



SIEBEN KÖPFE FÜR IHREN ERFOLG

Tel.: + 43 1 479 81 82
Fax: +43 1 479 81 82-83
E-Mail: susanna.gassner@gh-pr.at
1180 Wien Alsegger Straße 18
www.gh-pr.at



SERVICEPORTFOLIO UND TEAM

Gassner & Hluma Communications, gegründet 1995, ist eine Eigentümer geführte, Wiener PR-Agentur, die Full Service in Sachen Öffentlichkeitsarbeit – von der Beratung über die Konzeption von PR-Kampagnen, Durchführung bis inklusive Erfolgskontrolle – anbietet.

Zu den Kern-Aufgabengebieten Gassner & Hluma Communications gehören:

- Medienarbeit (B2B & B2C)
- Tourismus-PR
- Online-PR, Neue Medien & Web 2.0
- Eventplanung und -organisation
- Krisenkommunikation
- Corporate Publishing
- interne Kommunikation

Als Geschäftsführer fungieren Mag. Susanna Gassner und Manfred Hluma, die beide ihre Wurzeln im Journalismus haben und bei folgenden führenden Medien Österreichs tätig waren: Die Presse, Kurier, Austria Presse Agentur, ORF, a3-Fachverlag u. a.

Manfred Hluma und Susanna Gassner stehen mit Dr. Lucas-Michael Kopecky (Senior PR-Consultant), MMag. Sabina König (Junior PR-Consultant), Mag. Dagmar Riedl (PR-Assistent), Nina Munk (Text) und Andrea Sturm (Text und Neue Medien) erfahrene Mitarbeiter zur Seite. Darüber hinaus greift Gassner & Hluma Communications auf das Know-how bewährter freier Mitarbeiter und Partnerunternehmen zurück.



QUALITÄT

Gassner & Hluma Communications stellt sich alle zwei Jahre der Zertifizierung nach dem international anerkannten Consultancy Management Standard II (CMS). Dieses Audit – vergleichbar mit der ISO-Zertifizierung für die Industrie – unterzieht die Arbeit einer PR-Agentur einer nachvollziehbaren, neutralen Qualitätskontrolle und dokumentiert den Einsatz eines wirkungsvollen Qualitätsmanagementsystems für Public Relations-Dienstleistungen.

Kunden signalisiert die Zertifizierung nach CMS:

- Qualität wird in allen Agenturbereichen gelebt.
- Gassner & Hluma Communications verfügt über fundierte Strukturen
- ständige Weiterentwicklung der Beratungsdienstleistungen
- reibungsloses, effizientes und zielorientiertes Projektmanagement
- Die Berater verfügen über ein hohes Maß an fachlicher und persönlicher Kompetenz und sind in allen PR-Fragen auf dem jüngsten Stand.

ARBEITSSCHWERPUNKTE

Der Fokus von Gassner & Hluma Communications liegt in den Bereichen

- Tourismus (Tourismusverbände, Hotellerie und andere Leistungsträger)
- Freizeit
- Lifestyle
- Gastro
- Bauen
- Luftfahrt



DIE KOMPETENZEN

Gassner & Hluma Communications bietet:

- strategische Beratung
- vernetzte Denkweise
- kompromisslose Qualitätsorientierung
- beste Branchenkenntnisse
- Top-Journalistenkontakte
- Networking-Qualität
- Social Media-Praxis
- internationale Vernetzung
- hohe Sprachkompetenz

UNTERNEHMENSKULTUR – WERTE

- **professionell:** Wir suchen nach Exzellenz in allen Bereichen.
- **ehrlich:** Der aufrichtige Dialog ist uns ein Anliegen.
- **kritikfähig:** Ihr kritisches Feedback bietet die Basis für Verbesserungen.
- **zuverlässig:** Versprechen werden gehalten.
- **flexibel:** Kundenwünsche werden auch spontan möglichst rasch erfüllt.
- **neugierig:** Wir sind offen für neue Ideen, Projekte und Technologien.
- **begeisterungsfähig:** Wir tragen den Spirit unserer Kunden hinaus.



