

Demner, Merlicek & Bergmann deutlich an der Spitze vor Drafftcb Kobza und Jung von Matt/Donau.

Das BESTSELLER-Kreativranking ist da!

Das Monatsmagazin BESTSELLER aus dem Manstein Verlag veröffentlicht in seiner Dezember-Ausgabe die Ergebnisse des BESTSELLER-Kreativranking 2008: Deutlicher Sieger ist die Wiener Agentur Demner, Merlicek & Bergmann (3.685 Punkte), die sich nach einem zweiten Platz im Vorjahr wieder an die Spitze setzen konnte. Vorjahressieger Drafftcb Kobza landet mit 3.194 Punkten heuer auf Platz zwei vor Jung von Matt/Donau mit 2.562 Punkten. Auf Platz vier: Lowe GGK mit 2.168 Punkte. Auf Platz fünf: TBWA/Wien mit 1.480 Punkten. Alle Detailergebnisse zum Ranking der Agenturen finden Sie auf www.horizont.at.



D,M&B setzt sich im diesjährigen BESTSELLER-Kreativranking an die Spitze.

Möbelhandelsunternehmen Mömax vor dem Konsumgüter-Riesen Beiersdorf. Die Ergebnisse bezogen auf die meist ausgezeichneten Auftraggeber finden Sie ebenfalls auf www.horizont.at.

Über das Kreativranking:
Das BESTSELLER-Kreativranking

umfasst sämtliche teilnehmenden (insgesamt 33) österreichische Werbeagenturen und reiht diese nach ihren gemeldeten Erfolgen bei nationalen und internationalen Wettbewerben im Zeitraum zwischen 1. Dezember 2007 bis 15. November 2008. Berechnet wird das Kreativranking auf Basis eines Kategorienschemas, das relevante österreichische und internationale Werbefreize entsprechend ihrer Bedeutung gewichtet. Auf Basis dieses Schemas, das in Beratung mit dem Creativ Club Austria (CCA) und der International Advertising Association (IAA) erstellt wurde, wird jeder einzelnen Auszeichnung, mit der eine Agentur bei einem Wettbewerb reüssieren konnte, einer Punktezahl zugeordnet.

Aus der Summe aller Punkte einer Agentur ergibt sich schließlich ihre Platzierung im BESTSELLER-Kreativranking. **sl**

Klassiker mit Blick nach vorn

Ein Jahr nach dem Start von Austria 9 zeigt sich Senderchef Conrad Heberling mit der Entwicklung des Kanals zufrieden, schließlich konnten Marktanteile seit dem Senderstart stark gesteigert werden. Für 2009 setzt Heberling auf Eigenproduktionen und auf die Verbreitung über DVB-T. Auf neues Terrain will sich Austria 9 mit regionalen Infotainment-Magazinen begeben. Laut Heberling wolle man mit lokalen Sendern zusammenarbeiten, die „regionale Inhalte von überregionalem Interesse liefern, von der Apfelernte bis zum Almbetrieb.“ Überhaupt soll das Programm 2009 „deutschlastiger“ werden. Während bislang hauptsächlich Spielfilm-Klassiker gezeigt wurden, sollen 2009 nämlich auch moderne deutsche Filme am Programmplan stehen. Call-In-Shows werden weiterhin einen wichtigen Part einnehmen - „man muss ja Geld verdienen“, so der Senderchef zur APA. Da Austria 9, wie berichtet, vor wenigen Wochen von Goldbach Media zu IP-plus Österreich gewechselt ist, soll über die Vermarktung mehr Geld durch Werbung generiert werden. **so**

Publicis startet Dialogholding in D

Der Werbekonzern Publicis bringt seine im Sommer international lancierte Digitalholding Vivaki nun auch nach Deutschland. Und ihrem Dach werden die Angebote des Medianetworks Zenith Optimedia, Starcom Mediavest und des Online-Networks Digitas gebündelt. Michael Bohn, bisher Chairman der Pub-

licis Groupe Media, übernimmt den Aufbau von Vivaki und seine Führung. „Markenkommunikation der Zukunft funktioniert zu einem immer größeren Teil digital. Die Publicis Groupe hat Vivaki ins Leben gerufen, um Werbungtreibenden den Weg in die digitale Zukunft zu weisen. Diesen Weg werden wir für unsere Kunden in Deutschland so komfortabel und effizient wie möglich gestalten“, erklärt Gruppenchef Bohn. (Quelle: Horizont.net) **dodo**

Infoscreen wächst

Vor gut einem Monat wurde in zehn Bussen der Linz Linien GmbH der Probetrieb mit je zwei Screens aufgenommen. Nachdem dieser erfolgreich verlaufen ist, werden bis Jahresende weitere 27 Busse mit Bildschirmen ausgestattet. Ab 2009 wird das bewährte Infoscreen - Programm - Mix den

Fahrgästen auch in 33 Niedrigflur-Straßenbahnen die Fahrzeit verkürzen. Die nächsten Ausbauschritte sind bereits geplant - im Endausbau 2015 wird Infoscreen in Linz täglich über 260.000 Zuseher erreichen. Mehr zum Außenwerbeunternehmen lesen Sie im Special „Außenwerbung-Die österreichische Outdoor-Werbelandschaft“, das dem HORIZONT Nummer 50 beiliegt, der am 12. Dezember 2008 erscheint. **so**

Alles was Sie wissen müssen ...

... finden Sie im **WERBEALMANACH** und auf werbealmanach.at!
Die wichtigsten Firmendaten und Tiefeninformationen der Werbe- und Kommunikationsbranche.

JETZT BESTELLEN! Web: www.manstein.at | E-Mail: vertrieb@manstein.at | Tel.: +43-1/866 48-930

