


Keine Geldgeschenke in Sicht. Sei sparsam!

Bösmüller – wirtschaftlich, kompetent und effizient.



www.boesmueller.at

BESTE ONLINE-WERBUNG GEKÜRT



© medianet/Szenen/Stephan Rauch



1. Siegerfoto; 2. Alexander Tauchhammer (Dr. Oetker), Michaela Geist (MAXUS) und Christine Winter (Mindshare); 3. Florian Matthies (Draftfcbi), Dieter Zirrig (HP), Birgit Sedlmayer-Gansinger, Florian Zelmanovics-Perl, Niki Peterson (alle drei Draftfcbi); 4. Karin Hamme (GF Freie Digitale), Elisabeth Auer (ATV), Corinna Höll (GF Freie Digitale), Marion Gaa (Die5imAchten), Susanne Auer-Strobl (Die5imAchten).

Eine Branche im Aufwind feiert ihre Sieger

WebAd 08 verliehen

Gekürt Der WebAd, Österreichs größter Online-Werbepreis, ist vergeben. Als erfolgreichste Kreativagenturen gingen heuer Tunnel23.com (1x Gold, 2x Silber & 1x Bronze) bzw. Draftfcbi mit 2x Gold und 1x Silber hervor. Bei den Mediaagenturen war, so wie im vergangenen Jahr auch, abermals Mindshare mit 2x Gold, 1x Silber und insgesamt 5 Shortlist-Plätzen siegreich; dahinter reihte sich die Mediacom mit 1x Silber, 1x Bronze und 2 Shortlist-Plätzen. Zum Fest in der Remise in Wien versammelte sich die gesamte Branche aus Österreich. Unter den Gästen: **Peter Lammerhuber** (Group M), **Wolfgang Chmelir** (Seznel.at), **Nadja Vaskovich** (VÖZ), **Tina Kasperer** (MPG), **Andreas Quiner** (DerStandard.at), **Christian Brandt-Di Maio** (medienhaus.com GmbH), **Stefan Unterberg** (medienhaus.com GmbH), **Paul Leitenmüller** (Hrsg. medianet), **Christine Winter** (Mindshare), **Bernhard Lehner** (CMO 123.people), **Christoph Hinterplattner** (Heute) und **Elisabeth Hasse** (GF Merckenswert).

(df)

Information & Invitations gerne an: biztalk@medianet.at

IAB-Präsidentin Karin Hamme lud zum Online-Event des Jahres.



Gastkommentar Die Gabe, gut zu verkaufen wird einem nicht in die Wiege gelegt

Sales: Talent allein ist zu wenig

Solide Nach wie vor hält sich hartnäckig das Gerücht, dass man das Talent zum Verkäufer in die Wiege gelegt bekommen muss. Diese „Fama“ ist sicherlich historisch begründet, hieß es doch immer, dass gerade jene hervorragend für Sales geeignet sind, die „sonst nichts gelernt haben“. Sicherlich ist es wichtig, bestimmte Voraussetzungen mitzubringen – das gilt aber für jeden Beruf. Aber in Zeiten, in denen es notwendig ist, jeden „Zentimeter“ zu optimieren, reichen das richtige Bauchgefühl und die Liebe zum Verkauf einfach nicht aus. Gerade in wirtschaftlich turbulenten Zeiten bedarf es der Fähigkeit, in Alternativen zu denken und innovative Strategien zu entwickeln, um „the last mile to the customer“ erfolgreich zu gehen. Schließlich geht es um viel Geld. Übersehen wird dabei oft, dass es auch im Sales-Bereich unverzichtbare fachliche Kompetenzen, d.h. Toolboxes und Methodensets – zum Beispiel im Key Account Management oder der strategischen Vertriebssteuerung – gibt, die man beherrschen muss. Eine fundierte Ausbildung ist hier unerlässlich. Erst diese versetzt Sales Manager in die Lage, Nutzen und Wert ihres Produkt- und Dienstleistungsportfolios in schwierigen Zeiten entsprechend darzustellen und für den Kunden damit Wert zu schaffen. Nur so gibt es eine Win-Win-Situation für beide, Unternehmen und Kunden; Naturtalent allein reicht dafür nicht.

