



# medianet

BUSINESS WEEKEND

Wir haben mehr als 230.000 Konsumenten, die darauf warten Ihre Fragen zu beantworten.



MARKETAGENT.COM

Markt- und Meinungsforschung im Internet.

**ARAG**  
MÄCHT STARK.

Mit ARAG, Europas großem Rechtsschutzversicherer, steht Ihnen der Spezialist in allen Rechtsfragen zur Seite.

Näheres bei Ihrem Berater oder unter [www.ARAG.at](http://www.ARAG.at).

**DIREKT**  
[www.direkt.biz](http://www.direkt.biz)  
+43 (0) 1 66 177

## INHALT

### prime news & market watch



- > Luxusreport 2011: die neureiche „Generation Z“ 3
- > Interview mit Starfotograf Christophe Gilbert 5

### marketing & media

- > NÖ Werbepreis „Goldener Hahn 2011“: alle Sieger 8
- > Ausbildung: In zehn Wochen zum Videjournalisten 10

### retail



- > Spaghetti & Specknödel: Wo Norden auf Süden trifft 16
- > Markenwert: Wiesbauer, Neuburger & Moser vorn 18

### business weekend

- > Pharmaindustrie: Jetzt kommen die Japaner 22



- > Ford will möglichst bald zurück zu alter Stärke 28
- > Berge und Wälder: Knapp, reglementiert, begehrt 42

Telekom: Nach der firmenrechtlichen Fusion gibt es jetzt auch für die Kunden nur mehr einen Ansprechpartner

## Konvergent samma: A1 spielt alle Stückln



Beim Pressegespräch am Donnerstag in Wien: A1 Telekom Austria-Vorstand Alexander Sperl und Tanja Sourek, Leiterin des Bereichs Marketing Communications.

Die Trennung von Festnetz und Mobilfunk ist Geschichte. Die Telekom Austria AG tritt nur mehr unter der Dachmarke A1 auf. Ein Gespräch mit Vorstand Alexander Sperl über den Heiligen Gral der Telekommunikation: Konvergenz.

Seite 2/3



Die NÖ Landeskliniken-Holding ist mit ihren 27 Standorten der größte öffentliche Gesundheitsdienstleister Europas.

Durch wohnortnahe Gesundheitsleistungen

**Janssen**

PHARMACEUTICAL COMPANIES  
OF *Johnson & Johnson*

**Werbefotografie** Weltweit erste Ausstellung der Arbeiten des belgischen Fotografen Christophe Gilbert in der Galerie Jungwirth in Graz

# Werbung ist ein „lächelndes Aas“

Gilbert arbeitete für Unternehmen wie Mercedes, VW, Ikea, Sony und Levi's.

**Wien/Graz.** Der belgische Fotograf Christophe Gilbert ist ein ästhetischer Perfektionist, der ein deutliches Faible für Science-Fiction und Pop in seinen Bildern auslebt. Gilbert arbeitete für Unternehmen wie Mercedes, Renault oder VW und für Agenturen wie Euro RSCG oder Ogilvy. Auch für Brands wie Ikea und Levi's entstanden ungewöhnliche, stets auf Hochglanz gestylte Werbesujets. Die imposante Verbindung zwischen Werbung, Konzept und Foto-Kunst ist ab 21. Juni im Atelier Jungwirth in Graz ([www.atelierjungwirth.com](http://www.atelierjungwirth.com)) erstmals zu sehen. Es ist weltweit die erste Ausstellung seiner Arbeiten. Der Künstler im Gespräch:

**medianet:** Auf welche Ihrer Arbeiten sind Sie besonders stolz?

**Christophe Gilbert:** Auf die Bilder meiner Kinder, als sie Babys und noch unschuldig waren.

**medianet:** Was war die interessanteste Werbekampagne, an der Sie je beteiligt waren?

**Gilbert:** Zweifellos die Levis-Farben-Kampagne. Wirklich gemocht habe ich auch die Beka-Bilder mit den Katzenfrauen.

**medianet:** Welcher Fotograf hat Sie besonders beeinflusst?

**Gilbert:** Ich würde sagen, Fotografen wie Edouard Boubat und seine klare Vision von Frauen und Guy Bourdin.

**medianet:** Sie machen am liebsten Fotos von schönen Autos und schönen Frauen. Ist der Playboy nie an Sie herangetreten?

**Gilbert:** Nie! Aber es wäre sicherlich amüsant.

**medianet:** Was ist eine größere fotografische Herausforderung: ein menschliches Model oder ein Auto?

**Gilbert:** Ein menschliches Model. Gefühl und Persönlichkeit einzufangen, ohne sich am Charakter der Person zu versündigen, die ich fotografiere.

**medianet:** Scheren Sie sich um die traditionelle Differenzierung zwischen Kunst und Kommerz? Spielt es eine Rolle in Ihren Gedanken und Ihrer Arbeit?

**Gilbert:** Ein erfolgreiches Werbesujet kann auch kompromisslos sein ... Das ist auch nicht immer einfach. Die einzigen Grenzen in der Kunst sind die eigenen.

**medianet:** Welche Art von Werbung mögen Sie – und welche gar nicht?

**Gilbert:** Ich mag Werbung nicht, wenn keine Idee dahinter steckt, wenn keine Message darin steckt, wenn sie langweilig ist.

**medianet:** Ist Werbung ein „lächelndes Aas“, wie Ihr Kollege Oliviero Toscani es beschrieben hat – oder hat sie mehr positive Aspekte an sich als man gemeinhin vermutet?

**Gilbert:** Da stimme ich mit Toscani überein.

**medianet:** In Erwartung Ihrer ersten Ausstellung: Wie verlockend ist es, die eigenen Bilder auf riesigen Plakatwänden zu sehen?

**Gilbert:** Es ist gleichzeitig aufregend und Angst einflößend. (sb)



© atelierjungwirth.com/Christophe Gilbert

Der Belgier lebt in den Fotos sein Faible für Ästhetik, schöne Frauen und SF aus.