

NACHHALTIGKEIT**„Grundhaltung“
bei currycom**

WIEN. Für die Wiener Kommunikationsagentur currycom ist 2021 bisher gut verlaufen: Neben der laufenden Kommunikationsberatung für langjährige Agenturkunden wie McDonald's Österreich, Lavazza oder Danone konnte das Team um CEO Christian Krpoun auch Neukunden wie Beyond Meat oder die Bonaventura gewinnen.

Langjährige Expertise
„Nachhaltigkeit ist für uns eine Grundhaltung“, so Krpoun. Ein Beispiel ist der langjährige Kunde McDonald's Österreich, der seine Nachhaltigkeitsstrategie bereits 2011 festgelegt hat. „Bei der kürzlich erfolgten Präsentation des neuen McPlant-Burgers war neben der guten und kollegialen Zusammenarbeit mit dem McDonald's Team und anderen Partneragenturen sicher einer der Erfolgsfaktoren, dass wir seit Mai auch für den Patty-Lieferanten Beyond Meat tätig sind und wir somit ein tiefes Verständnis fürs Thema mitbrachten“, so Head Consultant und Member of the Board, Angelika Paul.



© Christina Häusler

Geschäftsführer

Christian Krpoun leitet als CEO das currycom-Team.

E-Mobility-Magazin

Egger Lerch nutzt seine Expertise unter anderem für die Gestaltung eines eigenen E-Mobility-Magazins.



© Egger & Lerch

ELO wurde 2018 gegründet und bedient alle Themen, die zur beginnenden Ära der Elektromobilität passen.

••• Von Sascha Harold

WIEN. Elektromobilität ist in aller Munde, österreichweit wurde 2020 ein Rekordanteil an Elektroautos zugelassen – mit knapp über zehn Prozent ist ihr Anteil aber nach wie vor überschaubar. Das *ELO-Magazin*, herausgegeben von der Wiener PR Agentur Egger & Lerch, widmet sich dem Thema der Elektromobilität in allen Facetten und beleuchtet Pro und Kontra in fundierten Beiträgen. Florian Streb, der aktuelle Chefredakteur, über die Anfänge des Magazins: „2018 haben wir Neuland betreten und mit *ELO* ein unabhängiges Magazin für Elektromobilität entwickelt.“

Spannende Inhalte

Mit dem Magazin will currycom unabhängig von Auftraggebern die journalistische Expertise der Agentur einfließen lassen. „Eigentlich beschäftigen wir uns ja mit Corporate Publishing und Content Marketing

und arbeiten eng mit unseren Kunden zusammen, setzen ihre Wünsche und Vorgaben um und spinnen den Faden weiter, um lesenswerte und spannende In-

bei Themenauswahl, Recherche und Faktencheck einzubringen – ohne die Kommunikationsziele eines Unternehmens im Auge zu behalten“, so Streb.

“

2018 haben wir Neuland betreten und ein unabhängiges Magazin für Elektromobilität entwickelt.

Florian Streb
Chefredakteur ELO

“

halte aufzubereiten. Das machen wir sehr gern. Aber es macht uns auch viel Spaß, ein Projekt ohne Auftraggeber umzusetzen und unsere Erfahrungen als unabhängige Journalisten

Stimmiges Gesamtkonzept
Nicht nur inhaltlich, auch grafisch ist Egger & Lerch mit dem *ELO Magazin* neue Wege gegangen: „Normalerweise ist das Corporate Design eines Unternehmens das Fundament, auf dem ich meine Magazinwürfe aufbaue. Hier durfte ich mir das Fundament gemeinsam mit der Redaktion selbst schaffen“, so Grafikerin Elisabeth Ocker-müller.

Optisch sorgt in jeder Ausgabe eine dominierende Schmuckfarbe – bei der aktuellen Ausgabe ein leuchtendes Gelb – für Orientierung.

Themen der aktuellen Herbstausgabe sind ein E-Bike-Guide, eine Aufstellung der derzeit beliebtesten E-Autos und eine Reportage über einen energieautarken Katamaran auf Weltreise.