

TALK Ö3-Co-Chef Albert Malli über das Internet-Engagement des Senders

New Media Marketing: Es zählt das Tempo



Diskutieren Chancen und Fallen im New Media-Bereich (v.li.): **Michael J. Bicsik, Albert Malli** und **Judith Löffler**

Wien. Wozu betreibt ein Radiosender wie Ö3 New-Media-Marketing? Ist das Engagement am Handy und bei Facebook & Co eine ernst zu nehmende Marketingaktivität oder eine Spielerei, die im Trend liegt? Wo liegen die Chancen der neuen Möglichkeiten, wo die Fallen? Ö3-Co-Chef **Albert Malli** stand den 120 Mitgliedern und Gästen des Marketing Club Österreich (MCO) Rede und Antwort. Trendy wie die diskutierten Plattformen war auch die Location – die Veranstaltung ging in der revitalisier-

ten Pratersauna, nunmehr ein Szene-Club, über die Bühne.

Die Kernfrage des Abends: „Macht New-Media-Marketing für eine große Marke Sinn?“ wurde von Malli mit einem eindeutigen „Ja“ beantwortet. Allerdings gilt es gewisse Spielregeln zu beachten – beispielsweise „Keep it simple!“, „Sei präsent und flexibel“ und „Überprüfe deinen interaktiven Auftritt permanent“. Der New-Media-Experte Malli rät den Unternehmen sich an alten, tradierten Basics zu orientieren: Es zählt „Qualität vor Quan-

tität“ und „Weniger ist mehr“! Ob es nun um den Website-Auftritt geht, ob Community-Bildung in Foren wie Facebook und Twitter Thema ist, oder die unternehmerische Aktivität am mobilen Endgerät manifestiert wird – wichtig ist Spontanität und Transparenz – und natürlich das Tempo!

Zeitgemäß, erfolgreich und griffig interaktiv in elektronischen Medien zu agieren und zu kommunizieren – diese Möglichkeiten müssen sowohl von großen Marken, als auch vom Mittelstand genützt

und eingesetzt werden. Unbedingter Benefit dabei: Synergien verstärkt nutzen, Imagetransfers realisieren und noch näher am Konsumenten sein. Gelauscht und getwittert haben u.a.: MCÖ-Geschäftsführerin **Judith Löffler** und Vorstandsmitglied **Michael J. Bicsik**, **Georg Wiedenhofer** (BauMax), **Erwin Hemetsberger** (Henkel), **Michael Graf** (RMS) und **Christian Führer** (Globalpark).

ALEXANDER PFEFFER
CHRISTOPH PRIDUN

christoph.pridun@wirtschaftsblatt.at