

„Promotions
keiner wirbt“ fol-
Mitarbeiter des
ng-Unternehmens
nde hoch.

Projektionsfahr-
assaden, Wände
n mit Projektionen

rafiken oder Vi-
leistungsstarke
jede Botschaft
ycatcher, meint
nnen die Stand-

Stadt bild prägen. Dem tragen
wir schon heute Rechnung. Und
mit mobilen Projektionen gelingt
es uns immer aufs Neue, unse-
re Zielgruppe angenehm zu über-
raschen.“

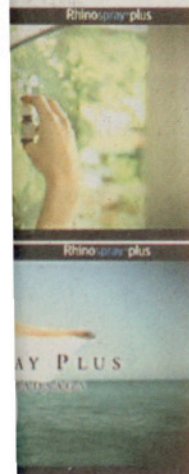
Oberste Maxime des Teams

Michel van Stralen, geschäfts-
führende Gesellschafter von Pro-
motional, verweist auf die
oberste Maxime seines Teams:
Gute Planung, Transparenz und



Mit Schablonen und Wasser werden
Botschaften auf die Straße gebracht.

ay-Film on air
Nose“



Gnofilm-Trailers.

Nach den ersten
rdings fest, dass
t und sich nebst
h der werbliche
reut sich Stepan.

heim **Agentur DDG**
on GmbH **Producer**
e Manuel W. Stepan
Motion Pictures/Ös-
nd./Spanien **Musik**

buzzattack ambuzzador vernetzt Freizeit- und Hobbyköche Buzz-Marketing sichtbar gemacht

Wien. Im Rahmen ihrer letzten
Buzz-Expertenrunde buzzattack
verteilte die Agentur ambuzzador
Kochlöffel.

Unter dem Motto „mitten ins
herz“ hatten alle buzzattack-
Teilnehmer die Möglichkeit, ihre
Kochkünste zu verfeinern – das
Networking sei dabei nicht zu kurz
gekommen, so Sabine Hoffmann,
Geschäftsführerin der Agentur,
die den Erfolg dieses Formats auf

die Auswahl der Buzz-Marketing-
Themen sowie den Mix an Teilneh-
mern zurückführt.

„Mit der buzzattack gelingt es
uns, Buzz-Marketing in Österreich
weiter zu etablieren, indem wir die
Buzz-Marketing-Protagonisten und
deren Erfolge sichtbar machen“, so
Hoffmann. „Ganz nebenbei vernet-
zen wir Marketing-Experten unter-
schiedlichster Branchen – und das
kommt gut an, wie man sieht.“



Die Teilnehmer der letzten buzzattack betrieben Networking am Herd.

© ambuzzador marketing