

ad.view

www.werbungsalzburg.at
 blog.werbungsalzburg.at
 www.facebook.com/werbungsalzburg

Ausgabe 25 | Juli 2024

SALZBURGS KREATIVBRANCHE FEIERT SOMMERLICHE ADNIGHT

ENDE JUNI TRAF SICH DIE SALZBURGER KREATIVBRANCHE WIEDER ZUR BELIEBTEN ADNIGHT IM ST. PETER STIFTSKULINARUM. DIE ZAHLREICHEN GÄSTE FEIERTEN BEI KÜHLEN DRINKS UND LOCKERER STIMMUNG BIS IN DIE NACHT.

Mehr Bilder unter
blog.werbungsalzburg.at



Alte Bekannte treffen und neue Kontakte knüpfen: Das konnten die Gäste bei lockerer Stimmung, gutem Essen, kühlen Drinks und Chilly Vibes – entsprechend dem Motto der Veranstaltung. Bei sommerlichem Wetter bot die Adnight eine ideale Gelegenheit für Inspiration und Gespräche.

Branchen-Networking und Young Talents

„Es freut mich, dass wieder viele Kolleginnen und Kollegen die Gelegenheit genutzt haben, gemeinsam einen netten Sommerabend zu verbringen – vor allem ist es schön zu sehen, dass es der Kreativszene nicht an Nachwuchs fehlt und es einen guten Austausch zwischen erfahrenen Werbern und Werberinnen und den Young Talents gibt“, so Fachgruppenobmann Clemens Jager.

Die Adnight als Top-Sommer-Event der Salzburger Kreativbranche hat erneut gezeigt, dass kreativer Austausch und Netzwerken in einer entspannten Umgebung besonders gut gelingen.



Bilder: Kolarik

Fachgruppenobmann Clemens Jager, Martina Fleischer-Kücher, Christian Salic, Petra Klinglmair und Wolfgang Reiger (Obmann der Sparte IC).



Mehr als 250 Gäste kamen zur Adnight ins St. Peter.



Tolles Ambiente und gute Stimmung beim Sommerfest



Drew Jongeward, Maximilian Tosch und Max Kickingger

EDITORIAL

Die Salzburger Kommunikationsbranche strotzt vor Kreativität und Talent. Dies wird eindrucksvoll durch die Vielzahl an Auszeichnungen unterstrichen, die Salzburgs Kreative nach Hause bringen: Ob Austria-cus, CCA Venus Award oder European Design Award – Salzburgs Köpfe sind immer ganz vorne mit dabei. Auch der kreative Nachwuchs sorgt international für großes Aufsehen.

Gemeinsam feiern, gemeinsam freuen

Der Salzburger Landespreis und die Nacht der Werbung sind lebendige Beweise für die Vielfalt und den Erfolg der Salzburger Werberinnen und Werber. Diese Erfolge feiern wir gemeinsam, ob bei der Nacht der Werbung oder der Adnight, dem Sommerfest der Kreativbranche. Hier tauschen wir uns aus, inspirieren uns gegenseitig und freuen uns füreinander.

Faire Bedingungen

Der Werbeklimaindex zeigt eine langsame, aber stetige Erholung. Gemeinsam mit der Fachgruppe und dem Fachverband setzen wir uns dafür ein, dass die gesetzlichen Rahmenbedingungen fair und förderlich für unsere Branche gestaltet werden. Überbordende Bürokratie und unnötige Beschränkungen hemmen nicht nur den Aufschwung, sondern auch die Kreativität.

Die Salzburger Werbebranche soll auch zukünftig ein Ort der Inspiration und des Erfolges bleiben.

Ihr Fachgruppen-Team



FG-Obmann Clemens Jäger und FG-Geschäftsführerin Cathérine Steinbacher

W.IN-AKADEMIE: PREISGESTALTUNG FÜR AGENTUREN

Mehr als 90 Besucher und Besucherinnen kamen zur W.IN Akademie zum Thema Pricing für Agenturen. Markus Hartmann beleuchtete in seinem Vortrag die Mängel der gängigen Praxis, kreative Dienstleistungen auf Basis von Zeitaufwandskalkulationen oder Stundensätzen abzurechnen. Im Zentrum des Vortrags stand die Frage, wie eine wert- und gewinnorientierte Preisfindung stattdessen aussehen kann. Anhand von zehn Prinzipien zeigte er, wie durch eine partnerschaftliche und wertschätzende Kommunikation mit dem Kunden deutlich höhere Preise erzielt werden können.