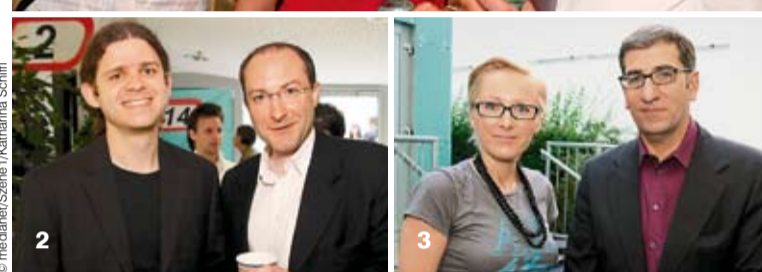
ao. Univ. Prof. Barbara Stöttinger ist Lehrgangsinhaberin des Professional MBA in Marketing & Sales der WU Executive Academy.

Die abgedruckten Gastkommentare geben ausschließlich die Meinung des Verfassers wieder. Wir behalten uns das Recht auf Kürzung vor.



© Elich-Reisemann

MOBILE MARKETING ASSOCIATION AUSTRIA



1. Klaus Prokop (creative media), Kathrin Galambos (Ericsson Austria), Gerald Smech (T-Mobile); 2. Florian Steinkogler (Sony Music Austria), Jakob F. Kleinsasser (Dimoco); 3. Margit Anglmaier (Dimoco), Martin Döller (Conmark).

Die Mobile Marketing Association lud zum Event

Mobile Marketing

MMA Die Mobile Marketing Association Austria, die Interessensgemeinschaft für das gleichnamige Fachgebiet, veranstaltete bereits zum zweiten Mal ihren Fokustag für mobiles Marketing. Zahlreiche BranchenkennerInnen trafen einander kürzlich zum gemeinsamen Austausch in Wien. Neben Vorträgen zu den Themen Mobile Web, Mobile Advertising und Mobile Tagging wurden Vertreter aller österreichischen Mobilfunkbetreiber zu einer Diskussion rund um Trends und Tendenzen im Mobile Advertising geladen. „Der Fokustag für Mobile Marketing hat sich mittlerweile als Fixpunkt der Mobile Marketing Branche in Österreich etabliert. Wir freuen uns, auch in diesem Jahr so viele Vortragende als auch Besucher aus vielen unterschiedlichen Bereichen verzeichnen zu können“, so **Roland Tauchner**, Vorstand der MMA. Die Mobile Marketing Association Austria ist das Networking-Forum Nummer 1 der Mobile Marketing-Branche. Vertreter unterschiedlichster Interessen – Netzbetreiber, Agenturen, Mobile Marketer, Endgerätehersteller, Medien, und viele mehr – nutzen die internationale Interessensvertretung in Österreich.

(df)

medianet
fotogalerie

JETZT NEU auf medianet.at:

- Concordia Ball 2009
- Round Table „Print“
- Verleihung Trigos 2009
- 60 Jahre ÖSW
- Igepha Open House

KARRIERE & MENSCHEN ÜBER DIE MAN SPRICHT

präsentiert von **monster.at**
Ihr neues Leben ruft™



Wolfgang Chmelir
Szene 1

Ortswechsel Vom VÖZ-GF in Wien geht es nun als CCO zur Linzer „Szene 1 Entertainment GmbH“. Dort wird sich Chmelir schwerpunktmäßig um die Leitung von Vertrieb und Kundenberatung sowie Business Development und Unternehmenskommunikation kümmern.



HERBERT SCHODL, 41

unterstützt ab sofort das Wiener IT-Beratungsunternehmen Cirquent mit seiner langjährigen Erfahrung als Softwareentwickler in der Automobilbranche. In seiner neuen Position zeichnet Schodl für die Leitung des BMW Austria Application Management Teams verantwortlich.



MARCUS IDINGER, 36

seit 2007 im Businessbereich von UPC tätig, wurde zum Director B2B Sales East berufen und ist somit für den Vertrieb in Wien, NÖ und dem Bgld. verantwortlich. Seine berufliche Laufbahn startete Idinger nach Abschluss der HTBLA für Nachrichtentechnik in Wien bei Alcatel Austria.