

## NEUZUGANG

Gregor Schütze  
verstärkt Team

© Adrian Almasan

Michael Jayasekara heuert bei Gregor Schützes Agentur an.

WIEN. Die Agentur Schütze. Positionierung & Public Performance wächst weiter.

Aktueller Neuzugang ist Michael Jayasekara. „Die Agentur Schütze. hat als junge Agentur ein starkes Wachstum und arbeitet mit vielen spannenden und innovativen Kunden zusammen. Ich freue mich auf eine lehrreiche und herausfordernde Aufgabe“, so Jayasekara.



© Schütze

Agenturchef Gregor Schütze.



© VÖP/Michael Gruber

Unter der Schirmherrschaft von Minister Gernot Blümel feierten die Privatradios kürzlich in der Sky Lounge Geburtstag.

## 20 Jahre Privatrado

In diesen Tagen jährt sich der Start der meisten heimischen Privatradiosender zum zwanzigsten Mal – der VÖP lud zum Festakt.

WIEN. Der Verband Österreichischer Privatsender lud kürzlich zum hochkarätig besetzten und gut besuchten Festakt, um das Jubiläum des Sendestarts für österreichischen privaten Hörfunk im April 1998 zu feiern.

VÖP-Präsident Ernst Swoboda sah dabei „zwei Seiten der Medaille“: „Freude und Stolz“ empfinde er, wenn er auf die Errungenschaften der Sender blicke. Ein „bisschen frustrierend“ findet er, dass es noch immer keinen echten dualen Radiomarkt gebe, sondern der ORF

„noch immer dominiert“. Dualer Rundfunk brauche „Augenhöhe“, doch die „Luft ist dünn für Privatsender, da muss sich etwas ändern“. Swoboda wünschte sich einen „Paradigmenwechsel weg von der Gegnerschaft, hin zu einem ORF, der sich als Partner der Privaten versteht“.

Das wünscht sich auch der anwesende Medienminister Gernot Blümel, wie er betonte. Der Öffentlich-rechtliche brauche ein „Rollenverständnis hin zum Ermöglicher“; in diese Richtung gehe der Diskurs europä-

weit, so der Minister. Allerdings müssten „auch die Privaten mitspielen“, ortet er mitunter „Kannibalismus“ innerhalb der Branche. Blümel kündigte übrigens in diesen Tagen auch die lang erwartete Medienenquete für den Juni an. (fej)

*Hinweis in eigener Sache: medianet wird sich in den kommenden Wochen und Monaten dem Thema „20 Jahre Privatrado“ in Rückblicken, Marktanalysen und Interviews mit Radioveteranen widmen.*

## Salzburg AG grüßt von der Bus-Spur

Neue Jahreskampagne macht gute Stimmung für die Öffis.

SALZBURG. Die Salzburg AG setzt jährlich ihre Jahreskampagne auf Image-Ebene – Hand in Hand mit den begleitenden Produkt- und Absatzorientierten Kampagnen – um.

Dieses Jahr gesellt sich eine sympathische pro Öffi-Kampagne der Salzburg AG hinzu. „Das Thema öffentlicher Verkehr ist ein breit diskutiertes und wichtiges Thema in Stadt und Land

Salzburg. Neben unserem fachlichen Know-how als Betreiber wollen wir auch einen kommunikativen, pointierten Beitrag leisten, um die öffentliche Diskussion positiv zu stärken, denn das Angebot des öffentlichen Verkehrs in Salzburg entspricht durchaus dem von anderen Städten in einer solchen Größenordnung. Dafür realisieren wir eine Kampagne, die in der

Wort- und Bildsprache authentisch Salzburgerisch ist. Wir platzieren pointierte Geschichten als Information und Service rund ums Busfahren und richten uns dabei an Öffi-ferne Salzburgerinnen und Salzburger. Vorne mit unserem selbstbewussten, frechen Claim: ‚Grüße von der Bus-Spur‘ als Absender der Kampagne“, so Kommunikationsleiterin Daniela Kinz. (fej)



© Salzburg AG

Salzburg AG Jahreskampagne weist auf Öffi-Vorteile hin.