

SHORT

„Universum Magazin“ feiert 10. Geburtstag



Zehn Jahre am Markt: Geschichten über Menschen, Tiere, Pflanzen & Co.

Wien. Seit 1998 erscheint das *Universum Magazin* im LW-Verlag. Gründungs-CR Oliver Lehmann entwickelte das Format gemeinsam mit der ORF-Universum Redaktion. „Geschichten über Menschen, Tiere, Pflanzen, Landschaften, wenn möglich mit österreichischem Bezug“ seien das Wesentliche laut Herausgeber Erwin Goldfuss. Die 160 Seiten starke Jubiläumsausgabe beinhaltet u.a. eine Making-of-Geschichte und Wien-Geschichten der letzten zehn Jahre. Gefeierte wird am 7. Mai in der „Summer Stage“.

Peter Muzik wird Medientoach



Peter Muzik, ehemaliger *Wirtschaftsblatt*-Hrsg., gründet Public & Media.

Wien. Peter Muzik, ehemaliger *Wirtschaftsblatt*-Herausgeber und Chefredakteur, wird Medientoach und bietet mit seiner Agentur „Public & Media“ praxisorientierte Medien-Seminare, Einzelcoachings für Topmanager und das nach seiner Einschätzung in Österreich wenig verbreitete PR-Controlling an. „Mir geht's darum, dass Unternehmen ihre Pressekontakte professioneller, effizienter und letztlich erfolgreicher gestalten“, so Peter Muzik.

www.public-media.at

Herbert Hayduck neuer Leiter des ORF-Archivs



Herbert Hayduck übernimmt die Funktionen von Peter Dusek.

Wien. Herbert Hayduck, langjähriger Mitarbeiter von Vorgänger Peter Dusek, übernimmt ab 1. Juli das ORF-Archiv. Hayduck, der seit 1988 die Auswertung im Archiv leitet und Generalsekretär der Vereinigung FIAT/IFTA ist, will den Kurs seines Vorgängers akzentuieren und intensivieren.

Fotoevent Grundnig Ein mobiles Fotostudio setzt Gäste auf Mitarbeiterveranstaltungen oder Golfturnieren in Szene

Mobiles Studio: Starruhm für Normalos bei Events

Der Nischenplayer am österreichischen Markt setzt mit Foto-Know-how rund 500.000 € im Jahr um.

GABI HINTERKÖRNER

Wien. Stefan Grundnig sieht sich als Nischenplayer am österreichischen Markt. Der ehemalige Druckexperte bei Hewlett Packard hat sich vor sieben Jahren mit seinem „mobilen Fotostudio“ Fotoevent selbstständig gemacht. Seither mischt er bei Firmenevents, Golf-Turnieren und Veranstaltungen im B2B-Bereich fototechnisch mit. Das Team von Fotoevent ist bei sämtlichen angesagten Events vor Ort und schießt Fotos von den anwesenden Gästen. Diese können sich ihr Abbild dann im gewünschten Format und in einem kundenspezifischen Foto-Rahmen abholen und als Giveaway mitnehmen. Laut Stefan Grundnig würde die Veranstaltung damit dauerhaft und positiv in Erinnerung der Mitarbeiter bleiben.

Persönliche Eventzeitung

Außer dem „Klassiker“ der Vereinigung im Bilderrahmen verfüge das Unternehmen laut Grundnig über ein Portfolio, das von personalisierter Eventzeitung bis hin zum Live-Mitschnitt und Projektionen auf Videowalls alle technischen Stückerln spielen solle. „Wir sind flexibel auf Kundenwünsche ausgerichtet. Die Eventzeitung bietet jedem Kunden sein eigenes Cover. Wir produzieren rund 200 bis 300 verschiedene Zeitungen pro Event. Mit unseren leistungsfähigen Druckern, die wir von HP zur Verfügung gestellt bekommen, können wir rund 4.000 Zeitungen in sechs Stunden produzieren“, erklärt Grundnig. Ab 2.300 € sind die „News“ im A4-Format mit Grafik und Beratung zu haben.

Besonders gerne gesehen bei den Partygästen sei das Fotoshooting in der Bluebox. Mittels Bluescreen-



Fotoevent bietet ein mobiles Fotostudio samt Bluebox und Foto-Mosaiken auf ausgesuchten B2B-Veranstaltungen.

Technology seien der Fantasie kaum Grenzen gesetzt. „Die Bluebox ist eine sehr coole Art, die Gäste bei Laune zu halten. Ob neben Hans Krankl im Fußballstadion, auf dem Mond oder am Riesenrad hängend, jeder kann sein ganz persönliches Highlight-Bild mit nach Hause nehmen. Viele Unternehmen bieten ihren Mitarbeitern diese dann zusätzlich als Bildschirm-schoner an“, erklärt Grundnig den Mehrwert der Aktion.

