

Der erste Event der Marketing Natives powered by DMVÖ bot Best Practice und Future-Trends zum Thema Word-of-Mouth-Marketing

# Buzz für die Jungen

Seit fünf Monaten gibt es die Marketing Natives, die Nachfolgeorganisation des DMVÖ Unplugged, des ehemaligen Netzwerks für den Nachwuchs des Dialog Marketing Verbandes (DMVÖ). Vergangene Woche ging der erste Event der Marketing Natives, die sich vor allem als Aus- und Fortbildungsplattform verstehen, in der WKO Wien über die Bühne. Das Thema: Buzz-Marketing. Ambuzzador-CEO Sabine Hoffmann, Dieter Rappold, Geschäftsführer von vi knallgrau, und der bis zum Schluss geheimgehaltene Ehrengast, Gabe McIntyre, Creative Director von Indie Amsterdam, eröffneten dem interessierten Nachwuchs Einblicke in die

Welt des Word-of-Mouth-Marketing. Und das Interesse war groß: Über 270 Marketer von morgen hatten sich eingefunden, um den Ausführungen der Branchengrößen zu lauschen.

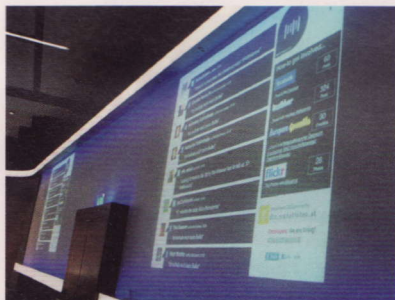
Hoffmann gab eine Einführung ins Thema und brachte die Definition von Buzz-Marketing auf den Punkt: „Partizipatives Marketing mit maximaler Authentizität – und dies nicht nur online.“ Ihre These: Grundrauschen über die Klassik, Authentizität über den Buzz. Rappold war als Experte für Social-Media-Marketing geladen und warnte als solcher vor der Annahme, Social Media seien einfach umzusetzen und kostengünstig. Auch in diesem Bereich gehe es

um Strategie und langfristig geplante Verhaltensweisen eines Unternehmens. Die Zukunft liege aber vor allem in der Schulung von Personal, also bei der jungen Generation. Und da war er bei den Marketing Natives ja an der richtigen Stelle. Zum Abschluss des Abends unterhielt McIntyre das Publikum mit Best-Practice-Beispielen, die den Schlüssel zum kommerziellen Erfolg und dem Überspringen der 20-Prozent-Marke der Early Adopters darlegten. Marketing-Natives-Schirmherr und DMVÖ-Vorstandsmitglied Michael Straberger zeigte sich vom ersten Event der Natives jedenfalls begeistert: „Genau so etwas hat in Wien noch gefehlt!“ *lm*



Ben Ruschin (Head der Marketing Natives, 2. v. r.) konnte Dieter Rappold (vi knallgrau), Sabine Hoffmann (Ambuzzador) und Gabe McIntyre (Indie Amsterdam) als Vortragende am Podium begrüßen.

© Marketing Natives (alle)



Flickr, Facebook, Twitter & Co.: Die Social Media Wall generierte über 250 Tweets, mehr als 80 Facebook-Posts und 30 Flickr-Bilder.



Das Interesse war groß, der Vortragssaal in der WKO Wien rappellvoll: Über 270 Marketer von morgen interessierten sich für das Thema „Buzz“.



Mit Social Media verbunden – Real-LifeConnect.com realisierte die RFID-Karten-Aktion vor Ort: Hier die Check-in-Box im Eingangsbereich.



**Sabine Hoffmann:** „Buzz-Marketing ist keine Konkurrenz zu klassischem Marketing, sondern eine Ergänzung.“

---



„Die Netzwerkkompetenz steigt mit der Fähigkeit zum Querdenken und zur Empathie“, erklärte Rappold. Marketing Natives seien im Vorteil.

---



McIntyre stellte gewinnbringende Kampagnen wie jene von Ben & Jerry's NL vor: 500.000 Euro an Werbespendings, über vier Millionen Werbewert.

---



Gönnten sich nach der gelungenen Veranstaltung ein kühles Bierchen: Dieter Rappold, Ben Ruschin, Sabine Hoffmann, Gabe McIntyre und Michael Straberger (DMVÖ-Vorstandsmitglied).