

## Marktführende CRM-Anbieter auf der IMPACT in Graz

**A**m 25. und 26. März präsentiert das Messecentergraz die IMPACT 04 – die neue Fachmesse für Marketing, Verkauf und Kundenbeziehungen. Das Kundenbeziehungsmanagement (CRM) bildet einen der Schwerpunkte der Fachmesse, die parallel zur Werbewirtschaftlichen Tagung (WWT) stattfindet, welche am 25. März in Graz tagt.

„Kundenbeziehungsmanagement ist heute die Basis für den wirtschaftlichen Erfolg. Diesem Trend folgend wollen wir Geschäftsführern von Klein- und Mittelbetrieben sowie Verkaufs- und Marketingleitern weitreichende Möglichkeiten effizienten Marketings präsentieren“, so Messechef Nilly Nail.

Viele CRM-Spezialisten präsentieren sich am 25. und 26. März in der Stadthalle Graz. So präsentiert ai informatics, internationaler Anbieter von IT-Gesamtlösungen und langjähriger Partner der marktführenden CRM-Technologiehersteller Microsoft, SAP und Siebel, auf der Impact 04 unter dem Motto „Kundenbeziehungsmanagement und Vertrieb optimieren“ IT-Lösungen mit den aktuellsten CRM- und Portaltechnologien.

Die Österreich-Tochter der Softlab GmbH (München) und die

update software AG, der führende europäische Anbieter von Customer Relationship Management Lösungen, kooperieren in CRM-Projekten und präsentieren auf der IMPACT 04 robuste und ausgereifte Lösungen für Kundengewinnung und Kundenbindung.

Weitere Aussteller aus dem CRM-Bereich sind unter anderen Softlab, black eskimo, microsoft, naviconsult sowie SRB.

Am 25. März findet parallel zur IMPACT 04 die Werbewirtschaftliche Tagung in der Stadthalle Graz zum Thema „Näher am Kunden“ statt, zu der rund 500 Kongressteilnehmer erwartet werden. Es referieren in Wirtschafts- und Medienkreisen anerkannte Experten wie Prof. Dr. Reinhold Rapp (CRM-Spezialist), Minoru Tominaga (Volkswirt und Unternehmensberater), Melinda Davis (Trendforscherin), Dr. Paul Marsden (Sozialpsychologe) und viele weitere hochkarätige Vertreter von internationalen Unternehmen zum Spezialgebiet „CRM – Kundenbindung aus Unternehmenssicht“. Zur Talkrunde sind unter anderen Dr. Helene Karmasin, Prof. Dr. Georg Felser, Dr. Horst Pirker und Berthold Thoma geladen.

# A.Pack und A.Print in Graz

## Hochkarätiges Fachforum: Druck in der Verpackung

**A**m 31. März ist es soweit: die zweite A.PACK – Int. Fachmesse für Verpackung und Kennzeichnungstechnik geht in der Stadthalle am Grazer Messecenter von 31. März bis 2. April 2004 an den Start. Mit dabei sind heuer 138 Firmen, darunter die Marktleader der Branche, wie zum Beispiel Mayr-Melnhof, Rondo Gahnahl, Frantsch, GIKO, Duropack, Maelis Group und Cyklop, um nur einige zu nennen. Sie bieten einen umfassenden Überblick über die neuesten Trends und widerspiegeln die Innovationskraft und Dynamik dieser für die österreichische Wirtschaft maßgeblichen Branche. Die österreichische Verpackungswirtschaft als Teil der Sachgüterindustrie erzielte 2002 ein Produktionsvolumen von € 2,4 Mrd, das entspricht einem Anteil von 5,68% an der gesamten Sachgütererzeugung. Dieser Umsatz wurde mit rund 13.800 Beschäftigten in 138 Betrieben erwirtschaftet.

Schon die Premierveranstaltung hat gezeigt, dass die A.PACK die idealen Rahmenbedingungen für florierende Geschäfte in der Verpackungswirtschaft bietet. Die Folgeveranstaltung 2004 wird an diese Erfolge konsequent anschließen. Messeveranstalter Klaus Vogl: „Die strategische Ausrichtung der A.PACK wird sich nicht ändern. Unser klar themenfokussiertes Messekonzept hat sich bei der Messepremiere bestens bewährt und stieß auf breiteste Zustimmung. Die A.PACK ist daher auch 2004 als echte Fachmesse für die Bereiche Verpackung und Kennzeichnungstechnik am Markt positioniert.“ Die einzi-

ge Adaption gegenüber der Veranstaltung 2003 betrifft die Öffnungszeiten: An den Messtagen Mittwoch und Donnerstag wird die Fachmesse von 9.00 bis 17.00 Uhr, am Freitag von 9.00 Uhr bis 16.00 Uhr stattfinden.