Riesige Fotomosaik

Auch mit überdimensionalen Fotomosaiken befriedigt Grundnig die Eitelkeit der Gäste und weckt „Aha-Erlebnisse“. Alle Anwesenden würden beim Event fotografiert

und können sich in einem Fotomosaik mit allen Gästen wiederfinden. „Das fördert garantiert den Teamgeist“, glaubt Grundnig. Neu bei Fotoevent sei die Produktion von persönlichen T-Shirts. Im Rahmen des am 16. Juni stattfindenden Fußball-Ereignisses Österreich: Deutschland bietet Hewlett Packard beim anschließenden Event seinen Gästen Fußball-Dressen an. Diese können bereits im Vorfeld in der gewünschten Größe und mit einem (Kose)Namen, Wunschtext oder -Bild reserviert werden. Weitere Produktbereiche des Unternehmens, das sich nicht als Eventagentur, sondern als technischer Spezialist für anspruchsvolle Eventaktionen versteht, sind Eventvideos mit Live-Mitschnitt oder Fo-

toetiketten auf Weinflaschen. Bei der Aktion „Österreich am Ball“ war Fotoevent mit einer Blue Box vor Ort und bleibt auch Partner bis zur Euro.

40% mehr Umsatz im Jahr

Die Zusammenarbeit mit den Partnern Hewlett Packard und Apple bezeichnet Grundnig als „Win-Win-Situation“: „Hewlett Packard steht für Kompetenz im Print, Foto und Zeitungsbereich. Mit Apple haben wir einen Partner gewonnen, der auch den dazugehörigen Kult und Lifestyle mitliefert.“ Fotoevent verzeichnet eine Umsatzsteigerung von 30 bis 40% im Jahr und ist jährlich bei 140 Events mit dabei.

Neuer Partner Zusammenarbeit mit Maysles Films Erweiterung für Corbis Motion

Wien. Corbis, internationaler Anbieter visueller Medien, gab anlässlich der Vorstellung des Buches „A Maysles Scrapbook“ mit Albert Maysles in New York City die Kooperation mit Maysles Films bekannt.

Auf der Webseite www.corbismotion.com werden ab sofort Filmclips, Outtakes und bislang unveröffentlichtes Filmmaterial des US-amerikanischen Produktionsunternehmens für Dokumentarfilme angeboten. Albert Maysles und sein bereits verstorbener Bruder, David Maysles, drehten als Erste Dokumentarfilme in Spielfilmlänge.

Sie gelten als Pioniere des „Direct Cinema“, bei dem ohne Skript, Kulissen oder Erzählung gearbeitet wird. Bekannt wurden sie etwa für ihre Charakterstudien „Gimme Shelter“, „Meet Marlon Brando“, „With Love from Truman“ und „Grey Gardens“. Viele dieser Filme sowie persönliches Filmmaterial werden nun überarbeitet und können über Corbis lizenziert werden.

„Als Dokumentarfilmer geht es mir immer darum, öffentliche



Gary Shenk, CEO von Corbis, fädelt den Deal mit Maysles Films ein.

Diskussionen anzuregen und ein besseres Verständnis des menschlichen Seins zu fördern“, so Albert Maysles zur Kooperation; „Ich habe mein ganzes Leben damit verbracht, die Macht der Wahrheit und der Entdeckung zu enthüllen, und durch die Zusammenarbeit mit Corbis können wir mit großer Freude die Reichweite dieser Arbeiten ausdehnen.“

www.corbismotion.com

Euro 2008 Fanpakete und Promiboten für Fußballfans EM-Specials und Euro-freie Zone

St. Pölten. Fanpakete braucht das Land: 1.000 Fanpackages werden von NÖN und BVZ zur Einstimmung auf das sportliche Großereignis an Fans des runden Leders und solche, die es noch werden wollen, verlost.

Die Pakete enthalten Tröten, Handklappen und Fanschminke, für die kulinarische Untermauerung sorgen Bier, Fußball-Pizza und diverses Knabbergebäck. Und bei so manchen Übergabeterminen werden auch die Trainer Frenkie Schinkels und Kurt Garger anwesend sein ...

Für den umfassenden Über- und Durchblick produzierte man unter der Leitung von Sportchef Rouven Ertltschweiger ein 56seitiges Euro-Extra, das einen Gesamtüberblick über die Kader und den Zeitplan gibt.

Fußballfreie Zone

Auch weniger fußballaffine Leser finden mit der „NÖN/BVZ fußballfreien Zone“ Angebote zur Freizeitgestaltung. Ermäßigungsgutscheine für Freizeitalternativen lagen in einem Extraheft der gesamten NÖN- und BVZ-Auflage



Hintergrundstories und Basiswissen zur EM 2008 im NÖN/BVZ Euro-Extra.

bei. „Wir unterstützen die Euphorie, aber wir haben uns auch ein spezielles Leserservice in der Eurozeit für alle nicht-fußballaffinen Menschen einfallen lassen: die fußballfreie Zone mit zwei Dutzend Alternativangeboten“, so NÖN-Geschäftsführer Harald Knabl. „Mit diesem Angebot bieten wir echtes Leserservice und Lesernutzen, aber wir bieten auch vielen Kunden zusätzliche Frequenz.“