

Home Cinema in Perfektion Jetzt bei ForVideo



FOR VIDEO
www.forvideo.at

Porzellangasse 4
1090 Wien
tel 01-3106566
info@forvideo.at

RADATZ GRILLT ZUM FOOTBALL-SCHLAGER



1. Darko Galic, Elisabeth Radatz-Fiebinger, Elisabeth Radatz, Franz Radatz; 2. Susanne Wojnar (Wojnar's), Elisabeth Radatz-Fiebinger; 3. Klaus Pollhammer (Merkur), Corinna Tinkler (Rewe), Thomas Zedrosser (Radatz); 4. Michaela Klein (Almdudler), Barbara van Melle (Slow Food Wien).

Elisabeth Radatz trat zum Ankick für ein dramatisches Football-Match.



Radatz startet Grillsaison auf Football-Match
Kick, Thrill & Grill

Zum Auftakt der Grillsaison lud Radatz am Muttertag auf die Hohe Warte zum Football-Match. Den Ehren-Kick-off besorgte Elisabeth Radatz. Sie gab damit den Startschuss für ein dramatisches Spiel der Vienna Vikings gegen die Danube Dragons, die letztlich knapp 27:24 gewannen. Familie Radatz und ihre Gäste, u.a. **Klaus Pollhammer** (Vorstand Merkur), **Michaela Klein** (Almdudler), **Susanne Wojnar** (Wojnar's Wiener Leckerbissen), **Barbara van Melle** (Slow food Wien), **Corinna Tinkler** (Pressesprecherin Rewe International), **Christian Pöhl** (Pöhl am Naschmarkt), **Helmut Unger** (Weinhandlung Unger&Klein) sowie Regisseur **Oliver Hirschbiegel** verkosteten in der Executive Lounge die Grillspezialitäten aus dem Hause Radatz; die Naturtribüne mit Blick über Wien lieferte dazu die perfekte Kulisse. (cr)

GENUSS GUIDE 2009



1. Reinhard Deiring (Casino Wien), Margareta Reichsthaler, Barbara Klaczak (beide: Genuss Regionen Marketing), Oliver Kitz (Casinos Austria); 2. Barbara Klaczak, Niki Berlakovic; 3. Willy Lehmann, Niki Berlakovic, Fritz Stifsohn.

444 Seiten Genuss aus allen Regionen Österreichs

Genuss verbindet

Bereits zum sechsten Mal präsentierten die beiden Herausgeber **Willy Lehmann** und **Fritz Stifsohn** gemeinsam mit Bundesminister **Niki Berlakovich** und GenussRegionen Marketing Geschäftsführerin **Barbara Klaczak** den Genuss Guide – Österreichs beste Geschäfte für Genuss- und Lebensmittel. Und erstmals finden sich unter www.genuss-guide.net die im Guide 2009 gelisteten Geschäfte. Als Genussmenschen zeigten sich bei der Präsentation unter anderem Pago-Marketing-Chefin **Renate Pölderl**, WKO-Handelsobmann **Erich Lemler**, Steirerwurzen Eigentümer **Klaus Buchgraber** und die ORF-Promis **Hadschi Bankhofer** und **Peter Tichatschek**. (jm)

medianet fotogalerie

JETZT NEU auf medianet.at:

- Staatspreis Marketing
- Goldener Hahn Nominee
- Happy & Ness
- create.at Fest
- Vienna Tech Gate

KARRIERE



Carl-Albrecht Benker (47) wird ab August 2009 neuer Geschäftsführer der Tirol Milch. Benker begann

seine Laufbahn im Vertrieb der Molkerei A. Müller GmbH & Co. Dann wechselte er als Produktmanager ins Marketing, betreute bestehende und entwickelte neue Marken. 1992 führte Benker die Molkerei Chemnitz, die Käsemeister GmbH und später zusätzlich das operative Geschäft der Sachsenmilch AG, Dresden. Derzeit ist Benker über seine CAB Consulting für verschiedene Unternehmen der Lebensmittelindustrie tätig.

PRODUKT DES TAGES



Tempo gibt es nunmehr auch als Toilettenpapier. Nach 80 Jahren Papiertaschentuch können sich die Konsumenten jetzt auch bei Toilettenpapier auf die besonders starke und weiche Premium-Qualität von Tempo freuen. Tempo Toilettenpapier ist in zwei Produktvarianten erhältlich: als 3-lagiges Tempo „weich & sicher“ und als 4-lagiges Tempo plus „extra sanft & extra stark“. Durch die Kombination aus Stärke und Weichheit schmeichelt es der Haut und sorgt für ein einzigartiges Wohlgefühl. Die edle Prägung mit dem Tempo Logo und einem zarten Blatt-Dekor macht Tempo Toilettenpapier auch optisch zu einem Highlight und unterstreicht die Premium-Qualität. Erhältlich ist dieses bekannte, neue Toilettenpapier überall im Handel, wo es Drogerieartikel gibt. Weitere Infos unter www.sca.com

DIE FINSTERE BRILLE



Schall oder Rauch?

CHRISTIAN NOVACEK

Wenn man nichts zu sagen hat, soll man schweigen, lautet eine alte Philosophenweisheit. Die ist natürlich vom modernen Marketing längstens überholt. Wer nichts sagt, wird überhört und Lautstärke geht vor Inhalt, würde in etwa die zeitgemäße Adaption in der Informationsgesellschaft lauten. Kommt dann noch eine Portion Krise hinzu wirds dynamisch. Sagen, dass es dem Unternehmen schlecht geht ist ein absolutes No-Go. Sagen, es ist alles gut, obwohl es das nicht ist, macht auf Dauer unglaubwürdig. Was tun? Das neue Wundermittel in puncto doch was sagen, das nicht nichts ist, aber als etwas trotzdem unverfänglich bleibt: Einfach ein Nebenthema auf Schiene setzen. Und das dann ordentlich präsentieren, mit allem Brimborium, am besten inklusive Studie eines renommierten Markforschungsinstitutes. Und so kommt es, dass ich mittlerweile weiß, dass die Österreicher im europäischen Schnitt unterdurchschnittlich glücklich sind. Weiters weiß ich, worüber wie lange und warum die Österreicher beim Kaffeekränzchen plaudern. Und über ungesättigte Fettsäuren sollte ich was wissen, das ich aber vergessen hab. Auch vergessen hab ich, welche Studie zu welchem Unternehmen gehört hat. c.novacek@medianet.at

DIE ZAHL MIT DEM AHA-EFFEKT zum Weitererzählen

3

Verkehrte Welt Nicht der Hai ist gefährlich, sondern der Mensch – alle drei Sekunden stirbt ein Hai durch einen Menschen.