

Post-Corona-Consumer

Konferenz des Marketing Circle Austria zu Pandemie und Konsumentenverhalten.

••• Von Isabella Mayer

WIEN. Am 23. Juni veranstaltet der Marketing Circle Austria (DMVÖ, iab Austria, MCÖ und ÖMG) gemeinsam mit der Fachgruppe Werbung Wien einen Live-Event im Allianz Stadion. Thematisiert wird, wie die Pandemie das Konsumverhalten nachhaltig verändert hat. Dazu werden die Ergebnisse der größten Post Corona-Consumer-Umfrage Österreichs veröffentlicht; im Anschluss diskutieren zwölf Experten des Landes über das neue Konsumverhalten nach der Krise.

Top-Experten aus Österreich

In zwei spannenden Keynotes und Diskussionsrunden wird nicht nur über die Zukunft des Marketings diskutiert, sondern auch auf das Verhalten des Konsumenten, die Digitalisierung, die Markenloyalität sowie die Haltung hinter der Marke eingegangen.

Facts

Marketing Circle Austria

Wann 23. Juni

Wo Allianz Stadion, 1140 Wien, Gerhard-Hanappi-Platz 1

Anmeldung

www.austrianmarketingday.at



© PantherMedia/robbyfontanesi (VAY/Micro)

Hybrid-Konferenz: Wie die Pandemie das Konsumverhalten verändert hat und worauf Marketer aktuell achten sollten.

Als Moderation begleiten die Schauspielerin Adriana Zartl und der Marketing-Experte Manfred Gansterer durch die Veranstaltung.

Durch die Pandemie sind im letzten Jahr innerhalb kürzester Zeit gewohnte Arbeitsweisen auf den Kopf gestellt und die Digitalisierung stark vorangetrieben worden. Die Verunsicherung der Konsumenten hat dazu geführt, dass ein Wandel im Konsumver-

halten stattfindet. Was dieser für Marken bedeute und wie in diesem neuen Umfeld richtig kommuniziert werde, erklärt Jürgen Bauer, Obmann der Fachgruppe Werbung und Marktkommunikation Wien.

Der Experte ist neben der Gastro-Ikone Berndt Querfeld, Verhaltensökonom Gerhard Fehr, CMO Microsoft Österreich Bernadette Welly, Tourismus-Expertin Petra Stolba und vie-

len weiteren als Speaker bei der Veranstaltung zu hören.

Anmeldung zum Live-Event

Für die Teilnahme im Hanappi Stadion werden 200 Tickets vergeben. Über die Websites der vier Verbände (DMVÖ, iab, MCÖ, ÖMG) und über die Fachgruppe Werbung ist die Anmeldung zum Event möglich; alle anderen Interessierten erhalten virtuellen Zugang zum Event.



© Andreas Aust/Infinity Media

Infinity Media ermöglicht seinen Kunden eine neue DOOH Werbe-Experience.

Liveticker als Werbetoool

Völlig neu: Werbung auf XXL-Screens in der Stadt.

WIEN. Der DOOH-Anbieter Infinity Media nutzt die „UEFA Euro 2020“ als Startschuss, um seinen Kunden eine völlig neue Außenwerbeform zu ermöglichen. Durch das neue Format können individuell gebrandete Echtzeit-Spielstände auf XXL-Screens in ganz Wien ausgestrahlt werden. Mittels einer Programmierschnittstelle werden so nicht nur Spielstände,

sondern u.a. auch Quoten oder Wetterdaten in Echtzeit an die Wiener Öffentlichkeit gebracht. Während der EM können auch einzelne Spiele gebucht und mit dem Markenauftritt versehen werden. Kooperiert wird dabei mit Laola1; das Sportportal freut sich „Teil eines Projekts zu sein, das zeigt, was digitale Außenwerbung kann“, so Thomas Berger, Head of Laola1. (red)