



Jubiläum: 50 Jahre MCÖ

Im prachtvollen Ambiente der Wiener Börsensäle feierte der Marketing Club Österreich (MCÖ) sein 50-jähriges Bestehen. Und wie es sich für eine echte Institution der österreichischen Marketingbranche gehört, waren nicht nur die 400 geladenen Marketingprofis hochkarätigsten Ranges, sondern vielmehr noch das gebotene Programm.

Schon bei den einleitenden Begrüßungsworten von MCÖ-Präsident

Erich Mayer war klar, dass der MCÖ in Aufbruchstimmung ist. Man wolle nicht zurückblicken, sondern vielmehr gemeinsam in die nächsten 50 Jahre aufbrechen. Einen Blick in die Zukunft gewährte dann auch Keynote Speaker Hans-Georg Häusl, Vorstand der Gruppe Nymphenburg, mit seinem Vortrag, indem er verdeutlichte, was Marketing von der Hirnforschung lernen kann. Eine seiner Kernaussagen: Kaufentscheidungen erfolgen nicht rational, sie sind nahezu emotionale Angelegenheiten. Mit anderen Worten: Nichts wird ohne Emotion entschieden. Und: Gute Marken haben emotionale Kernwerte. Über die Effektivität des Marketing Club Österreich an sich diskutierten anschließend u. a. die Universitätsprofessoren Ernest Kulhavy und Günther Schwaiger. Für Stimmung sorgte die Gruppe Dorffrommler und das interaktive „Marken- und Marketinggewinnspiel 1, 2 oder 3“. Unter den Gästen wurden gesehen: Barbara Enzinger („Presse“), Roswitha Hasslinger (Gallup), Karl Pall (Google), Doris Ragetté (RMS), Toni Jenzer (Schober Information Group), Petra Fell (One), Gerhard Riedler (IPA plus Österreich).

Die Mitglieder des Vorstands des Marketing Club Österreich mit Geschäftsführerin Judith Löffler (vorne li.) und Präsident Erich Mayer (stehend re.)



Keynote Speaker Hans-Georg Häusl, Vorstand der Gruppe Nymphenburg

Schon bei den einleitenden Begrüßungsworten von MCÖ-Präsident



Moderatorin Regina Preložnik mit MCÖ-Präsident Erich Mayer.