

Initiative Am 8. März präsentierte der DMVÖ eine neue Initiative als ersten Schritt in Richtung Ausbildungssoffensive

Marketing Natives: DMVÖ mit „frischem Blut“

Wien. Am 8. März präsentierte der DMVÖ seine neue Plattform für den heimischen Werbenachwuchs: Die sogenannten Marketing Natives, initiiert und auch angeführt von Benjamin Ruschin (Corporate Development Manager Yassu), verfolgen genau drei Ziele: Die Wissensvermittlung im Rahmen von Events, ein Qualifikationsnachweis in Form des DMVÖ Marketing-Zertifikats und Berufseinstiegs- bzw. Karriere-Chancen durch Networking mit potenziellen Arbeitgebern.

Völlig neues Verständnis

„Neben dem klassischen Dialogmarketing und der ersten Phase des Onlinemarketings erleben wir aktuell eine Serie zukunftsweisender Innovationen, welche die Marktkommunikation fundamental verändern: Buzz Marketing, Mobile Marketing, Social Media Marketing oder Suchmaschinenmarketing beispielsweise erfordern ein völlig neues Verständnis des integrierten Marketings – hier setzen wir an“, erläutert Ruschin. Mit der Initia-



DMVÖ-Präsident Anton Jenzer, Marketing Natives-Head Benjamin Ruschin und DMVÖ-Vizepräsident Michael Straberger stellen neue Initiative der Öffentlichkeit vor.

tive möchte er zudem die beiden Welten Off- und Online zusammenführen. „Den Digital Natives fehlt oft das Marketing-Know-how; diese Lücke wollen wir schließen.“

DMVÖ-Präsident Anton Jenzer kündigt eine umfassende Ausbildungssoffensive des Verbands für 2011 an – der Launch der Marketing Natives sei der erste Schritt in diese Richtung. Auch mit der WU Wien gebe es bereits erste Newcomer der Einstieg in die Mar-

ketingbranche immer schwieriger wird.“ Für 2011 stehen noch sechs Events auf dem Programm: „Buzz Marketing“ (Mai), „Start-up/Social Media Marketing“ (Juni), „Location-based-Marketing“ (September), „Mobile Marketing“ (Oktober) und „Suchmaschinenmarketing“ (November). Die Teilnahme soll insgesamt 25 € kosten und inkludiert zudem eine Junior-Mitgliedschaft beim DMVÖ.

Erste Zertifikate in 2012

Nach einem Multiple Choice-Test werden im Jänner 2012 die ersten Zertifikate vergeben. Ruchin rechnet mit etwa 200 Teilnehmern, aktuell seien es bereits 50. Neben ihm besteht das Marketing Natives-Team derzeit aus Dominik Stürz (Draftfcb Partners), Marisa Langer (brandnews), Pierre Greber (Yassu), Stefan Schäffer (vi knall-grau), Michael Sekera (Lürzer's Archive), Mark Kramer (Yassu) und André Huber (Freelancer). Die Sponsoren: ambuzzador, Google Austria und Monster Worldwide Austria.

www.marketingnatives.at