



[EditorialAktuellesCover-StoryStorysNet-NewsSonderthemenED Dabei](#)

Advertisingpool erweitert Portfolio

Advertisingpool setzt auf neue strategische Partner und Corporate Audio.



Mit namhaften strategischen Partnern beschreitet die Wiener Werbe- und PR-Agentur Advertisingpool ab Mai 2010 neue Wege: In Kooperation mit den Firmen Sound Strategy und idsolutions sowie dem Wirtschaftsnetzwerk des Wiener Sportklub ?Dornbach Networks? erweitert das vor zw?lf Jahren vom Journalisten und Konzeptionisten **Robert Smejkal**, dem Grafik-Designer **Michael Brandl** und dem Filmproduzenten **Walter Reichl** gegr?ndete Unternehmen sein Portfolio um die Bereiche Sound Branding, Online-Marketing, Cross Media, Networking und Sponsoring ? und tritt fortan mit einer in der o?sterreichischen Werbebranche bislang einzigartigen ?Sound Identity? am Markt auf.

Corporate Audio

Die Kompositionen der international ausgerichteten Sound Branding-Agentur Sound Strategy, fu?r verschiedene ho?rbare Bereiche (von der Telefonanlage, u?ber das Internet bis hin zu Radio- und TV-Spots) verhalten in den letzten Jahren zahlreichen Unternehmen und Organisationen (darunter Adidas, Almdudler, der Generali Gruppe O?sterreich, Jacobs, Magna Steyr, dem ORF, Raiffeisen, Redmail, Spirit Design, der O?sterreichischen Wirtschaftskammer, Wien Tourismus und Slow Food Wien) zu einer unverwechselbaren akustischen Identita?t. Mit ihrem von Sound Strategy entwickelten neuen Sound-Logo und Sound-Scape ist die Agentur Advertisingpool die erste heimische Werbe- und PR-Agentur, die bei Ihrem Auftritt in der Branche und am Markt auf ?Corporate Audio? setzt. Im Rahmen gemeinsamer Marketing- und PR-Aktivit?ten mit Sound Strategy mo?chte Advertisingpool ku?nftig auch bestehende und potenzielle Kunden fu?r das Produkt ?Sound Branding? begeistern.

Akustische Marken-Identita?t

?Der visuelle Bereich der Unternehmenskommunikation?, so Sound Strategy-Gru?nder **Herwig Kusatz**, ?ist meistens bis ins letzte Detail durch Richtlinien geregelt. Von der Visitenkarte u?ber die Webseite bis hin zum Messeauftritt richtet sich alles nach dem Corporate Design des jeweiligen Unternehmens. Der auditive Bereich bleibt hingegen oft dem Zufall u?berlassen. So gesehen ist es heute noch vergleichsweise einfach, sich durch professionell gestaltetes und gezielt eingesetztes Corporate Audio von Mitbewerbern abzuheben. Um Unternehmen ?ho?rbar? zu machen, entwickelt Kusatz Strategien, die den gesamten Auftritt des Unternehmens beachten und der Marke zum gewu?nschten Image verhelfen. Eine konsistente akustische Markenfu?hrung sorgt dabei fu?r die Differenzierung, Wiedererkennung, emotionale Aufladung und bessere Erlebbarkeit der Marke. Die Einsatzmo?glichkeiten der akustischen Sujets reichen vom Firmen-Klingelton u?ber die Telefonwarteschleife bis hin zum Audiojingle und zur Firmenhymne. Als Komponist steht Kusatz u.a. der Musikproduzent und Sound Design-Mitbegru?nder **Karl Mo?stl**, Ku?nstler von G-Stone (dem

Label von Kruder & Dorfmeister) zur Seite.

Cross Media-Konzepte

Für immer öfter angefragte professionelle Lösungen im Bereich Online-Marketing hat Advertisingpool einen ebenso kompetenten wie erfahrenen Partner gefunden: Die Firma idsolutions aus Steyr ist spezialisiert auf die Konzeption und Entwicklung von web-basierten Anwendungen. Mittels innovativer Cross Media-Konzepte, so der für den Vertrieb verantwortliche Managing Partner von idsolutions, **Markus Kaufmann**, sind wir in der Lage, perfekt aufeinander abgestimmte Marketingtools für das Web, für den E-Mail-Bereich und für den kommerziellen Druck entwerfen zu können. Dabei decken wir als umfassender Dienstleister

für Neue Medien den gesamten technischen Bereich ab. Das erste gemeinsame Projekt von Advertisingpool mit idsolutions ist der Relaunch der Agentur-Website www.advertisingpool.at.

Vielfältiges Engagement

Bei der Auswahl unserer neuen Partner, so Advertisingpool-Geschäftsführer Smejkal, waren neben wirtschaftlichen vor allem auch ideologische Aspekte entscheidend. In einer oftmals von reiner Profitorientierung und neoliberalen Tendenzen geprägten Zeit setzen wir ganz bewusst ein Zeichen und konzentrieren uns statt auf rasch wechselnde kurzfristige Geschäftsverbindungen mit austauschbaren Mitarbeitern und billigst bietenden Lieferanten auf ein faires und produktives Zusammenwirken zwischen außergewöhnlichen Unternehmen, Institutionen und Persönlichkeiten, die von ihrer Philosophie her zu uns und zu unseren

Kunden passen.

Ganz in diesem Sinne verstehen sich auch die Zusammensetzung des Advertisingpool-Teams (in dem vom 30-jährigen kanadischen Fotografen mit österreichisch-ungarischen Wurzeln, **Andrew Rinkhy**, bis hin zum 66-jährigen Historiker, Künstler **Wolfgang Rosar**, verschiedenste Generationen, Kulturen und Charaktere vertreten sind) und das Engagement der Agentur im Rahmen des Wirtschaftsnetzwerks des Fußballvereins Wiener Sportklub (Dornbach Networks), für das das Advertisingpool-Team ab Mai 2010 u. a. in Sachen Öffentlichkeitsarbeit tätig sein wird. Sportklub-Präsident **Udo Huber**: Dornbach Networks ist als Wirtschaftsnetzwerk des Wiener Sportklub der Motor unserer täglichen Mittelbeschaffung. Von unserer künftigen engen Zusammenarbeit mit und Beratung durch Robert Smejkal und die Agentur Advertisingpool

erwarten wir uns eine Steigerung unseres Bekanntheitsgrads im Bereich der Wirtschaft und eine Erleichterung der Kontaktaufnahme zu potenziellen Sponsoren.

Am Bild: Das Gründungsteam des Advertisingool: Robert Smejkal, Michael Brandl, Walter Reichl

Foto: Advertisingool