

Българите в Австрия имат свое списание

Изданието е с тираж пет хиляди бройки и се разпространява безплатно

Марко НИКОЛОВ

От няколко месеца българската общност в Австрия има свое списание. Негови издатели са студентките по мениджмънт, магистърска степен, във Виенския университет Елица Караенева и Татяна Рибарска.

Всичко започва през миналата година, когато по време на семинар в модула „Проект мениджмънт“ при проф. магистър Ингрид Шваб-Матковиц те избират темата за периодично издание и докато работят по проекта, решават да го реализират във формат списание, което наричат „Българите в Австрия“.

През есента на 2006 г. Елица и Татяна регистрират дружеството с идеална цел Kulturverein - Bulgarian in Oesterreich и сайта www.bulgaren.org, чрез който от-

ЕЛИЦА КАРАЕНЕВА е родена в Казанлък. Завършила е гимназия „Тодор Юлиев“, паралелка по маркетинг и мениджмънт. През 2000 г. се дипломира като бакалавър със специалност „Счетоводство и контрол“ в Университета за национално и световно стопанство. Две години работи като счетоводител в застрахователно дружество QBE International. Преди три години записва магистратура в специалност Logistikmanagement във Виенския университет. **ТАТЯНА РИБАРСКА** е родена в Благоевград. През 1997 г. завършва икономическа техникум „Иван Илиев“, а през 2001 г. - бакалавърска степен, специалност „Стопанско управление“ в Югозападния университет „Неофит Рилски“. Работила е в частния сектор и като застрахователен агент. Преди пет години пристига в Австрия, където записва магистърска степен в специалност BWL - Management във Виенския университет. Омъжена е, има 4-годишни близначки.

правят покана за доброволни сътрудници към български живеещи не само в Австрия. Така е сформирани екип от десет души, амбицирани да създадат едно стилно, практично списание, което да е от полза както на новопрестигналите, така и на тези, които вече учат или работят в страната.

Първият брой на 32-страничното двуезично издание излиза през декември. „Българите в Австрия“ е единствената българска медия в алпийската държава и предизвиква голям интерес сред

читателите, заради което тиражът на втория брой е вдигнат на 5000 бройки. Списанието излиза на два месеца и се разпространява безплатно, финансира се от реклами. Издателите му използват разнообразни канали за дистрибуция, като го предлагат основно на места, които се посещават от българци - посолството във Виена, културният център „Дом Витгенщайн“, туристически агенции, българските църкви, ресторант „Плевен“, както и в автобусите, пътуващи за и от България. Според



Дипломантите по мениджмънт във Виенския университет Елица Караенева (вляво) и Татяна Рибарска издават единственото българско списание в Австрия

Елица и Татяна, макар и само с няколко броя в архива си, „Българите в Австрия“ е на път да се утвърди като интегративна медия на нашите сънародници в тази държава, а потвърдението на техните думи идва от нарастващия брой на абонатите, който вече надхвърля 1000, както и от интересът на рекламодателите.

Намеренията на бъдещите магистри по мениджмънт са да развият списанието като независима медия, която да отразява актуалните събития от живота на българските общности, да засилва чувството за принадлежност към нея, да разкрива потен-

циала на сънародниците ни, а също и да подпомага връзките между българския и австрийския бизнес.

На тази основа те разработват тематичната и графичната концепция на изданието, в което читателите могат да прочетат юридически коментари и съвети по теми като „Достъп до работа в Австрия и ЕС“, „Правни форми на предприятия в Австрия“, „Австрийско гражданство“, а също и материали за културни събития, организирани от българи или с българско участие (например етнофестивалът Balkan Fever, състоял се през април и май във Виена),

портрети на наши сънародници, намерили признание и реализация в страната като писателят Димитър Динев, оперната певица Красимира Стоянова, музикалната фамилия Владигерови и т.н. Редакционният екип поддържа още рубриката „Непознатата България“, както и страницата на организацията на българските студенти в Австрия - КИТ.

Избрани статии от новия четвърти брой на „Българите в Австрия“ вече са публикувани в сайта на списанието, а от утре ще започне и разпространението му сред българската общност в страната.

Още месец се събират заявки за фестивал

На 29 юни изтича крайният срок за подаване на заявките и материалите за участие в Осмия фестивал на Асоциацията на рекламните агенции (ФАРА), който ще се проведе от 12 до 15 септември в Албена.

В тазгодишното издание на фестивала участниците отново ще се състезават по креативност в 12 категории - телевизорна реклама; кинореклама; радиореклама; пресреклама; Out of Home (външна, вътрешна, транспортна реклама, плакати и безплатни картички); дизайн; корпоративна идентичност; опаковки и етикети; интернет реклама; автореклама; нова медия и креативно използване на съществува-

ща медия; събития; рекламна кампания. За пръв път телевизионната реклама е разделена на три подкатегории - стоки, услуги и социална, политическа, медийна реклама.

Във всяка категория по преценка на журито ще се излъчват до пет финалиста и от тях се присъждат до три награди - злато, сребро и бронз. В класирането за голямата награда „Агенция на годината“ златото във всяка категория (освен тази за кампания) носи 7 точки, среброто - 5, бронзът - 3. Всяка номинация също носи по 1 точка. „Агенция на годината“ става участникът, събрал най-много точки от отделните категории.

Във фестивала могат да участват всички реклами и рекламни кампании, публикувани, излъчвани, организирани от началото на миналата година до днес и неучаствали в предишни издания. Участниците представят рекламни продукти, създадени в България и реализирани в страната или чужбина.

За втора поредна година с приз от фестивала освен агенциите ще си тръгне и един от рекламодателите. Рекламодателят на годината ще се определя на същия принцип като „Агенция на годината“ - чрез събиране на точките от различните категории.

Дневник

Нова кампания ще налага „Балантайнс“

Френската компания за вина и спиртни напитки „Перно Рикар“ (Pernod-Ricard) ще инвестира 40 млн. евро в новата маркетингова кампания на своята марка уиски „Балантайнс“. Това съобщава лондонският „Томсъм файненшъл“, като цитира изявление на самата компания.

Рекордната сума е отделена само за първата година от дългосрочна рекламна програма, която има за цел да наложи новото послание на марката - „Направи впечатление“. Кампанията вече започна в Германия през

април. Плановите са тя да продължи в България, Италия, Испания, Португалия и Бразилия през третото тримесечие на годината.

Изпълнителният директор на отделението за уиски и джин на „Перно Рикар“ Кристиан Порта не е коментирал как ще бъде разпределена сумата между различните пазари и дали и през следващите години от кампанията бюджетите ще бъдат толкова големи. „Най-големите пазари с най-добър потенциал за развитие логично ще привлекат най-голяма част от рекламните

инвестиции“, е казал Порта.

Рекламната кампания ще има за цел да представи и нова, луксозна разновидност на уискито - 12-годишен „Балантайнс“, на която „Перно Рикар“ много разчита за ръст на продажбите. Порта е обявил, че очаква до края на годината „Балантайнс“ да върне продажбите си до нивото, на което бяха, преди марката да бъде купена от предишния й собственик „Алайд Домек“ (Allied Domecq) през 2005 г. След придобиването обемята паднаха с около 11%. Дневник

РЕКЛАМА, МАРКЕТИНГ, РЕШЕНИЯ...

Серджо Зийман!

Търсете книгите на Locus Publishing

www.locus-publishing.com
0888 700 785