

## Österreichs beste Marken

**RNG und IAA präsentieren das Marken-Rating 2001**

Zum zweiten Mal vergibt die RNG Management in Kooperation mit der International Advertising Association (IAA) die „Brand Management Awards“. Ermittelt werden diese für effizientes Markenmanagement vergebenen Auszeichnungen mit der Erstellung des Marken-Management-Ratings, im Zuge dessen „ein Kriterienkatalog erarbeitet wurde, der die wesentlichsten Indikatoren einer ganzheitlichen und wertorientierten Markenführung abbildet“, wie es seitens der Management-Consulting von RNG heißt. Für die IAA stellt die Kooperation mit RNG eine Ergänzung zum bisherigen Engagement für die Effizienz von Markenführung und zu bestehenden Auszeichnungen (Effie) dar. Werden bei der Effie-Verleihung die effizientesten Kampagnen gewürdigt, so geht es bei den Brand Management Awards um das „gesamte Marken-Management aus einem integrierten Blickwinkel“, so die

Veranstalter. Der Kriterienkatalog besteht aus den vier Teilkategorien: „Markenführung/Strategie“, „Markenkommunikation“, „Die Marke aus Sicht der Kunden“ und „Die Ergebnisse der Marke am Markt“. Aus insgesamt 151 ausgewählten österreichischen Marken sind 50 ins

Finale aufgestiegen (siehe Kasten), die man von einer Expertenjury bewertet wurden. Die Ergebnisse und die Preisträger des Brand Management Awards werden am 9. Mai im Zuge einer exklusiven Abendveranstaltung am 9. Mai, am Vorabend des ebenfalls von der RNG veranstalteten – Marken-Management-Tages 2001, bekannt gegeben. Erstmals erhalten heuer die Unternehmen und die ausführenden Agenturen die gleichen Awards. Mehr Informationen unter [www.rng.at](http://www.rng.at)

Gerhard Hrebicek, RNG Management, vergibt heuer den zweiten Brand Management Award.



Gerhard Hrebicek, RNG Management, vergibt heuer den zweiten Brand Management Award.

### Die Finalisten im Marken-Rating 2001

Kategorie	Finalisten
Konsumgüter Getränke	Almdudler, Gläser, Rauch, Red Bull, Römerquelle, Silegi
Konsumgüter Food	Darbo, Kelly's, Manner, Mautner-Markhof, Schäringer, Wiener Zucker
Gebrauchsgüter	Abano, Berndorf, KTM, Palmox, Swarovski, Wolford
Handel	Billa, Intersport, Kika/Leiner, Libro, Lutz, Spar
Telekom/IT	A1, Jet2Web, Kapich, max mobil, One, Siemens
Medien	Antenne, Krono, Kurier, News, Ö3, ORF (TV)
Finanzdienstleister	Bank Austria, Creditanstalt, Easy Bank, Erste Bank, Raiffeisen, Unica, W. Südbische
Dienstleister	AMA, Casinos Austria, Do&Co, Lotterien, ÖBB, Österreich Werbung, ÖMV

Quelle: RNG Management

## Fliegender Werbeträger

**Historisches Flugzeug wird als Werbeträger vermietet**

Der Pischof Autoplan war einer der innovativsten Flugapparate der frühen Luftfahrt. Gebaut wurde er in den Jahren 1909/10 vom österreichischen Luftpionier Ing. Alfred Ritter von Pischof. Jetzt wird er von Walter Krobath, Geschäftsführer der Klagenfurter Werbefilmproduktion United Films, als flugfähiges Replikat nachgebaut. Das Spannende daran für Unternehmen: Um die geschätzten Kosten von 1,2 Millionen Schilling zu refinanzieren, wird der originalgetreue Nachbau für Werbezwecke zur Verfügung gestellt.



Das von Ing. Alfred Ritter von Pischof in den Jahren 1909/10 gebaute Flugzeug „Autoplan“ war eines der innovativsten seiner Zeit.

