

PORTFOLIO

MAREN FICK

WIEN DUESSELDORF

KONZEPT | SOCIAL MEDIA | ART | TEXT | DESIGN

KONTAKT Astgasse 1|11 | 1140 Wien | +43-699-13 09 37 36 | mail@marenfick.eu | www.marenfick.eu
Düsseldorf | +49-171-17 12 106 | ©Maren Fick Dipl.-Des. (FH)

KONZEPT⁺

JOB

- AB 2014** MitarbeiterInnen-Schulungen Social Media, TU Wien
- AB 2013** Leitung Social Media, FHWN/Campus Wieselburg
- AB 2011** Lehrtätigkeit Social Media, Online-PR, PR-Kampagne
FH Wiener Neustadt/Campus Wieselburg, AMU,
Master Innovationsmanagement, Bachelor PMIM
- AB 2011** Trainertätigkeit WIFI Burgenland und Wien
- AB 2010** Kursleiterin Social Media Marketing, WIFI Wien
- AB 10 | 2009** freier Creative Director und Konzeption Social Web
Lehrtätigkeit an der Werbe Akademie, Wien
Gastvorträge, Jurytätigkeit an Der Angewandten
- 2008-2009** Lowe GGK, Wien: Senior AD, Konzeption
- 2008** Projektarbeit für Cayenne, Wien: CD
- 2004-2008** TBWA\ Düsseldorf GmbH:
Creative Director, Grouphead, Senior AD
- 2001-2004** KNSK Werbeagentur GmbH, Hamburg: Senior AD
- 2000-2001** Michael Schirner Werbe- und Projektagentur
GmbH, Düsseldorf: Senior AD
- 1998-2000** Rempen&Partner Werbeagentur GmbH,
Düsseldorf: AD
- 1996-1998** Kofner & Partner Werbeagentur GmbH bzw. Hild-
mann + Schneider Werbeagentur GmbH (BBDO),
Düsseldorf: Junior AD
- 1994** LINTAS Sydney

SONSTIGES

AWARDS Preis Kat. Innovationen: WIFI Trainer Award 2013
Bundesweiter Wettbewerb des WIFIs, Lernkonzept:
Studium 2.0 - Social Media für den erfolgreichen
Einsatz im Trainingsalltag.

ADC Deutschland, Cannes, Werbe Wunder Radio,
Werbehahn, Plakatauszeichnung, Lürzer's Archive
London International Awards, Finalist Print

Das goldene Ohr, Finalist Golden Award Montreux
(ohne namentliche Erwähnung)

GEBURTSDATUM 12. Oktober 1969 in Solingen

SPRACHKENNTNISSE englisch und französisch

INTERESSEN Ballett, Motorrad, Reisen, Schmuck, Kunst, Kultur

SCHULE 1979-1988 August-Dicke-Gymnasium, Abschluß: Abitur

AUSBILDUNG 1988-1990 Bankkauffrau Deutsche Bank AG Düsseldorf,
Abschluß: Kaufmannsgehilfenbrief

STUDIUM MÄRZ 1991 Kommunikationsdesign Fachhochschule Wiesbaden

AUSLAND 1994-1995 University of Technology Sydney, Faculty of Design,
Visual Communication, Jewellery and Object Design
Stipendium Deutscher Akademischer Austauschdienst

JANUAR 1996 Diplom-Designerin (FH)

KONZEP+



KURZPORTRAIT

Dipl.Des. (FH) Maren Fick

Hochschul-Dozentin und Leitung Social Media an der Austrian Marketing University of Applied Sciences (FH Wiener Neustadt), Referentin an der Werbe Akademie und Kursleiterin Social Media Kompakt am WIFI Wien, Schulungsleiterin für MitarbeiterInnen an der TU Wien, Trainerin WIFI Wien und Burgenland, Gastvortragende und Jurytätigkeit für die Universität für angewandte Kunst, Workshopleiterin in Unternehmen, Creative Director und Konzeptionerin Social Web für Unternehmen und Institutionen sowie Strategie, Konzeption und Umsetzung von 360-Grad-Kampagnen. **Aktuelle Auszeichnung: Preis WIFI Trainer Award 2013**

Spezialgebiete:

Social Media Marketing und Online-Marketing umfassen Online Reputation Management, Markenaufbau und Kampagnenentwicklung, Content Management, Employer Branding, Personal Branding für das Management, E-Recruiting Konzepte, Redaktionelle Begleitung - Redaktionssitzungen, Führungskräfte-Training, Public Relation, integrierte Kommunikationsstrategien, klassische Werbung.