ARBEITSWEISE

- **inspirierend**
Die Kommunikation von Gassner & Hluma Communications soll die Dialoggruppen – insbesondere in den Medien – dazu anregen, die von Gassner & Hluma Communications lancierten Themen aufzugreifen und umzusetzen. Notwendig dafür: inspirierende Aufbereitung der Themen – formal und inhaltlich.
- **nachhaltig**
Das Team von Gassner & Hluma Communications legt besonderes Augenmerk auf die langfristige Pflege der Kontakte zu Journalisten, Kunden, Lieferanten und anderen relevanten Öffentlichkeiten, damit die Markenwerte der Kunden stets präsent sind.
- **serviceorientiert**
Gassner & Hluma Communications arbeitet serviceorientiert. Schnelle Reaktion auf Anfragen, maßgeschneiderte Ausrichtung auf die Kommunikationserfordernisse der Dialoggruppen sowie individuelle Dokumentation und Reporting gehören zu den Standards.
- **effizient**
Knappe Budgets verlangen effiziente Strategien. Daher bemüht sich Gassner & Hluma Communications um das bestmögliche Verhältnis von PR-Investition zu Ertrag. Die Kunden von Gassner & Hluma Communications erhalten in regelmäßigen Abständen eine quantitative Evaluierung sowie einen qualitativen Report.
- **stilsicher**
Das Team von Gassner & Hluma Communications schreibt Texte, die den richtigen Ton treffen – stilsicher auf die jeweilige Zielgruppe zugeschnitten.



UNSER MEDIENNETZWERK

In unserer Journalistendatenbank, die stets auf dem aktuellsten Stand ist, finden sich über 1.600 Redakteure aus den Bereichen Tourismus, Freizeit und Lifestyle aus österreichischen, deutschen und Schweizer Medien. Wir versenden die News unserer Kunden an Print- wie Online-Journalisten, Adressen aus Social-Media-Netzen (z. B. Reise-Blogger) und Radio- und TV-Stationen. Die Journalisten aus den Leitmedien kennen wir persönlich und pflegen regelmäßig Kontakt zu ihnen.

RETURN ON PR-INVESTMENT

Unsere Kunden erhalten in regelmäßigen Abständen eine Evaluierung des erreichten Outputs (Werbewert und Reichweiten) sowie einen qualitativen Report.

Aus den Analysen der Presseauschnitte, die wir für unsere Kunden regelmäßig durchführen, wissen wir: Jeder investierte PR-Euro kommt in Form des vielfachen Werbewerts zurück.

Hier zwei Beispiele aus von uns erfolgreich durchgeführten PR-Kampagnen, die im Wesentlichen die Tools Presseaussendungen, Einzel- und Gruppenpressefahrten und Medienkooperationen umfassten:

Destination A, Sommersaison, Märkte Österreich und Deutschland, Kampagnenlaufzeit April bis September:

PR-Investition: 18.000 Euro reiner Werbewert: 1,7 Mio. Euro

1 PR-Euro = 95 Euro reiner Werbewert

Destination B, Wintersaison, Märkte Österreich und Deutschland, Kampagnenlaufzeit September bis März:

PR-Investition: 16.000 Euro reiner Werbewert: 1,3 Mio. Euro

1 PR-Euro = 81 Euro reiner Werbewert



Süddeutsche Zeitung

KUNDENLISTE (AUSZUG)

- **Kärntens Naturarena**, Tourismus: Presseaussendungen, Einzel- und Gruppenpressefahrten, Medienkooperationen (Österreich und Deutschland)
- **Kneipp für mich®-Erlebnisdörfer**, Tourismus: Presseaussendungen, Einzel- und Gruppenpressefahrten (Österreich, Deutschland, Südtirol und Schweiz)
- **Marché International**, Gastronomie: Presseaussendungen, Pressegespräche, Eventorganisation, Einzelinterviews, Medien- und Wirtschaftskooperationen (Österreich)
- **McCain Foods Österreich**, Einzelhandel und Gastronomie: strategische Beratung, Umsetzung des CSR-Programms in den Dialoggruppen und Pressearbeit (Österreich)
- **Millstätter See Tourismus GmbH**, Tourismus: Presseaussendungen, Einzel- und Gruppenpressefahrten, Medienkooperationen (Österreich und Deutschland)
- **Nockbike**, Tourismus: Presseaussendungen, Einzel- und Gruppenpressefahrten (Österreich und Deutschland)
- **MYDAYS**, Freizeiterlebnisse: Presseaussendungen, Pressegespräche, Eventorganisation, Einzelinterviews, Journalisten-Workshops, Medienkooperationen (Österreich)
- **Österreichischer Aero-Club**, Freizeitbranche: Corporate Publishing (Mitgliedermagazin in Österreich)
- **Österreich Werbung**, Tourismus: Corporate Publishing (Marketing-Fachmagazin bulletin), Redaktion eines monatlichen Newsletters für Reisejournalisten sowie anderer PR-Texte
- **Rioja, Tapas y más**, Gastronomie und Handel: Presseaussendungen, Promotion und Medienkooperationen (Österreich)
- **Roter Hahn** (Urlaub am Bauernhof in Südtirol), Tourismus: Presseaussendungen und Organisation von Pressefahrten (Österreich)
- **STA Travel GmbH**, Tourismus: strategische Beratung, Pressearbeit, Event-PR, Medienkooperationen und Cross-Media-Kampagnen (Österreich)