Krobath: „Wir werden das Flugzeug für Mess- und Events und Flugveranstaltungen vermieten und auch Flüge für Manager möglich machen.“ „Aus Ehrfurcht vor der Geschichte“ des Flugzeugs, das „damals das genialste seiner Zeit war“, wird Werbung am Objekt nur sehr eingeschränkt, nämlich links und rechts am Rumpf, möglich sein. Bis zum Sommer will Krobath das Flugzeug so weit fertig stellen, dass es zwar noch nicht flugfähig, aber mietbar ist. Spätestens im Frühjahr 2002 soll der Pischof Autoplan in die Lüfte abheben. Die Kosten für Werbe- oder Eventzwecke sind noch nicht fixiert. Die Miete wird sich voraussichtlich pro Tag auf 50.000 Schilling belaufen. Wer eine besondere Liebe zu dem antiken Flugzeug verspürt, kann eine Patenschaft übernehmen (zwischen 1.000 und 10.000 Schilling). Für die Einweihung des Flugzeugs hat Krobath den Helikopterplatz in Wien im Auge. Details unter [www.aviationpower.com](http://www.aviationpower.com).



United-Films-Geschäftsführer Walter Krobath baut den Autoplan originalgetreu nach und stellt ihn für Werbezwecke zur Verfügung.

United-Films-Geschäftsführer Walter Krobath baut den Autoplan originalgetreu nach und stellt ihn für Werbezwecke zur Verfügung.

## Es muss nicht jeder ins Web

**Dritter Teil der Initiative E-Commerce: Wie ‚E‘ sind Gewerbe, Handel und Industrie**

„Es liegt in der Natur des Kapitalismus, dass es periodisch zu Ausbrüchen des ‚Wahnsinns‘ kommt!“ Dieser Satz stammt von John Kenneth Galbraith. Johann Maisel, Geschäftsführer von EC3 Wien und Auftaktsprecher zum dritten Initiative E-Commerce Tag, [www.e-comm.at](http://www.e-comm.at), zitierte Galbraith, um dem New-Economy-Crash etwas von Zufälligen zu nehmen. Im World Trade Center in Wien-Schwechat trafen vergangenes Donnerstag Vertreter aus Gewerbe, Handel und Industrie zusammen, um gemeinsam über die online-getriebene Wertschöpfung nachzudenken und um die eigene E-Strategie einer grundlegenden Überarbeitung zu unterziehen. Maisel sprach aus, was noch während der vorjährigen Initiative-Serie undenkbar gewesen wäre: „Nicht jeder muss ins Web! Was soll, etwa der Friseur aus Pimperbrunn im Web?“ Die Erfolgsfaktoren für alle jene, die schon drinnen sind, sind laut Maisel „qualitativer Content und Services, die Logistik sowie Kooperationen und aktives Networking“. Und die Schlüsselfrage ist jetzt und in Zukunft: Welche User sind bei mir? und wie bediene ich sie? Maisels Kundensicht bestätigt SAP-Vertreter



Martin Kerschl, SAP, Christian Czank, Veranstalter der Initiative E-Commerce, und Wolfgang Fesching, Der Standard-Moderator, denken über die Zukunft von E-Commerce nach.

Martin Kerschl mit der Feststellung, dass es nötig ist zu wissen, welche Kunden wo sind. Tyrolit implementierte ein CRM-System von SAP und erzielte über die damit verbundene



Johann Maisel, Geschäftsführer EC3: „Was soll der Friseur aus Pimperbrunn im Web?“

Prozessoptimierung mehr Service. Tyrolit-Sprecher Markus Fieber: „Die Differenzierung über Preis und Qualität wird schwieriger. Unterscheidbarkeiten sind nur mehr über den Kundenservice machbar.“ Markus Olsacher von KPMG Consulting erkennt in globalen, virtuellen B2B-Einkaufsplattformen einen Zukunftstrend. Der Handel von Rohpro-

dukten, Büroartikel etc., auf horizontalen und vertikalen Beschaffungsmärkten wird zu einer optimierten Logistik führen und weitere Effizienzsteigerungen ermöglichen, ist Olsacher überzeugt. Er erwartet sich eine stärkere Vernetzung von Marktplätzen und die Orte, wo etwas passiert werden Auktionsplattformen sowie Reverse-Auction-Plätze sein. Flaut Austria-Vertreter Mark Macqueen kann im E-Procurement jenen Teil der Online-Wertschöpfungskette erkennen, der sowohl für kleine als auch für große Unternehmen geeignet ist. Olsacher und Macqueen sind sich einig, dass B2B die „Online-Geldmaschine“ ist und bleibt. Macqueen: „Es läuft viel Geld darüber, und es wird viel eingespart.“ Doch auch im B2B gibt es Customer Relations, die gemanagt werden müssen und wo es zu Wechsels der Plattformen kommen kann. Thomas Kropik von Hewlett Packard Austria führt als häufigste Gründe für Anbieterwechsel „45 Prozent schlechtes Service und 23 Prozent fehlende persönliche Aufmerksamkeit“ an. Er plädiert für „Services, Services, Services!“ Kropik versichert außerdem glaubhaft, dass „die ganze Wertschöpfungskette in E-Business-Services umgewandelt werden kann“.