„Nach 15 Jahren Berufserfahrung in internationalen Werbeagenturen in Sydney, Düsseldorf, Hamburg und Wien bin ich seit 2009 als freie Konzeptionerin und Creative Director tätig. Ich betreue Markenets und Institutionen in Österreich und Deutschland. Meine Stärke ist die Entwicklung integrierter Kommunikationslösungen, die sowohl klassische Werbung als auch Online-Marketing und Strategien für Social Web Communication umfassen. Mit Leidenschaft trainiere ich den Nachwuchs und habe diverse Lehraufträge in den Fachbereichen Marktkommunikation, Text, Grafik Design, Innovationsmanagement (Master), Produkt-Marketing (Bachelor) und Bio-Marketing (Master). Für die Social Media Präsenz der FH Wiener Neustadt Campus Wieselburg zeichne ich seit WS 2013 verantwortlich. Als 360-Grad-Allrounderin für Unternehmen leite ich Workshops zu den Fachgebieten strategische Kommunikationsplanung, Online-Marketing, Social Media Management und redaktionelle Umsetzung. Neben meiner Vortragstätigkeit bei verschiedenen Kongressen bin ich auch in der inhaltlichen Organisation für Veranstaltungen tätig. So war ich 2013 für die Zusammenstellung des Programms und der Referenten der Social Media Conventions Wien und Zürich für Presstext zuständig und konnte auch im Organisationsteam für den Trainerkongress 2014 mein Wissen einbringen. Besonders freue ich mich über die aktuelle Einladung der WKO, die Social Media Guideline zu überarbeiten.“

KONTAKT Astgasse 1|11 | 1140 Wien | +43-699-13 09 37 36 | mail@marenfick.eu | www.marenfick.eu
Düsseldorf | +49-171-17 12 106 | ©Maren Fick Dipl.-Des. (FH)

KONZEP+

VORTRÄGE - KONGRESSE - EVENTS

2014 TU WIEN SEMINAR UND WORKSHOP FÜR MITARBEITERINNEN ZUM EINSATZ VON SOCIAL MEDIA

WIFI TRAINER KONGRESS WORKSHOP-LEITERIN UND MITARBEIT PROGRAMMGESTALTUNG UND ORGANISATION

E-DAY WEBINAR E-RECRUITING

HIGHLIGHT SEMINAR UND WIFI TRAINER AUSBILDUNG SOCIAL MEDIA ALS BAUSTEIN DER „WIFI TRAINER-AKADEMIE“

2013 BEST OF SOCIAL MEDIA CONVENTION WIEN UND ZÜRICH PROGRAMMGESTALTUNG UND REFERENTEN EINLADUNGEN FÜR PRESSETEXT AUSTRIA

WIFI TRAINER AWARD PREIS KAT. INNOVATIONEN „STUDIUM 2.0 - SOCIAL MEDIA FÜR DEN ERFOLGREICHEN EINSATZ IM TRAININGSALLTAG“

PRESSETEXT PR-WORKSHOP VORTRAG „ONLINE REPUTATION MANAGEMENT. SMART AND SOCIAL MEDIA RELATIONS“

2012 SOCIAL MEDIA CONVENTION WIEN VORTRAG „DER MANAGER ALS MARKE. ERFOLGREICHE PR FÜR DIE CHEFETAGE“ ROTARY CLUB OBERWART HARTBERG VORTRAG SOCIAL MEDIA FÜR SOZIALE PROJEKTE

WERBESUMMIT VORTRAG FH WIENER NEUSTADT „EINFACH UNVERWECHSELBAR: PERSONAL BRANDING UND EMPLOYER BRANDING IM SOCIAL WEB“ SPÖ BILDUNG VORTRAG SOCIAL MEDIA

RELATIONS IN „JOURNALISMUS PR“ WKO BURGENLAND PROJEKT ECOSTRAT VORTRAG „UNTERNEHMEN IM SOCIAL WEB POSITIONIEREN“ IN DER REIHE „10 STUFEN ZUM ERFOLG“

2011 JUNGE INDUSTRIE HÖLDRICHS-MÜHLE SOMMERKLAUSUR „OHNE VERFASSUNG IST KEIN STAAT ZU MACHEN. DEMOKRATIE IM SOCIAL WEB.“

2010 2009 DIE ANGEWANDTE VORTRÄGE UND JURYTÄTIGKEIT



KONTAKT Astgasse 1|11 | 1140 Wien | +43-699-13 09 37 36 | mail@marenfick.eu | www.marenfick.eu
Düsseldorf | +49-171-17 12 106 | ©Maren Fick Dipl.-Des. (FH)

KONZEPT+

LINTAS CHANNEL 7 BRIDGESTONE TIRES THE SUN HERALD "NOW" MAGAZINE LAUNCH
CASTROL OIL JOHNSON & JOHNSON MASTERCARD GOLD MCWILLIAMS WINES

