

Dialog der Löwen: Der Gepardenmann bei DMVÖ und MCÖ

In die weiten Steppen Afrikas entführte Matto Barfuss seine Gäste am 21. Juni im Schloss Schönbrunn Tageszentrum. DMVÖ und MCÖ luden zu einem gemeinsamen Abend, bei dem sich die anwesenden Marketing-Experten Führungsqualitäten des Königs der Tiere abschauten.

Er symbolisiert Macht und Stärke, übernimmt Verantwortung und auf geheimnisvolle Art wirkt er unangreifbar. Der Künstler und Bestsellerautor Matto Barfuss sprach gestern bei einer Veranstaltung von DMVÖ (Dialog Marketing Verband) und MCÖ (Marketing Club Österreich) über einen der erfolgreichsten Top-Manager: den Löwen. Zahlreiche Experten des heimischen Dialog Marketings folgten der Einladung von DMVÖ und MCÖ ins Schloss Schönbrunn Tageszentrum. Zum ersten Mal präsentierte Matto Barfuss seine Multivisions-Show in Österreich. Verloren waren die Marketingspezialisten trotzdem nicht, denn die Post präsentierte ihre e-Postkarte, mit der mittels App persönliche Grüße von überall möglich sind. „Es ist faszinierend, wie viele Gemeinsamkeiten modernes Management mit dem Verhalten von Löwen hat.

Überlebenskampf hier und dort

Wien: Für Unternehmen und Marken ist das Bestehen am Markt ein täglicher Überlebenskampf. Zwischen Wettbewerb, Kundenanforderungen und rechtlichen Rahmenbedingungen kämpfen Marketing-Experten jeden Tag für den Erfolg ihrer Marke.

Afrika: Gleichzeitig in den weiten Steppen zwischen Angola und Sambia. In einem von Hyänen beherrschten Gebiet behauptet sich trotz aller Schwierigkeiten ein Rudel Löwen. Trotz monatelanger Überschwemmungen ihres Gebietes, gibt das Löwenrudel nicht auf, sondern schwimmt, obwohl wasserscheu, im Überlebenskampf von Buschinsel zu Buschinsel.

Auf Einladung von DMVÖ und MCÖ zeigte der Gepardenmann Matto Barfuss am 21. Juni, was sich heimische Manager und Marketingverantwortliche von Löwen abschauen können. Die Parallelen zwischen Steppe und Wirtschaftsplatz, zwischen Löwe und Manager präsentierte Barfuss in einer einmaligen Multivisions-Show und regte dazu an, über den Tellerrand zu schauen und sich Anregungen aus einem ungewohnten Bereich zu holen.

Die Postkarte vom Handy

Dass die Post in Zeiten des Internets keineswegs ausgedient hat, bewiesen Vertreter der Österreichischen Post AG mit einer neuen Innovation. Mit der e-Postkarte verbindet der Dienstleister, ganz im Sinne einer crossmedialen Kommunikation, die neuen mit den klassischen Medien. Übers Internet oder mittels App lassen sich mit dem neuen Tool ganz individuelle Postkarten erstellen, die von der Post gedruckt und zugestellt werden. Damit werden auch spontane Schnappschüsse aus der afrikanischen Steppe zur Postkarte. Mehr unter www.post.at