Durch den Einsatz solcher wertschätzenden Gesprächstechniken wird sich laut Hartmann auch die Häufigkeit von Preisverhandlungen reduzieren. Denn wer den Wert einer Zusammenarbeit klar kommuniziert, braucht keine langwierigen Preisverhandlungen mehr.

■ **Buchtipp:** Markus Hartmann: Preisfindung in Agenturen, Hartmann Verlag: 2024. ISBN 3981652118



Preisfindung ohne Stundensätze



Markus Hartmann



Der Vortrag zeigte, wie eine wert- und gewinnorientierte Preisfindung aussehen kann.

Bilder: Neumayr

DENKFRÜHSTÜCK

Am 13. März fand in Salzburg ein von der Fachgruppe Werbung und Marktkommunikation organisiertes Denkfrühstück statt. Diesmal ging es um das Thema „Storylistening“, bei dem das Zuhören als Kommunikationswerkzeug im Mittelpunkt stand. Bei einem gemütlichen Frühstück erfuhren die Zuhörer und Zuhörerinnen in einem Impulsvortrag von Ana-Laura Lemke viel über das Zuhören in der Marktkommunikation. Die Top-Referentin wurde live aus Linz übertragen. Salzburg war einer von vielen Hosts in Österreich.



Mit einem gemeinsamen Frühstück und einem Denk-Impuls in den Arbeitstag starten.

-15% FÜR APA-CAMPUS

APA-Campus ist das Weiterbildungsangebot der Austria Presse Agentur (APA). Das Angebot von APA-Campus richtet sich an PR-Fachleute aus Unternehmen und Agenturen. Eine Kooperation von APA-Campus und dem Fachverband Werbung und Marktkommunikation der WKÖ ermöglicht eine Preisreduktion von 15% für alle APA-Campus Workshops und Webinare. Mit dem Ermäßigungscode **WK0FVW2324J** wird die Preisreduktion bei der Buchung wirksam. Weitere Infos unter: www.apa-campus.at



Nutzen Sie die 15%-Ermäßigung für Ihre Fortbildung.

IMPRESSUM

Herausgeber und Verleger:
Wirtschaftskammer Salzburg, Fachgruppe Werbung
und Marktkommunikation, Julius-Raab-Platz 1,
5027 Salzburg, www.werbung-salzburg.at Redaktion:
Cathérine Steinbacher, Clemens Jäger, Druck: In-
house, 5020 Salzburg



Bild: Kolarik



Bild: Katharina Schiffl

„NACHT DER WERBUNG“: EINE FEIER DER SPITZENLEISTUNGEN

AM 22. FEBRUAR WURDEN DIE BESTEN PROJEKTE UND DIE KREATIVSTEN KÖPFE IM RAHMEN DER „NACHT DER WERBUNG“ GEEHRT UND DURFTEN IN 17 KATEGORIEN IHRE PREISE ENTGEGENNEHMEN.

Seit nunmehr 25 Jahren dient der Salzburger Landespreis als wichtige Bühne für die Anerkennung herausragender Leistungen in den Bereichen Marketing, Kommunikation und Design. Mehr als 350 Gäste feierten die Salzburger Werbebranche. Dabei bot das festliche Mozarteum in Salzburg den perfekten Rahmen, die Sieger gebührend zu feiern. Mehr als 450 Einreichungen von 81 Agenturen verdeutlichen den Erfolg und die Bedeutung des Salzburger Landespreises als einer der größten und angesehensten Kreativwettbewerbe Österreichs. Salzburg etabliert sich zunehmend als Hotspot für kreative Köpfe. Die ausgezeichneten Leistungen beim Salzburger Landespreis tragen maßgeblich zur Stärkung des Standorts bei.

Alle eingereichten Projekte sind im Kommunikationsarchiv einsehbar.



