

# Werbe-Berater

Multigate stattet die nationalen Sponsoren der Fußball-Europameisterschaft aus.

**Sind Werbeartikel** eine Sonderwerbeform? Klar, sagt Multigate-Geschäftsführer Werner Keltscha. „Gegenständliche Werbung“, genau genommen, ein unterstützendes Instrument, das mehr und mehr eingesetzt wird. „2007 war für unsere Branche ein sensationelles Jahr“, erzählt Keltscha, „aber den Erfolg können wir uns bei diesem Rückenwind alle miteinander nicht auf

„Ein bisschen zu probieren, ohne ein Konzept zu haben, bringt überhaupt nichts.“

die Fahnen schreiben. 2008 hingegen wird sehr, sehr interessant. Sollten tatsächlich etwas dunklere Wolken am Horizont erscheinen, wird es vor allem darauf ankommen, sich von anderen zu unterscheiden, und zwar über die Beratung.“

**Beratung der Kunden** – ein heikles Thema. Wer nur ein paar tausend gebrandete Kugelschreiber verteilen will, wird sich mit der Erfolgsmessung schwer tun. „Ein bisschen zu probieren, ohne ein Konzept zu haben, bringt überhaupt nichts“, ist Keltscha überzeugt. Die professionellen Marketer wüssten durchaus, wie sie Werbeartikel in ein Gesamtkonzept einbinden wollen, doch es komme auch vor, dass namhafte Unternehmen (mit entsprechenden Budgets) der Meinung sind, das Instrument könne auch als Stand-alone wirken. Eine

schwierige Situation, sind doch manche Marketer (so hört man) nicht ganz frei von Selbstbewusstsein. „Auch, wenn Sie mir das jetzt nicht glauben, aber ich habe schon Kunden von Werbe-

**WERNER KELTSCHA**  
GF MULTIGATE



© 2008 Marc Benedict

artikeln abgeraten. Und wissen Sie, was passiert? Wenn sie ein Konzept haben, kommen diese Kunden garantiert wieder zu uns.“ Zur Beratung gehöre übrigens auch die Evaluation nach einem Misserfolg – eines der mächtigsten Instrumente der Kundenbindung.

## Kunde UEFA

Und die Fußball-EM? Während der Weltmeisterschaft 2006, meint Werner Keltscha, wurde das Thema Fußball seitens der werbetreibenden Wirtschaft fast schon inflationär besetzt, was zur



Auch Multigate-Kunde Haribo setzt auf das Thema Fußball

Folge hat, dass manche Unternehmen heuer bewusst einen Bogen darum machen. Außerdem seien die Versuche, in Österreich eine Europhorie zu evozieren, eher mäßig erfolgreich. „Insgesamt ist der Schub durch die EM deutlich unter unseren Erwartungen geblieben.“

**Also wählte Werner Keltscha** einen anderen Weg. Die UEFA vergab den Auftrag für sämtliche Werbeartikel an TMS (The Marketing Store). Keltscha rief bei TMS in London an, um zu fragen, ob sie vielleicht einen Subunternehmer für Österreich brauchen könnten.

„Nicht, dass ich damit gerechnet hätte, aber TMS war sogar froh, dass ihnen jemand die Arbeit abnahm.“ Also stieg Multigate als Subunternehmer der TMS für Österreich in das EM-Geschäft ein, was zur Folge hat, dass die National Sponsors nun Multigate-Kunden sind. Entscheidend für den Etat war laut Keltscha, dass Multigate zertifiziert ist und einen Nachhaltigkeitsbericht auflegt – „für TMS war das eine absolute Bedingung“.

**Die EM ist übrigens** ein weiteres Thema, bei dem Beratung entscheidend ist. Die Vorgaben der UEFA sind bekanntlich ebenso strikt wie umstritten, und die wenigsten Marketing-Entscheider wissen im Detail, was sie nun eigentlich dürfen und was nicht. Werner Keltscha musste sich durch intensive Recherche diesbezügliches Know-how

Hochwertige TMS-Produkte im Auftrag der UEFA



erwerben. Origineller Nebeneffekt des TMS-Deals: Die UEFA ist nun auf dem österreichischen Markt selbst zum Kunden von Multigate geworden – ein Etat, den ein heimisches Unternehmen normalerweise wohl nicht erhalten hätte.



Goodies für die Fans von Telekom Austria

**Euro-08-Artikel** dürfen nur die Sponsoren verwenden. Insgesamt setzen rund 80 bis 90 Multigate-Kunden auf das Thema Fußball, schätzt Werner Keltscha, wobei alles angefragt wird, was sichtbar auf der Straße getragen werden kann. Bei der Fanmeile kein Problem – hinsichtlich der Frage, was man in ein EM-Stadion mitnehmen darf, musste bisweilen Aufklärungsarbeit geleistet werden. „Eine Beratung, die sie von einem Riesen wie TMS wohl nicht bekommen hätten“, meint Keltscha.