ARBEITSBEISPIELE

PRESSEAUSSENDUNGEN

In der Folge sehen Sie einige Arbeitsbeispiele, wobei wir unseren Input einigen, ausgewählten konkreten Ergebnissen (Abdrucken in den Medien) gegenüberstellen.

Input

Presseaussendung „**Julia und Romeo am Sternenbalkon**“ (19. April 2011)

Hier ein Auszug:

Der Millstätter See. Das Juwel in Kärnten.

Julia und Romeo am Sternenbalkon



Zeit zu zweit am Millstätter See: zu einander reisen, inspirierende Begegnungen erleben und sich eins fühlen mit der Natur, zum Beispiel am Sternenbalkon hoch über dem See, beim Picknick am unverbauten Südufer, bei einem Spaziergang auf der Uferpromenade oder mit einem Cocktail in der Hand auf der Feuerinsel.

Wenn die Strahlen der Abendsonne auf dem Wasser des Millstätter Sees tanzen, ist es Zeit, zu einem geruhsamen Spaziergang zum Sternenbalkon aufzubrechen, einem Platz zum Träumen und Schauen. Der Blick schweift von den Hohen Tauern über die grünen Almen der Millstätter Alpe zum ins Abendlicht getauchten Millstätter See. Für die beiden Genießer hat Doris Gösseringer vom nahen Gasthof Bergfried.

...

Zu anderen Ufern

Am nächsten Morgen gleitet das Paar mit dem Picknickkorb im Ruderboot über den spiegelglatten See.

...

Package: „Augenblicke der Begegnung erleben“

Termin: 01.05. – 26.10.2011

• 3 x Übernachtung rund um den Millstätter See

...

ab EURO 245,- im ****Hotel inkl. Halbpension

Weitere Packages und Buchung: Infocenter Millstätter See, Tel.: +43(0)4766-3700-0, E-Mail:

info@millstaettersee.at, Web: www.millstaettersee.at

Pressekontakt: Michaela Mößlacher, Millstätter See Tourismus GmbH, Marktplatz 14, A-9872 Millstatt, Tel.:

+43(0)4766-3700-12, E-Mail: michaela.moesslacher@millstaettersee.at

Web: www.millstaettersee.at

ARBEITSBEISPIELE

Medialer Output zum Presstext – eine Auswahl:

Westdeutsche Zeitung
117.000 Auflage

Hamburger Morgenpost
184.000 Auflage

Profil
95.000 Auflage

Romeo und Julia in Kärnten

MILLSTÄTTER SEE Zeit zu zweit am Sternbalkon / Und dann auf der Feuerinsel einen köstlichen Cocktail genießen.

Wenn die Strahlen der Abendsonne auf dem Wasser des Millstätter Sees tanzen, ist es Zeit für einen gemütlichen Spaziergang zum Sternbalkon, diesem wunderbaren Platz zum Träumen. Und zum Schauen: Der Blick fällt von den hohen Tauern über grüne Almen – tief in die Augen des Partners.

Mit den Füßen im See planschen
Wie geschlafen für Romeo und Julia ist auch die „Bank im See“, die bei Frühstück um Südosten im Wasser steht. Über Steinblöcke heipft das Paar zu diesem Kunstobjekt, das wie eine geöffnete Muschelschale aussieht. Hinsetzen, Kuschelei, Stimmern – und mit den Füßen im See planschen.

Einladung der Lebensromaneade umrahmt hochkarätliche Villen mit Eikern und Türmchen aus dem 19. Jahrhundert die Spiezinger. Dann lockt die sonnbedeckte, in Ufernähe schönemende „Freizeit“ zum Cocktail in dieser Strandbar lässt sich zur Eisenterrasse auf einen romantischen Abend wunderbar ein Aperitif genießen – neben einer der Schalen, aus denen Flammern kochen und sich umspiegeln. Und am Abend die kleinen Restaurants (Pizzeria, einen „wird aus dem See.“