Mit dem Standort Graz spricht die A.PACK ganz bewusst die neuen Märkte in den zukünftigen EU-Mitgliedsstaaten im Süd-Osten Europas an. Klaus Vogl geht davon aus, dass rund 300 Firmen aus den Ländern Ungarn, Kroatien, Serbien, Bosnien-Herzegowina und Slowenien die A.PACK nutzen werden, um sich den heute so wichtigen Informationsvorsprung zu sichern. „Unser Ziel ist es, die A.PACK als die zentrale Verpackungsmesse für den Südosteuropäischen Raum am Markt zu positionieren.“ Mit großem Engagement wurden diese Märkte im Vorfeld der Messe in enger Zusammenarbeit mit Partnern vor Ort und der AWO – Außenwirtschaft Österreich der WKO bearbeitet. Die A.PACK 2004 wird sich damit als die internationale Fachmesse für Verpackung und Kennzeichnungstechnik in der heimischen Messelandschaft profilieren.

### Hochkarätiges Programm im Fachforum A.PRINT

**F**ixer Bestandteil der A.PACK ist dieses Jahr wieder das Fachforum A.PRINT, in dem die Top-Anbieter die neuesten Lösungen der Verpackungsindustrie für die Marketing- und Werbebranche präsentieren. Ein breit gefächertes Programm an

Fachvorträgen, Work Shops und Diskussionsforen ist die ideale Abrundung zur kompetenten Produktschau. Behandelt werden zum Beispiel Themen wie: „Druckverfahren in der Verpackung“ (Rudolf Schatz, Mosbruger GmbH), „Digitaldruck in der Verpackung“ (Herwig Kriso, Artaker Print & Repro), „Etablierte Marken, Neue Marken – Chancen im erweiterten EU-Raum“ (Dr. Marietta Ulrich Horn, Securikett), „Produktkennzeichnung im EAN-VCC System“ (Mag. Ludwig, EAN Austria), „Strichcode und Qualitätsprüfung nach ISO/IEC 15416“ (Wolf Franken, Strichcode Service). Daneben veranstaltet der Lebensmittelcluster gemeinsam mit dem Kunststoffcluster ein Vortragsprogramm und eine spannende Podiumsdiskussion. Im Mittelpunkt stehen die Themen „Produktdesign“ (Mag. Christoph Weiermayer, Weiermayer Industrial Design), „Produktkennzeichnung“ (Mag. Eva Edlinger, Bundesinnung der Nahrungs- und Genussmittelgewerbe Wien), „Wie wähle ich die richtige Verpackung“ (Dr. Michael Washüttl, ofi Technologie & Innovation GmbH), „Verpackungsentsorgung“ (Roland Richter, AVE Entsorgung GmbH). Weiter ergänzt wird das hochkarätige Rahmenprogramm durch den Vortrag „Verpackungskontrolle durch elektronische Überwachungssysteme“ von Dirk E. H. Dickfeld, Pharma Controll Electronic Vertriebs GmbH und der Präsentation der Marktstudie über die Marktchancen in den neuen EU-Mitgliedsstaaten, die von der AWO in den letzten Monaten durchgeführt wurde.

**In wenigen Tagen beginnt im Wiener Messezentrum die Publica samt Messe-Anhängsel Print & Sign. Obwohl natürlich die im Mai in Düsseldorf stattfindende Drupa alle Blicke und fast alle wirtschaftlichen Ressourcen auf sich zieht ist es Reed und der Messeleiterin Marion Regele doch gelungen, einen beachtlichen Event mit imposantem Programm auf die Beine zu stellen. Schau'n Sie sich das an!**

## Publica und Print & Sign, 31. März bis 2. April in Wien

# Messeevent mit imposantem Programm und heißen Themen

**W**enn Europa näher zusammenrückt – und in wenigen Wochen wird dies der Fall sein –, dann eröffnen sich für zahlreiche Wirtschaftsbereiche neue Chancen, aber auch neue Herausforderungen. Dies gilt insbesondere für die Kommunikationsbranche. Deshalb gilt die Publica heuer ganz besonders als Plattform der Begegnung von Ost und West. Auf der einen Seite heimische und internationale Aussteller, auf der anderen Seite das euroforum:communication, ein hochkarätig besetzter internationaler Kongress, der vom Fachverband Werbung und der Fachgruppe Wien gleichermaßen getragen wird. Marion Regele, Reed Exhibitions Messeleiterin der Publica, zur heurigen Veranstaltung: „Inhaltlich hat sich die Publica – am Vorabend der EU-Erweiterung – die verstärkte Internationalisierung sowie die Darstellung des Marketing in all seinen Facetten zum zentralen Thema gemacht. Ein Konzept, das von den Ausstellern sehr gut angenommen wird.“