Die Sieger des Salzburger Landespreises 2024 im Überblick



Video der Veranstaltung ansehen



AUSTRIACUS: 10 AWARDS FÜR SALZBURG

Beim diesjährigen Werbepreis AUSTRIACUS Award, dem renommierten Preis des Fachverbands Werbung und Marktkommunikation in der WKÖ, konnten zehn Salzburger Agenturen insgesamt zwei goldene, fünf silberne und drei bronzene Auszeichnungen unter insgesamt 283 bundesweiten Einreichungen mit nach Hause nehmen.

WERBERAT – BESCHWERDEBILANZ 2023

Wenig große „Werbe-Aufreger“ – mehr Einzelbeschwerden: Die Beschwerdebilanz des Österreichischen Werberats weist deutlich weniger Beschwerden auf. Die zu treffenden Entscheidungen blieben anhaltend hoch, fielen jedoch strenger als in den Vorjahren aus. Haupt-Beschwerdegrund ist einmal mehr „Geschlechterdiskriminierende Werbung“. Erstmals liegt Social Media als Werbemedium bei beanstandeten Werbemaßnahmen voran.

■ Hier geht's zur ÖWR-Beschwerdebilanz_2023-1



VERSICHERUNG FÜR KREATIVE

Fehlerhafte Drucksorten, versäumte Fristen, unabsichtliche Wettbewerbsverstöße, nicht beachteter Datenschutz – dagegen können Sie sich versichern lassen. Während Handwerks- oder Gewerbebetriebe bei fehlerhaften Leistungen vor allem Personen- und Sachschäden verursachen, entstehen in der Kreativbranche meist Vermögensschäden. Problematisch ist das deshalb, weil viele Werbeagenturen, Grafikstudios und andere Kreativunternehmen meist nur eine konventionelle Betriebshaftpflichtversicherung abgeschlossen haben. So ist die Deckung von Vermögensschäden oft gar nicht oder nur unzureichend berücksichtigt. Deshalb wurde nun eine passende Haftpflichtversicherung für die Kreativbranche entwickelt. Abgeschlossen werden kann die Versicherung über jeden Versicherungsmakler.

■ Mehr Informationen: <https://media.infinco.com/>



EXKURSION ZU SERVUS TV

Am 7. Mai erhielten Mitglieder der Fachgruppe Werbung & Marktkommunikation die einmalige Gelegenheit, einen exklusiven Blick hinter die Kulissen des Salzburger TV-Senders zu werfen. Neben spannenden Informationen zum Sendebetrieb durften die Werberinnen und Werber auch bei den Live-Nachrichten um 18 Uhr mit dabei sein. Mit rund 300 Mitarbeiterinnen und Mitarbeitern wird täglich rund um die Uhr linear und di-

gital für die Sender Servus TV und Red Bull TV gesendet. In den letzten Jahren hat Servus TV einen Marktanteil von fünf Prozent erreicht und ist seit 2015 fixer Bestandteil des täglichen Programms. Die moderne Studiotechnik war besonders beeindruckend: Augmented Reality, eine drehende Plattform und vier vollautomatisierte Kameras, dazu Mega-LED-Screens.



FÖRDERUNGEN: KMU DIGITAL & GREEN

Grüne Transformation schafft Synergien zwischen digitaler und nachhaltiger Innovation. Digitale und grüne Transformation (Twin Transformation) stehen auf politischen und unternehmensweiten Agenden aufgrund ihrer strategischen Relevanz ganz oben. Sich Gedanken um ein Zusammenwirken der beiden Trends zu machen, ist somit unerlässlich.



[Mehr Info hier](#)

VEREINBARKEIT VON FAMILIE UND BERUF

Die Vereinbarkeit von Familie und Beruf ist ein großes Thema für Unternehmerinnen und Unternehmer und ist in erfolgreichen Unternehmen längst gelebte Praxis. Familienfreundlichkeit hat angesichts des demographischen Wandels und des damit verbundenen Fachkräftemangels an großer Bedeutung gewonnen und ist auch betriebswirtschaftlich sinnvoll. Alle Unternehmen profitieren davon, dass ihre Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter ihre Familien und ihren Beruf bestmöglich vereinbaren können. Die Bandbreite an familienfreundlichen Maßnahmen ist groß.