Kulturelle Köstlichkeiten
Überbauge die Küche

Zeit zu zweit am See

Foto: MTF



MOMENTAUFNAHME

Zeit zu zweit am See Eine romantische Bootstour, ein Picknick am lauschigen Ufer: Der Millstätter See in Kärnten präsentiert sich als Treffpunkt der Verliebten. Dazu wird die Pauschale „Zeit zu zweit“ angeboten: drei Übernachtungen mit Frühstück, Bootsausflug mit Picknick und mehr ab 149 Euro.
► Tel. 0043 (4766) 37000, www.millstaettersee.at



Millstätter See Wasser, Berge und Idylle als Urlaubselixier

Buchtenwandern

Manchmal erweisen sich die einfachsten Dinge als die schönsten. Zu zweit in einem Boot entlang idyllischer Buchten auf einem smaragdgrünen See dahinzugleiten und die Wellen plätschern zu hören. Ein Sprung ins Wasser, wo sich Forellen und Hechte tummeln, später vielleicht ein hungriger Blick in den Picknickkorb. Wir sind am Millstätter See, und im Marketing-Sprech der Tourismuswerbung heißt es etwas „Time for 2“ oder Buchtenwandern. Der Millstätter See ist Kärntens zweitgrößter See, nicht ganz so mondän wie der Wörthersee und deshalb vielleicht sogar schöner. Der Milliardär Hans Peter Haselsteiner hat am Südlufer seine Villa, so wie auch die Baunternehmerfamilie Soravia. Für Verliebte gibt es hier ein Angebot, das auf keinem anderen österreichischen See zu finden ist: Dinner for Two. Wenn sich das Mondlicht vor der Bergkulisse im Millstätter See spiegelt, wartet ein festlich gedeckter Tisch auf einem kleinen Floß mitten im See. Ein seeseeprober Kellner serviert ein siebengängiges Menü mit Köstlichkeiten aus der Region, und zwar Gang für Gang mit schwankendem Boot. Auch an interessanten Unterkünften mangelt es nicht. Da ist Anton Graf Tacoli und seine herrlich almodische See-Villa direkt am Wasser; ein Haus, das von Aristokraten geschätzt wurde und Lieblingshotel eines der bekanntesten österreichischen Banker ist (Info: 04766/21 02). Gleich nebenan die Villa Verdin, ein Künstlertrief, wo man nachmittags bei einem Caffè Latte italienische Schlager aus den fünfziger Jahren hören kann (Info: 0699/12 18 10 93). Wer ein großes Wellnesshotel sucht, findet es im Koller's, einem von vier Häusern in Österreich mit schwimmendem Pool im See (www.koller's.at). Die Preise am See sind erschwinglich: Drei Nächte in einem Dreiersternhaus inkl. Halbpension, Bootsfahrt und Museumsbesuch werden schon ab 199 Euro pro Person fellebten. Packages buchbar bei Inforcenter Millstätter See, Tel.: 04766/37 00-0, www.millstaettersee.at

Mit Sternen träumen

hoch über dem Millstätter See liegt der Sternbalkon, eine neue Aussichtsplattform zum Träumen, Schauen und Staunen. Ausgerüstet mit einem von den Mirnock-Bauern gefüllten Picknickkorb kann man hier einen Sonnenuntergang in trauter Zweisamkeit erleben. www.millstaettersee.at



Flugpreisvergleich

Destination der Woche: **Hongkong**

Economy	Euro	via
KLM	876,83	Amsterdam
Dt. Lufthansa	900,10	Frankfurt
British Airways	928,37	London
Business	Euro	via
KLM	3.139,83	Amsterdam
British Airways	3.178,37	London
Dt. Lufthansa	3.317,10	Frankfurt

Quelle: www.fly.com

Berliner Kurier
233.000 Auflage

Freie Fahrt/ARBÖ-Magazin
366.000 Auflage

ARBEITSBEISPIELE

Bettina Stimeder, Leiterin der *Standard-Beilage Rondo*, verbrachte auf unsere Einladung hin einige Tage in Indien, um über ein Travel- und Work-Package von STA Travel zu berichten.

