

GLORREICHE 7 SONDERURKUNDEN, VERLIEHEN VOM MAGAZINE-TEAM

Es gibt nicht nur Blogs. 206 Nominees hatten wir beim VBV Smeil Alps 20: Erneut fast ausschließlich privat betriebene Seiten und kaum Corporates. Warum das so ist? Nun, weil sich die Zeiten geändert haben und viele Manager lieber gleich auf Social Media Plattformen aktiv sind, das kostet nichts und die Reichweite ist genial, LinkedIn ist dabei die klar wichtigste Plattform geworden. Wir hängen daher unsere nun folgende subjektive Wahl „außerhalb der Blogs“ daher vor allem auf LinkedIn auf, wertschätzen aber auch weitere hervorragende Aktivitäten. „Wir“, das sind die Börse Social Network Eigentümer Christian Drastil und Josef Chladek, Chefredakteurin Christine Petzwinkler sowie Jonathan Chladek (18), der die Kommunikation mit den 206 Smeil-Bloggern verantwortet hat, dabei tiefe Einblicke bekam und auch eine alternative Sichtweise mitbringt.

Heimo Scheuch. Den CEO Wienerbergers haben wir hier bereits im Vorjahr genannt. Und wir nennen ihn erneut. Subjektiv gesehen macht kein anderer CEO aktivere Kommunikation via

LinkedIn, er reagiert zudem persönlich auf Kommentare. Der Aufsichtsrats-Chef der Wiener Börse ist ein großes Vorbild. In Summe machen die Austro-CEOs einen besseren Job als die Deutschen.

Markus Fallenböck. Ihn kennen wir schon seit ewig persönlich, haben mit ihm in der Styria lose zusammengearbeitet. Der Verlagsprofi hat bei seinem Intermezzo als GF von Own 360 tolle und neue Sichten präsentiert, wie man das Veranlagen schmackhaft machen kann. Und er war gefühlt überall dabei. Jetzt leitet er eine Uni, bleibt aber an Own 360 beteiligt.

ÖBAG. Die Staatsholding punktet mit vielen kleinen, aber feinen Details zu ihren Beteiligungsunternehmen. Literacy pur, da steckt verdammt gute Arbeit

dahinter. Trotzdem kommt man vor allem mit politischen Rangeleien fernab dieses guten Contents in die Medien - schade.

Zumtobel. Geschäftsberichte gibt es leider nicht mehr allorts physisch. Der wunderschönste der Gedruckten ist jener von Zumtobel.

Philoro. Die Mannschaft von Rudi Brenner hat 2020 wohl die auffälligste Öffentlichkeitsarbeit mittels klassischer Werbung gemacht, mit Gold lag man 2020 auch vom Ertrag her richtig.

IFA. „Und erlöse uns von den Börsen“. Klar, dass die starke Immo-Truppe Soravias in erster Linie Immobilien verkaufen möchte und da kann man im Slogan die Börsen schon mal bashen. Mutig und erfrischend war diese Printwerbung trotzdem.

UBM. Auch hier zeichnen wir zum 2. Mal aus. Der Newsletter „ubm magazin“ findet nach wie vor Nachschub an wunderschönen Sachen aus Immobilienwirtschaft, Stadtplanung und Design. Es geht dabei nicht um eigene Dinge, sondern fremde, damit ist das Ganze als Journalismus einzustufen. Man merkt, dass hier Profis, denen die Arbeit Spaß macht, am Werken sind. 🍀

