5%	11,3%	11,3%
Österreich	9,8%	9,5%	10,2%	10,3%	10%
Kurier	8,3%	8,5%	8%	8,1%	8,2%
Kleine Zeitung Graz	7,8%	7,7%	7,8%	7,5%	7,7%
Der Standard	5,3%	5%	4,8%	5%	5,1%
OÖ-Nachrichten	4,8%	4,3%	4,3%	5%	4,8%
TT & TT Kompakt	4,1%	4,3%	–	–	–
Tiroler Tageszeitung	3,8%	4%	4%	3,9%	3,9%
Die Presse	3,8%	3,7%	3,6%	3,7%	3,8%
Salzburger Nachrichten	3,6%	3,7%	3,3%	3,4%	3,5%
Kleine Zeitung Klgtf.	3,5%	3,5%	3,6%	3,8%	3,6%
Top Vorarlberg	2,5%	2,6%	2,6%	2,6%	2,8%
VN-Vbg. Nachrichten	2,3%	2,4%	2,4%	2,4%	2,5%
Neue Vbg. Tageszeitung	0,6%	0,5%	0,5%	0,5%	0,6%

Quelle: MA Media Analyse; Heute (Gratis), Österreich (Gratis), Kombi TT & TT Kompakt (Kauf/Gratis), Top Vorarlberg (Vorarlberger Nachrichten, Neue Vorarlberger Tageszeitung).

Reichweite verteidigen, während die *Krone* mit 30,9% ausgewiesen wurde. Dahinter folgen *Österreich* mit 22% Reichweite und der *Kurier* mit 17,5%. Die einzige signifikante Änderung in Wien betrifft die *BZ Wiener Bezirkszeitung*, die von 32,6 auf 28,9% Reichweite abrutschte.

Neuerlich einen Rückgang musste auch die TV-Beilage *tele* hinnehmen, die 22,5% Reichweite er-

rang und damit das Schicksal von *TV-Media* teilte, das von 12,5 auf 11,4% sank. Signifikant zulegen konnte wiederum der *Falter* von 1,3 auf 1,6% und erstmals ausgewiesen wurden die MA-Daten auch für das Magazin *Servus in Stadt und Land*, das aus dem Stand auf 10,8% nationale Reichweite kam. Insgesamt wurden von der Arbeitsgemeinschaft Media Analyse



„36 Prozent Reichweite sind international und österreichweit schlichtweg sensationell.“

GERHARD RIEDLER, MEDIAPRINT

MEDIA ANALYSE/WIEN

	2012/13
Heute	41,7%
Kronen Zeitung	30,9%
Österreich	22,0%
Kurier	17,5%
Der Standard	10,9%
Die Presse	7,9%

14.709 persönliche Interviews im Zeitraum von Juli 2012 bis Juni 2013 durchgeführt.

„36 Prozent Reichweite sind international und österreichweit schlichtweg sensationell. 2,6 Mio. Leser, die höchste nationale Abdeckung in den relevanten Zielgruppen, die regionale Reichweitenstärke und die hervorragenden ÖAK-Zahlen stehen für die enorme Kraft der Medienmarke Krone“, kommentierte Mediaprint-Geschäftsführer Gerhard Riedler die Ergebnisse der aktuellen MA in einer Aussendung.

Jubelstimmung herrschte auch bei einem weiteren Big Player am Zeitungsmarkt, den Regionalmedien Austria RMA: „Die aktuelle MA bestätigt erneut, dass kein anderes Printmedium und auch kein anderer in der MA erfasster Zeitungsverband in Österreich so viele Leser erreicht wie wir“, so die RMA-Vorstände Stefan Lassnig und Klaus Schauer.

„Unsere nationale Reichweite von 53,5 Prozent zeigt, dass uns mehr als die Hälfte der Österreicher ihr Vertrauen schenkt, indem sie sich in einer unserer insgesamt 128 lokalen Wochenzeitungen über die Geschehnisse in ihrem Lebensumfeld informiert.“ Und weiter: „Für uns ist dieses Ergebnis eine klare Bestätigung für unser Angebot und zugleich der Auftrag, unseren Leserinnen und Lesern auch in Zukunft gut gemachten Lokaljournalismus zu bieten.“ (hof/ck/APA)

Location Fußballverein SK Rapid Wien eröffnet complianceverträglichen Eventbereich speziell für Businessgäste

Sport & Networking im Rapid-Business Club

Wien. Österreichs populärster Fußballklub SK Rapid Wien wartet mit einer neuen Eventlocation auf: Mit dem kürzlich eröffneten Business Club wurde ein speziell für Businessgäste abgestimmtes Angebot geschaffen.

Dieser zusätzliche VIP-Bereich am Plateau der Nordtribüne des Gerhard Hanappi-Stadions in Wien Hütteldorf kombiniert dabei die Aspekte des Fußballerlebnisses mit je-

nen des Networkings. Das Angebot an Businessgäste umfasst den Zutritt zum exklusiven Businessclub vor, während und nach dem Spiel inklusive umfassender Bewirtung samt Catering und Getränken, aber auch einen Parkplatz direkt in der Stadion-Garage und einen Sitzplatz zum Spiel auf der Nordtribüne.

Welche Ziele man mit dem neuen Bereich verfolgt, erklären Rapid-Stimme Andy Marek und Sponso-

ring-/Marketing-Leiter Sebastian Pernhaupt: „Unsere bestehenden VIP-Räumlichkeiten waren seit Jahren knackevoll, somit mussten wir weiteren Raum für die große Nachfrage schaffen“, erläutert Marek. Zudem wollte man mit dem aktuellen Angebot auch bewusst einen complianceverträglichen Service schaffen: „Unsere Partner und Gäste konnten den VIP-Service im Stadion oftmals nicht nutzen, da

dies im Konflikt mit Compliance-Regeln stand. So waren wir am Zug, hier mit dem Business Club um 98 Euro ein complianceverträgliches Angebot zu schaffen“, führt Pernhaupt weiter aus.

Dafür besteht für buchende Personen und Unternehmen auch die Möglichkeit, die Marke ihres Unternehmens in den Business Club „mitzubringen“ und einen Tisch aufmerksamkeitsstark zu branden. Angesprochen werden sollen mit der neuen Eventlocation vor allem Klein- und Mittelunternehmen mit – naturgemäß – Begeisterung zum Sport und Interesse am Networking. (hof)



© medianet/Scene/Christian Miles (2)



Präsentieren den neuen Business Club des SK Rapid Wien im Hanappi-Stadion: Andy Marek (links) und Sebastian Pernhaupt.

INFO

Eine Business Club Karte kostet pro Spiel 98 € und umfasst eine Matchkarte auf der Nordtribüne (Top-Sitzplatz), einen Parkplatz in der Parkgarage Hanappi-Stadion und das Catering (Essen und Getränke). Dieser zusätzliche VIP-Bereich befindet sich am Plateau der Nordtribüne und fasst rund 80 Personen. Interesse und Anmeldung unter info@skrapid.com oder marketing@skrapid.com