

Expertenforum und Workshop in Hamburg

Um „Innovationsmanagement für Verlage“ geht es in einem Expertenforum und Workshop am 25. und 26. Oktober in Hamburg. Auf der Suche nach neuen Erlösquellen stehen Medienunternehmen vor der großen Herausforderung, sich nach innen und außen zu öffnen, um eine Optimierung bestehender und Entwicklung neuer Produkte zu gewährleisten. Damit dies ein Erfolg wird,

ist allerdings ein tief greifender Kulturwandel nötig. Im Rahmen der Akademie-Veranstaltung in Hamburg präsentiert u.a. Laura Ramos, Vice President, Innovation & Design bei Gannett (USA), „Gannett's Roadmap to Innovation“. Gannett gehört zu den größten Zeitungsverlagen in den USA, mit zahlreichen Zeitungstiteln (wie „USA Today“), Fernsehsendern und über 30.000 Mitarbeitern. Heuer wurde „USA Today“ mit dem Webby Award für ihre iPad App ausgezeichnet. Näheres: www.voez.at

Frauen suchen nach neuen Infoquellen

Die Kontrolle der Frauen über Kaufentscheidungen sowie ihre Fortschritte im Berufsleben und der Politik weisen darauf hin, dass die Frauen von Morgen mehr Einfluss haben werden als je zuvor. Nielsen hat im Sommer eine Studie veröffentlicht, in der die Kauf- und Mediengewohnheiten von Frauen über alle Kontinente hinweg ermittelt wurden. Laut der Studie, die in 21 Ländern durch-

geführt wurde, sind Frauen auf der ganzen Welt gestresst. Die Nielsen-Studie „Women of Tomorrow“ ist eine der umfangreichsten Untersuchungen hinsichtlich des Mediennutzungs- und Kaufverhaltens von Frauen.

Fast 80 Prozent aller Frauen in entwickelten Märkten sind der Meinung, dass sich die Rolle von Frauen verändern wird, wobei 90 Prozent davon an eine positive Veränderung glauben. Susan Whiting, stellvertretende Vorsitzende von Nielsen: „In den Wachstumsländern ist der Abstand zwischen Fernse-

hen und allen anderen Medien signifikant, während in den entwickelten Ländern andere Medienkanäle an Bedeutung gewinnen - eine kritische Marketingüberlegung bei der Abstimmung der strategischen Medienplanung.“

Nielsen berichtet auch, dass Frauen monatlich 28 Prozent öfter telefonieren und 14 Prozent mehr SMS schreiben als Männer.

Das Whitepaper zur Nielsen-Studie „Women of Tomorrow“ kann von Journalisten kostenlos bei Silke Trost (silke.trost@nielsen.com) angefordert werden.

ÖPAV: Heimische Lobbyisten haben einen neuen Verband



Vereinspräsident Feri Thierry sorgt für Kommunikation; Foto: ÖPAV

Österreichs Lobbyisten vereinigen sich und haben zu diesem Zweck im September den Österreichischen Public Affairs-Verband (ÖPAV) gegründet. „Grauener Anlass“ für diese „gute Maßnahme“ waren die Ursachen Hochegger, Strasser und Mensdorff-Pouilly, durch die die Branche in den vergangenen Monaten verstärkt in Verruf geraten ist, so Vereinspräsident Feri Thierry. Mit dem Verband will man nicht nur Aufklärungsarbeit über die Public Affairs-Branche leisten, sondern auch zur Professionalisierung und Qualifizierung derselben beitragen und erster Ansprechpartner für Wirtschaft, Politik und Gesellschaft sein. In Österreich gibt es rund 1.000 Personen, die beruflich Lobbying betreiben, schätzt Thierry. Ganz im Gegensatz zu jenen Personen, die nun in den Mittelpunkt der medialen Kritik geraten sind, seien Lobbyisten aber keine „Dealmaker“, sondern sehen sich als Wissens-, Informations- und Argumentationsvermittler. Um sich von jenen „Dealmakern“ zu unterscheiden, sei es für Lobbyisten tabu, erfolgsabhängige Bezahlungen zu vereinbaren, erklärt Ronald Pichler, stellvertretender Präsident des ÖPAV. Dieser Grundsatz ist auch im Verhaltenscodex geregelt, den sich der ÖPAV selbst gegeben hat.

Wien – der Duft der Stadt.

Spritzig, belebend, spontan. Inspiriert von der Vielfalt.



www.wien-event.at

stadt wien marketing gmbh im Auftrag der Stadt Wien