[Mehr Info hier](#)

ZUVERSICHT STEIGT

Der aktuelle Werbeklimaindex liegt bei 10 Punkten. Damit zeigt sich die österreichische Werbewirtschaft in schwierigen Zeiten vorsichtig zuversichtlich. Die Beurteilung der aktuellen Geschäftslage fällt im 1. Quartal und im April 2024 besser aus als in den beiden Vorquartalen und liegt auf einem vergleichbaren Niveau wie im Sommer 2023. Dennoch ist eine unzureichende Nachfrage für 40% der Unternehmen das am häufigsten genannte Hemmnis für die Geschäftstätigkeit. Für 15% der Befragten ist der Personalmangel das wichtigste Hindernis.



[Mehr Info hier](#)



Grafik: Alice Guttler

WERBE- UND KOMMUNIKATIONSWIRTSCHAFT FORDERT ZWECKWIDMUNG DER DIGITALABGABE

Der Fachverband Werbung und weitere Branchenverbände (wie CCA, DMVÖ, VÖZ und viele mehr) schlagen in einem gemeinsamen Positionspapier eine vollständige Zweckbindung der gesamten Einnahmen aus der Digitalabgabe zur Förderung der österreichischen Medien- und Kommunikationswirtschaft vor. Ein maßgebliches medienpolitisches Ziel ist die Stärkung des heimischen Medien- und Kommunikationsstandorts im Wettbewerb mit global agierenden Tech-Unternehmen. Die Marktverzerrung am digitalen und klassischen Werbemarkt wurde durch die Anfang 2024 veröffentlichten Steuereinnahmen 2023 aus Digitalabgabe und Werbeabgabe einmal dramatisch vor Augen geführt. Das Aufkommen aus der Digitalabgabe, gespeist aus den Steuereinnahmen auf Werbung bei Google,

Facebook und Co. hat im Vorjahr mit einem Volumen von € 103,3 Mio. erstmals das aus der Werbeabgabe in Bezug auf Werbung in allen klassischen Medien mit rund € 95 Mio. übertroffen.

Die Werbeabgabe für die Kommunikationswirtschaft nutzen

Der Werbeabgabe in Höhe von 5% unterliegen die Veröffentlichung von Werbeeinschaltungen in Druckwerken (z. B. Inserate), in Hörfunk und Fernsehen (z. B. Werbespots) und die Benützung von Flächen und Räumen zur Verbreitung von Werbetreibenden (z. B. Plakate). Seit 2020 unterliegen Onlinewerbeleistungen, welche gegen Entgelt im Inland erbracht werden, der fünfprozentigen Digitalsteuer.

RICHTIG PITCHEN | RICHTIG PRÄSENTIEREN



Am 3. Oktober findet die W.IN-Akademie zu „Richtig pitchen – richtig präsentieren“ mit Thomas Wollner statt. Der Pitch ist wie die Präsentation ein Handwerk, das man bis zu einem bestimmten Grad erlernen kann. Um professionell aufzutreten, bedarf es keiner Hexerei oder übernatürlicher Kräfte. Der Mensch steht im Mittelpunkt und das mit all seinen Stärken und Herausforderungen. Die Natürlichkeit ist am Ende der Garant zum Erfolg.

„Richtig pitchen | richtig präsentieren“ beschäftigt sich kompakt mit den Themen des Auftritts vor Kunden und behandelt alle essenziellen Bereiche, um Ihrer Performance dabei den richtigen Glanz zu verleihen. „Durch die richtige Sprache überzeugen“, „auf den Punkt kommen“, „mit Nervosität bestmöglich umgehen“, „Körpersprache gezielt einsetzen“ und „Auftritt und Wirkung für die Menschlichkeit“, sind nur einige Beispiele dafür. Ein praxisnaher, kurzweiliger und informativer Vortrag für Ihren Erfolg.



Thomas Wollner ist einer der wenigen ausgebildeten Moderatoren im deutschsprachigen Raum und arbeitete bei den Körpersprache-Experten der RTL-Gruppe. Die Bühnenerfahrung des gebürtigen Salzburgers erstreckt sich auf über 20 Jahre, er moderierte hunderte von Live-Events und ist Autor von zwei Büchern.