



© Red Bulletin/Patricia Weiskirchner

Gast-Chefredakteur Marcel Hirscher präsentiert das Magazin, das ihn „nie zuvor so reflektiert“ zeigt.

Ecken und Kanten

Darum gibt es einen wohlgeählten Einblick. „Dieses Magazin hat Ecken und Kanten, genau wie Marcel selbst. Und letztlich verrät das, was er *nicht* öffentlich machen wollte, ebenso viel über ihn wie das, was er mit uns teilt“, erklärt Red Bull Media House Publishing General Manager Andreas Kornhofer. Es geht um ihn, sein Leben, seine Stärken und Schwächen, seine erfolgreiche, aber auch verrückte Karriere. Das Magazin selbst wartet unter anderem mit einem ausführlichen Interview mit Hirscher selbst auf, seinen Lieblingsplätzen, Fotos aus seiner Kindheit und noch vielem mehr.

Auch die Konkurrenz spricht

Denn es geht nicht nur um ihn selbst. Auch Rivalen auf der Piste kommen zu Wort, und bekannte Kabarettisten geben kreative Antworten auf oft seltsame Reporter-Fragen. Kornhofer ist überzeugt: Das Heft „zeigt den außergewöhnlichen Sportler und Menschen vielleicht so authentisch wie noch nie zuvor“.

Die Auflage des neuartigen Magazintyps beträgt 100.000 Stück, „The Red Bulletin Heroes Edition – Marcel Hirscher“ ist um 4,20 € im Zeitschriftenhandel und online erhältlich.

Marcel gestaltet

Am Mittwoch erschien „The Red Bulletin Heroes Edition – Marcel Hirscher“. Der Skistar selbst war federführend.

••• Von Georg Sander

WALS. Dass Skisuperstar Marcel Hirscher außergewöhnlich ist, haben mittlerweile alle mitbekommen. Bislang 59 Weltcup Siege, sieben Gesamtweltcup Siege, zwei olympische Goldmedaillen und sechs Weltmeistertitel sprechen eine deutliche Sprache. Nun beschreitet er wieder neue Wege: Bei einem 140 Seiten star-

ken Magazin Chefredakteur zu sein, hat aber noch kein Sportler gemacht. Es gibt Prominente, die sich damit schmückten, aber der 29 Jahre alte Halleiner war beim „The Red Bulletin Heroes Edition – Marcel Hirscher“, das seit Mittwoch im Handel erhältlich ist, in alle Entscheidungen involviert.

Bei jedem Foto und quasi jedem Wort konnte Hirscher mit-

reden und das Team rund um Chefredakteurin Waltraud Hable unterstützen. „Mein Leben, meine Stärken und Schwächen, die verrückten vergangenen sieben Jahre meiner Karriere: Ich habe sie nie zuvor so intensiv reflektiert wie für dieses Magazin“, meint der Skistar über das für ihn herausfordernde Projekt – denn eines ist er sicher: Perfektionist.

Die Besten der Besten

Der Werbepreis Creos gilt als Sprungbrett.

KLAGENFURT. Die Creos-Preise 2018 sind vergeben. Aus 240 Einreichungen wählte die Jury insgesamt 42 Gewinner in Gold, Silber und Bronze aus. WKO-Fachgruppenobmann Volkmars Fussi zeigt sich begeistert: „Kreativität ist eindeutig südlich, und der Creos ist seit diesem Jahr auch offiziell der coolste Landeswerbepreis.“ Dafür sorgten Moderatorin Arabella Kies-

bauer und Hip-Hopper Der Wolf. Alle Gewinner sind automatisch für den Austriacus 2019 nominiert. Juryvorsitzender Andreas Spielvogel, Executive Creative Director von DDB Wien, ist von den Chancen dort überzeugt: „Der Creos war bereits in der Vergangenheit für Kärntner Werbeagenturen immer wieder ein Sprungbrett auf das nationale Parkett.“ (gs)



© Jost&Bayer

Beim Creos 2018 wurden 42 Preise in Gold, Silber und Bronze vergeben.