### Das Rahmenprogramm

**E**röffnet wird der diesjährige Event von Fachverbandsobmann Walter Ruttinger und dem Fachgruppenobmann für Wien, Michael Himmer. Beide sind Protagonisten für eines der „heißesten“ Themen, das derzeit die heimische Kommunikationsbranche bewegt: die Abschaffung der Werbeabgabe. Und man darf gespannt sein, mit welchen neuen Initiativen die Branche dagegen aufwarten wird, hält Ruttinger die 1927 für maximal fünf Jahre (!) eingeführte Werbsteuer doch für ein – im europäischen Kontext – „antiquiertes Unikum.“ Im Anschluss an die Eröffnung erfolgt die Verleihung des Staatspreis für Marketing durch den Bundesminister für Wirtschaft und Arbeit Dr. Martin Bartenstein. Die Nominees stehen bereits fest: AVL List, Graz 2003, Heimteam (ein Vorarlberger Althausanierer), tele.ring und Vöslauer stehen auf der Shortlist.

Ein spannendes und aktuelles Panel bietet die Publica mit einer Diskussion zum Thema „Zukunftsperspektiven des digitalen Musikmarketing“. Moderiert wird diese Diskussion von Mario Rossori, dem Organisator des Amadeus- Austrian Music Award. Unter den Teilnehmern u.a. Michael Fried, Bereichsleiter Media/Internet der Telekom Austria, und „Starmania NG“ - Juror Hannes Eder, General Manager Universal Music Austria.

Spannend verspricht auch die Diskussion zum Thema „Trends, Tendenzen und Menschen im Eventmarketing“ zu werden. Vor allem deshalb, weil sich die Interessensvertretung der Eventagenturen EMBA erst vor kurzem neu aufgestellt hat, und auch weil die TU Chemnitz jüngst mit einer aktuellen Studie zum Thema „Eventmarketing“ an die Öffentlichkeit gegangen ist. Demnach verlieren Events ihr „Sahnehäubchen-Image“ im Marketing-Mix, werden zu einer tragenden Säule für Marketingaktivitäten, sind aber andererseits ohne Erfolgskontrolle immer weniger denkbar. Der Direktmarketing-Verband DMVÖ widmet sich in einem Panel dem Thema „CRM mit neuen Medien“.

### Neue Spannungsfelder

**S**owohl die Druck- und Medien-, als auch die Verpackungsindustrie sieht sich in den neuen „emerging markets“ eines künftigen, erweiterten Europas neuen Spannungsfeldern ausgesetzt. Darüber diskutieren u.a. Styria Medien-Boss Horst Pirker und der Vorarlberger Medien-Zampano Eugen Ruß, die beide mit ihren Osteuropa-Expansionen recht erfolgreich sind, sowie Vertreter von Printfachmagazinen aus Polen, Slowenien, Ungarn, der Slowakei und Tschechien. Und auch die Vertreter der Außenwerbe-Wirtschaft finden sich zu einem Gedankenaustausch auf der Publica zusammen. Über Chancen und Entwicklungen im osteuropäischen Outdoor Advertising-Markt diskutieren

u.a. Gewista-Boss Karl Javurek, dessen Unternehmen heuer erstmals auf der Publica ausstellen wird, Heinrich Schuster, Vorstandsvorsitzender der epa, und Stefan Schmertzung, Geschäftsführer der TBWA.

### Award-Bühne Publica

**W**ie im Vorjahr so werden auch heuer wieder im Rahmen der Publica zahlreiche Branchen-Awards verliehen. Neben dem bereits erwähnten Staatspreis Marketing sind dies der AFSP-Award der Austrian Federation of Sales Promotion, der die besten Leistungen im Bereich Verkaufsförderung würdigt, der Award der I.M. Austria, mit dem Verdienste um die Messe- und Kongressbranche gewürdigt werden, und der Golden Pixel-Award, der im Zuge der begleitenden Fachmesse „Print & Sign“ für herausragende, graphische Leistungen verliehen wird.

### Für ein neues Europa

**K**ooperationspartner im Jahr 2004 ist erstmals das euroforum:communication. Dieser internationale Kongress bringt eine Reihe hochkarätiger Referenten nach Wien. Allen voran Jacques Seguela, Executive Vice President des französischen Werbekonzerns Havas Advertising. Neben zahlreichen Kreativen aus den Beitrittsländern ragt auch Jure Apih, Organisator des Golden Drum Festivals Portoroz in Slowenien hervor. In einer Sonderschau werden die vorjährigen Einreichungen gezeigt, wo zahlreiche österreichische Agenturen Preise einheimen konnten. Weiters dabei. Michael Conrad, CCO von Leo Burnett Worldwide, Julian Ingram, früherer Business Development Director von BBDO Europe in London, und Andy Cameron, Kreativdirektor von Benetton. Am zweiten Tag steht eine großangelegte Initiative für die Freiheit der Kommunikation auf dem Programm. Zielscheibe der Diskussion sind vor allem die seitens der EU ventilierten Werbeverbote.