## Die Pyramide als neue Eventlocation

**Das neue Event & Congress Center in der Vösendorfer Pyramide wurde eröffnet.**

Im Rahmen einer beeindruckenden Inszenierung des Büro wien – dargestellt wurden in Form kurzer Zitate die einzelnen Elemente eines erfolgreichen Events wie Light, Sound, Stage, Engineering oder Performances à la Walking Acts – wurde letzte Woche vor rund 1.500 geladenen Gästen das neue Event & Congress Center in der Pyramide eröffnet. Nach knapp einjähriger Bauzeit und einem Investitionsvolumen von rund 150 Millionen



Der Organisator des Eröffnungsevents – das Büro wien – inszenierte in Form kurzer Ansätze die notwendigen Elemente eines erfolgreichen Events.

Schilling hat die SCS Holding AG von Hans Dujak eine für die öster-



5.000 Quadratmeter stehen unter der Pyramidenkuppel für Events „der anderen Art“ zur Verfügung.

reichische Messe-, Kongress- und Eventlandschaft einzigartige Kombination an die Stelle des ehemaligen City Club gestellt. Unter dem Motto „All in one for your success“ stehen nunmehr eine Event- und Ausstellungshalle mit einer Fläche von 5.000 Quadratmetern und einem Fassungsvermögen von bis zu 4.000 Gästen und ein Konferenzzentrum mit einer Kapazität von bis zu 2.000 Personen zur Verfügung.

### Die ersten Auftraggeber

Die verkehrsgünstige Lage und das angeschlussene Hotel der gehobenen 4-Sterne-Kategorie ergänzen das Angebot. Fir gebucht sind bereits eine Siemens-Gala und die Verleihung des Direct-Marketing-Preises 2000 am 26. April sowie eine Tagung der Bundesvereinigung Logistik mit 400 Teilnehmern und die Festveranstaltung zum zehnjährigen Jubiläum des Europäischen Handballbundes im Herbst. Das Event & Congress Center in der Pyramide steht im Eigentum der SCS Holding AG und wird gemeinsam von der Hoteldirektorin Susanne Kraus-Kraus.

## Zwei Neue bei McDonald's

**Cieslar und Ullrich-Purtscher folgen Helmut Hager nach**

Die Nachfolge vom ehemaligen McDonald's-PR- und Marketingverantwortlichen Helmut Hager ist geklärt. Hager ist als Marketingleiter zur Erste Bank gewechselt. Seine ehemalige Funktion bei McDonald's wurde geteilt. Mag. Andreas Cieslar ist neuer Marketing Director bei McDonald's Österreich, Carola Ullrich-Purtscher ist neue PR-Verantwortliche. Cieslar (38) studierte

Sportwissenschaften und Sportmanagement in Wien. Seine berufliche Karriere begann er 1987 bei den Österreichischen Lotterien, denen er 13 Jahre lang treu blieb. Seit 1998 war er dort als Abteilungsleiter für Wettspiele tätig. Als Marketing Director von McDonald's Österreich ist er gleichzeitig Mitglied des Managing Boards. Ullrich-Purtscher (35) absolvierte den Hochschullehrgang für Öffentlichkeitsarbeit und war unter anderem ab Herbst 1993 Pressesprecherin des Wirtschaftsministeriums. 2000 stieg sie als Senior Consultant bei der PR-Agentur Publico ein, von wo sie zu McDonald's wechselte. Neben den PR-Agenden ist sie bei McDonald's auch für die Ronald McDonald Children's Charities und diverse Sponsoring-Aktivitäten des Unternehmens zuständig.



Andreas Cieslar, neuer McDonald's-Marketing Director für Österreich. Carola Ullrich-Purtscher ist neue PR-Verantwortliche.