

Thema: Prater Wien

Autor: KERSTIN BRINNICH ALEXANDER PFEFFER



EVENT Marketing Club Österreich lädt zum Branchentalk in den Prater

Jugend und Emotion, Marken und Medien



MCOE/Michael Jeuter

Get-together bei Stelze und Bier: **Judith Löffler** und **Alexander Knechtsberger**

Wien. Im Schweizerhaus drehte sich alles um das Thema Urlaub – allerdings nicht um den privaten. **Alexander Knechtsberger** bestritt als Keynote-Speaker den Saisonauftakt des Marketing Clubs; als Chef von DocLX organisiert er jedes Jahr Partyreisen für Tausende frischgebackene Maturanten. Im Prater-Biergarten diskutierte er mit Gästen wie Gallup-Geschäftsführer **Georg Wie-**

denhofer und Marktforscherin **Roswitha Hasslinger** unter anderem darüber, wie man Jugendliche für eine Marke begeistern kann. Um „Emotion, Emotion und nochmals Emotion“ geht es dabei laut Knechtsberger. Im Anschluss bekamen seine Gäste ein paar Details aus der Studie „Jugend Trend Monitor 2012“ präsentiert, die von DocLX in Auftrag gegeben worden war. So nannten österreichische Ju-

gendliche etwa bei der Frage, auf welche Medien sie am ehesten verzichten könnten, mehrheitlich Printmedien und den öffentlich-rechtlichen Rundfunk. Das sorgte auch beim Ausklang des Abends mit Stelze und Bier noch für Gesprächsstoff. Mit dabei: Marketing Club-Geschäftsführerin **Judith Löffler**, T-Mobile-Werbechef **Thomas Mayer**, RLB Wien-NÖ-Marketingleiter **Werner**

Schediwy, Publicis-CEO **Martina Frieser**, Teling-Senior Brand Manager **Alexander Gänsdorfer**, Schober Group Österreich-Chefin **Alexandra Vetrovsky-Brychta**, Zielpunkt-Marketingleiterin **Bettina Schuckert** sowie Cineplexx Österreich-Marketingchefin **Carina Resch**.

KERSTIN BRINNICH
ALEXANDER PFEFFER
kerstin.brinnich@wirtschaftsblatt.at