



© Reichl und Partner

Michael Obermeyr, CEO Reichl und Partner, und sein Team setzten sich für die Privatstiftung für Brustgesundheit ein.

Agenturen bei Reichl und Partner. Obermeyr weiter: „Kommunikation wird kundenseitig so komplex, dass es immer schwieriger wird, dies mit einzelnen fragmentierten Dienstleistern abzudecken.“ Zusätzlich erklärten sich alle Beteiligten bereit, die Kampagne unentgeltlich zu unterstützen – neben der Agentur Reichl und Partner sind dies u.a. die Filmproduktion PPM 2.0, die Malerin, Schauspielerin und Sängerin Barbara Wallner, die Sprecherin Sandra Littomericzky sowie die Tonstudios Soundtrack, studio-e und viele Medien.

Eine gute Sache

Reichl und Partner unterstützen eine Kampagne der Privatstiftung für Brustgesundheit unentgeltlich.

WIEN. Für eine Kampagne zum Thema Brustgesundheit setzte die Agentur Reichl und Partner auf einen Mediamix und unterstützte somit die Gemeinnützige Privatstiftung für Brustgesundheit.

Ziel der Kampagne sollte es sein, die Bedeutung der For-

schung im Kontext von Brustgesundheit bewusst und deutlich zu machen. Außerdem sollten Spendengelder lukriert werden. Die kühne Vision des Projekts ist, dass bis 2030 niemand mehr an Brustkrebs sterben soll.

„Die Kampagne für Brustgesundheit ist ein exemplari-

sches Beispiel dafür, wie die unterschiedliche Kanäle TV, Print, Radio und Online aus der Hand einer *einzigsten* Agentur genutzt werden können“, erläutert Michael Obermeyr, Geschäftsführer Reichl und Partner Public Relations, eine der sechs unter einem Dach operierenden

Gelder gehen nur in Forschung

So konnte ohne Kosten ein professionelles Ergebnis erzielt werden. Friederike Mautner Markhof – Vorsitzende und Gründerin der Gemeinnützigen Privatstiftung für Brustgesundheit – ist dankbar für diese großartige Unterstützung, die es ermöglicht, weitere private Spender für die Forschung zu gewinnen.

Ihre Stiftung ist bislang die einzige gemeinnützige Privatstiftung öffentlichen Rechts des Landes, die sich *ausschließlich* mit dem Thema Brustgesundheit beschäftigt und sogar die einzige im deutschsprachigen Raum, deren Gelder zu 100% in die Forschung fließen. (gs)

Zwei Neukunden für ikp

Helvetia und perfect training setzen auf die Agentur.

WIEN. In einem Pitch konnte ikp den österreichischen Versicherungsanbieter Helvetia von sich überzeugen und wird diesen nun im Bereich Kommunikation unterstützen. „Individualität und Sicherheit stehen bei uns nicht nur im Leben- und Schaden/Unfall-Bereich im Vordergrund, sondern auch in der Kommunikation – wie ikp sind auch wir, als ehemalige Ankerversicherung,

ein Traditionsunternehmen mit offenem Blick über den Teller- rand, viel Mut und konsequenter Modernität“, erklärt Bernd Allmer, Leiter HR & Services in der Helvetia Generaldirektion. Ein weiterer Neukunde ist perfect training; das Unternehmen bietet u.a. Verkaufstrainings an und setzt in der strategischen Kommunikation ebenfalls auf ikp. (gs)



Die Versicherung mit der Ankeruhr vertraut auf das Know-how von ikp Wien.