

MEDIA 1*Viele, viele neue Kunden*

WIEN. In dem noch so jungen Jahr darf sich Media 1 gleich über mehrere Neukunden freuen: Neben dem Fachverband der Chemischen Industrie konnte man auch Weleda, den Schuhhändler Tamaris, das Modelabel Tom Tailor und die Fitness- und Ernährungsexperten Mrs. Sporty für sich gewinnen. (gs)

MEDIENKOOPERATION*Für ein breites Publikum*

WIEN. R9, der überregionale Fernseh- und Contentvermarkter, und das Wirtschaftsforum der Führungskräfte haben sich zu einer Medienkooperation zusammengeschlossen. Durch diese will man Veranstaltungen und Events des Wirtschaftsforums einem breiten Publikum zugänglich machen. (gs)

UNTERSTÜTZUNG*Grayling für ICMPD*

WIEN. In Zeiten, wo die öffentliche Meinung zu Migration immer kritischer wird, arbeitet das EU-finanzierte Projekt Africa-EU Migration Mobility Dialogue (MMD) daran, ein faktenbasiertes Narrativ rund um Migration zwischen Afrika und Europa zu erzeugen. Von ICMPD, dem International Centre for Migration Policy Development, beauftragt, unterstützt Grayling die Kommunikation. (gs)

Traditionelles Pressegespräch

Marcel Hirscher, Testimonial Raiffeisen, blickt auf seine erfolgreichste Weltcup-Saison zurück.



© GEPA pictures

Sportlich Leodegar Pruschak, Geschäftsführer der Zentralen Raiffeisenwerbung, gemeinsam mit Marcel Hirscher.

WIEN. Die Zentrale Raiffeisenwerbung lud drei Tage nach dem Weltcup-Finale in Aare, Schweden, zum traditionellen Pressegespräch mit Marcel Hirscher in die Raiffeisen Bank International.

Anlass war der Rückblick auf seine erfolgreichste Weltcup-Saison 2017/2018, in der Marcel Hirscher 13 Weltcup-Rennen, davon 6 Riesenslalom und 7 Slaloms, gewinnen konnte und in der er die bisher unerreichte Traummarke von sieben Gesamtweltcup-Siegen in Serie schaffte.

Dazu holte er wieder die zwei Kleinen Kristallkugeln für Riesenslalom und Slalom und als Krönung zwei Goldmedaillen bei den Olympischen Winterspielen in Pyeongchang im Februar in der Kombination und im Riesenslalom. Mit seinem Sieg im

Riesenslalom in Aare stellte er mit 13 Weltcup-Siegen in einer Saison den Weltrekord von Hermann Maier (2000/2001) und Ingemar Stenmark (1978/1979) ein.

Idealer Werbepartner

Hirscher fährt bereits das neunte Jahr unter dem Giebelkreuz. Laut einer Studie von Best2Trust vom Herbst 2017 ist Hirscher das vertrauenswürdigste und sympathischste österreichische Testimonial.

Seine Bekanntheit und Markenzuordnung zu Raiffeisen ist – nicht zuletzt aufgrund seiner Auftritte in den Raiffeisen Werbekampagnen – in den letzten Jahren signifikant gestiegen.

Hirschers Persönlichkeitsprofil macht ihn laut einer Auswertung der Raiffeisenbank zum idealen Werbepartner für

Raiffeisen. Dass er auch abseits der Piste eine gute Figur macht, beweist er unter anderem im aktuellen TV-Spot als Hauptdarsteller mit Hermann Maier beim Online Banking/Mein Elba.

Raiffeisen konzentriert sich seit vielen Jahren im Winter auf den Alpinen Skiweltcup und setzt auch auf das österreichische Fußball-Nationalteam – kein Wunder: Ski Alpin und Fußball sind die beiden Sportarten, die sowohl medial am präsentesten sind als auch von den Österreichern am liebsten selbst ausgeübt bzw. live oder in den Medien verfolgt werden.

Raiffeisen zählt auch dank der Erfolge der Raiffeisen-Sportler laut der Sponsor-Focus-Studie 2017 mit Audi und Red Bull zu den größten, erfolgreichsten Sport-Sponsoren. (red/gs)