Hier ein Ausschnitt ihres umfassenden Artikels:



Fortsetzung von Seite 30
aufschließen. In den Städten, wo Bettler
Brot vermissen, Gläubigern zu
Schauspielen, und die Unversicherten ver-
suchen, Krimikrams für ein paar Rupien
an Touristen zu verkaufen, Indianer hagen
und die Armut ignorieren zu wollen,
hakt nicht.
Nun gibt es eine dritte Gruppe. Jäh
wollte das Land richtig kennenlernen
und nicht als normaler Tourist zugehen.
Bettina Stimeder hat eine Gruppe von
25-jährige Schwedinnen Abscheu der
Wirtschaftswissenschaften gegen sich nach
Studien eine dramatische Anzahl.
Aber nicht mit Striptease und T-Shirts.
Auf seinen Reisen, indem die

nisch in vom Idee betriebenen Camps in
Tierbett- oder Zeltbettsimmern. Kasper
Bianchi macht zunächst Unterricht bei
den Englischlehrern, Rechnen, Lesen und
Englisch. „Die Arbeit mit den Kindern
war nicht immer einfach, vor allem wegen
der Sprachbarriere. Aber mit der Zeit
entwickelte sich Beziehungen zu den Kin-
dern, und ich habe mich wirklich gefühlt,
was mir sehr wichtig ist.“ Bei allen Koch-,
Yoga- und Sprachkursen, die im Ideen-
programm vorgesehen sind, können man
nicht immer dazu, sinnvoll und kontinu-
ierlich zu arbeiten, unter Einsicht, aber
insgesamt ist die Erfahrung persönlicher
als bei einer „normalen Reise“.
Ihre tolle die Freizeitsportler in die Hänge-
bahn (18 bis 20) und die Alpinen (20 bis 61)

Schritt drei, Indonesien:
Warum sich die Insel
Bali so gut als
Schnellsort für die
geglückte Liebe eignet

Ergebnisse zu erzielen (hier: Er-
leuchtung), braucht es extreme Maßnah-
men. An einem Moment würde ich kon-
stanz. Warum sollte man nicht das Göt-
liche finden, während man seine irdische
Existenz glücklich auskostet? Warum
auf die wilde Mango, die durchbrachte
Nacht, den feurigen Liebhaber verrech-
net die Situations Mediation von Men-
gen und die Vogelwelt am Abend glanz
sich locken aus. Ein Vespereben stellt
lockt viele. Diese Insel ist das Gegenteil
einer Wüste, sie strahlt in Grün. Vulkan-
er rauchen, Vulkan brachen, Zerstört
Küsten. Der dachende Freizeitsport-Sum
mit seinen riesigen weißen Blüten nicht
von weitem aus, als hätte ein ambulantier
Wedding Planner Papientasche über

Karl Riffert berichtete nach einer
Einzelpressefahrt ins
Wellnesshotel Almesberger
ausführlich im *Profil*.

Hier der erste Teil des Berichtes:



Pool mit Waldblick Eine Woche Langlaufen im tief verschneiten
Böhmerwald und Relaxen im Hotel Almesberger ab 805 Euro

Wellness am grünen Dach Europas

Es ist ein echter Geheimtipp: 120 Kilometer weitgehend unberührter
Wald auf einer deutsch-tschechisch-österreichischen Bergkette, an der
sich das Wasser des Kontinents scheidet: Richtung Moldau bzw. Richtung
Donau. Hier entstand vor mehr als 200 Jahren eine ingenieurtechnische
Meisterleistung, die im 19. Jahrhundert als achties Weltwunder gepriesen
wurde: der Schwarzenberg'sche Schwemmkanal. Ein 40 Kilometer lan-
ger, zwei Meter breiter Kanal, der die Wasserscheide überwand und auf
dem man das Holz des Böhmerwaldes zur Donau transportieren konnte.
Heute führt entlang des schönen Kanals ein herrlicher Weg durch den
Wald. Und wo früher grimmige Wachsoldaten standen, sind nun die
Grenzen offen – vom Mühlviertel zum Moldaustausee bis zum Bayrischen
Wald. Das schönste Wellnesshotel weit und breit ist das Hotel Almes-
berger in Aigen. Dort gibt es neben einem 250 Quadratmeter großen
Fitnessstudio, wie es nur wenige Hotels in Österreich aufweisen können,
einen 5000 Quadratmeter großen Wellnessbereich, der vom „Relax-
Garden“ mit zwei Hütten ausgezeichnet wurde. Von thalischer Flusswasser

ARBEITSBEISPIELE

WEITERE SERVICELEISTUNGEN

Im Auftrag der Österreich Werbung redigieren und produzieren wir seit dem Jahr 2000 das Fachmagazin für Tourismusmarketing **bulletin**, das sechs Mal jährlich in einer Auflage von 14.000 Stück mit einem Umfang von 32 Seiten erscheint.

Außerdem erstellen wir für die Österreich Werbung und andere Unternehmen elektronische **Newsletter** einschließlich Recherche, Text und Fotomaterial. Unten stehender Newsletter der Österreich Werbung erreicht 400 reiseaffine Journalisten aus Österreich und viele weitere aus dem deutschsprachigen Raum.

