

**Boomerang/Promotions** Abseits ausgetretener Pfade ist die Agentur permanent auf der Suche nach kreativen und effizienten Werbeideen

# Die Werbung zum Anfassen

Real Live Marketing als Königsweg zum Dialog mit der Zielgruppe.

**Wien.** „'Ambient Media' bedeutet längst viel mehr als die Gratispostkarte im Beisl ums Eck – sie etabliert sich zunehmend im Kommunikationsmix, weil sie sich in nahezu allen Lebensumfeldern der Zielgruppe befinden“, erklärt boomerang-Geschäftsführer Michel Van Stralen das Prinzip Ambient.

Mit boomerang und der Outdoor-Unit Promotions wird dem Kunden daher ein denkbar umfangreiches Portfolio von rund 25 Ambient-Media-Formen geboten: Mobile Außenwerbung, Guerilla-, Promotion- & Samplingaktionen oder Events – Real Live Marketing lautet das Stichwort. Soll heißen: Werbung zum Anfassen, die zum Mitmachen animiert, ungewöhnlich auftritt und wirkt. Aktuelles Beispiel ist etwa eine Ampelpromo für den City Airport Train, wo Gutscheine und Fruchtgummis an die Autofahrer verteilt wurden. Zu den neuesten Kreativcoups von bo-

merang zählt auch die exklusive Kooperation mit dem Friseurdienstleister Klipp, der österreichweit über 175 Studios betreibt und damit mehr als eine Mio. Kontakte jährlich bietet.

Die Effizienz von Ambient Media wird durch die aktuelle Trendbarometerstudie des VAMÖ belegt: Über 80% halten diese Werbeform für die jüngere Zielgruppe (bis unter 25 Jahre) für besonders geeignet. Und das Potenzial von Ambient Media ist hierzulande immer noch extrem ausbaufähig: Wie die Studie zeigte, ist diese Werbeform in Österreich erst rund 70% der Befragten ein Begriff und damit

weniger bekannt als bei den deutschen Nachbarn, wo rund 88% wissen, was Ambient-Media bedeutet (Quelle: Fachverband Ambient Media).

## Wachstumspotenzial enorm

Hinter Onlinemarketing wird Ambient Media außerdem das zweitgrößte Wachstumspotenzial in Sachen Werbespendings bescheinigt: „Der USP unserer Produkte liegt auf der Hand: Sie generieren eine hohe Aufmerksamkeit, befinden sich in exklusiven, werberarmen Umfeldern und haben extrem wenig Streuverluste“, so Van Stralen.



Boomerang-Geschäftsführer Michel Van Stralen: „Ambient Media hat sich zu einem starken und treffsicheren Mittel etabliert, das fast ohne Streuverlust funktioniert.“

## ambuzzador „buzzattack“ Netz-Werken

**Wien.** Word of Mouth und Social Media Marketing, Markenbotschafterprogramme, Tryvertising oder Trendscout-Programme – das ambuzzador-Team rund um Geschäftsführerin Sabine Hoffmann will Marken zu Social Brands entwickeln und bietet ein dementsprechend vielfältiges Angebot. „Grundvoraussetzung ist der gekonnte Einsatz digitaler Kommunikation im Kommunikationsmix; Stichwort Öffnung: Erfolgreiche Social Brands hören den Konsumenten dort zu, wo sie ihre Markenerlebnisse teilen, bieten Plattformen zur Mitgestaltung an und binden Meinungsführer in die Kommunikation mit ein, um die Digitale Reputation einer Marke, das heißt, alle Spuren im Netz zu gestalten und zu steuern“, so Hoffmann.

### Premiere in Wien

Jüngste Initiative von ambuzzador ist die im Herbst stattfindende Buzz Marketing-Konferenz „buzzattack“, die am 19. Oktober in Wien über die Bühne gehen wird. Als die erste ihrer Art österreichweit wird sie unter dem Motto „Digitale Reputation – die neue Währung in der Markenführung“ stehen. Am Podium finden sich zahlreiche internationale und nationale Speakers, die zu den Themen Digitale Reputation und Digital Campaigning Einblicke und Ausblicke bieten werden.

Details und Tickets unter [www.ambuzzador/buzzattack](http://www.ambuzzador/buzzattack)



„Authentizität“ – das A und O für ambuzzador-GF Sabine Hoffmann und Team.

**Raiffeisen Meine Bank**

**STUDENT PLANNER 2010/2011**

**Jetzt für Studierende kostenlos in allen Raiffeisenbanken in Wien und NÖ abzuholen!**

**288 Seiten dick; jede Menge nützliche Infos und Gutscheine von Humanic, McShark, Cineplexx, Telekom Austria u.v.m.**

**MTV MUSIC TELEVISION**