BBDO KALDEWEI INCANTO BY ALCANTARA BRITA ORO VERDE THE MEDIA PARTNERSHIP
OVERNIGHT PARCEL COURIER REVLON COSMETICS LICHTWERKSTATT

REMPEN DRESDNER BANK DRESDNER KLEINWORT BENSON MESSE DÜSSELDORF
SITECO BELEUCHTECHNIK VORHER SIEMENS HOLSTEN PILSENER

SCHIRNER LÖWENSENF MYVIEW TECHNOLOGIES WAZ ZEITUNGSGRUPPE KREFELD
BOSTON CONSULTING BEHR KLIMATECHNIK RHEINKULTUR LANDESBANK BADEN-WÜRTTEMBERG TELEKOM

KNSK E-PLUS CAPITAL STANDOX ESSEN & TRINKEN DYSON WELLA FRAU IM SPIEGEL
HERMES KREDITVERSICHERUNG AGIV REAL ESTATE LETSBUYIT.COM PERWOLL CAMPINA TOTAL FINA ELF VORWERK ZENTIS

TBWA SCHWARZKOPF TAFT TAFT LOOKS GOT2B RENATURE PALETTE FORTIS CREDIT4ME
MEGGLE CHIO CHIPS CHIO TORTILLAS FUNNY FRISCH AMICELLI TWIX MCCAIN MEDION BORUSSIA MÖNCHENGLADBACH WINSTON

CAYENNE SKODA ÖSTERREICHISCHES BUNDESHEER INNOVEST AMA GÜTESIEGEL
EYBL INTERNATIONAL ECKES-GRANNINI PSYCHOSOMATISCHES ZENTRUM WALDVIERTEL CANON

LOWE GgK KRONEN ZEITUNG ORF ENTERPRISE ÖSTERREICHISCHE LOTTERIEN
LOTTO TOTO BRIEFLOS MERKUR

FREIER CD SCHOLZ&FRIENDS VODAPHONE JWT MAZDA EUROPE BUTTER ROLAND NETCOLOGNE TRAKTOR BILLA KA21
ALBERTINA LANDESMUSEEN NIEDERÖSTERREICH DEBORAH SENGL CURRYCOM CAST YOUR ART DMC01 TELOZO
MCP MANZ BLUM ALEXANDER GOEBEL TEAM7 MP CORPORATE FINANCE FESSLER.SCHMIDBAUER KLANGFARBE
RECHTSANWALTSKANZLEI BINDER GROESSWANG STIFTUNG INTEGRATIVE ONKOLOGIE DR. KLEEF HYPERTHERMIE BUNDESSPORT ORGANISATION BSO CRISTALL
GALA WINTER LEADERSHIP KLANGPLAN ELSEVIER.COM DIE SOCIAL MEDIA AGENTUR BKS BANK BUNDESMINISTERIUM FÜR WISSENSCHAFT UND FORSCHUNG
SOCIAL MEDIA LEIT-LINIEN ZETA MEDIENSERVICE BESTE-STELLEN.AT PRESSETEXT AUSTRIA SOCIAL MEDIA CONVENTION WIEN UND ZÜRICH TEMMEL UND
SEYWALD HOFER LOUS WIDMER MARK2 VETROPACK KOHLMAIER WIEN GULL HOFER KIK NHUT LA HONG VINZENZ GRUPPE KRANKENHÄUSER AQUEA VITAPUBLIC

KONTAKT Astgasse 1|11 | 1140 Wien | +43-699-13 09 37 36 | mail@marenfick.eu | www.marenfick.eu
Düsseldorf | +49-171-17 12 106 | ©Maren Fick Dipl.-Des. (FH)

ARBEITSPROBEN



PRINT |



GUERRILLA |



MEDIAIDEEN |



TV FUNK |



DESIGN |



ONLINE |



SOCIAL WEB COMMUNICATION |



TEXT |

KONTAKT Astgasse 1|11 | 1140 Wien | +43-699-13 09 37 36 | mail@marenfick.eu | www.marenfick.eu
Düsseldorf | +49-171-17 12 106 | ©Maren Fick Dipl.-Des. (FH)

KONZEP⁺



AWARD Cannes, ADC, London International Awards | **CLAIM** Jeep. Das Original | **JOB** Produktkampagne
KUNDE Jeep

KONZEPT+



JOB Großflächenplakat extrascharfer Senf | **KUNDE** Düsseldorfer Löwensenf

KONZEPT+

Ob Notebook, PC oder Scanner,
ob Bildschirm, ob Maus oder Brenner,
das Ziel unsrer Arbeit ist rein,
Technologie wird zu purem Design.

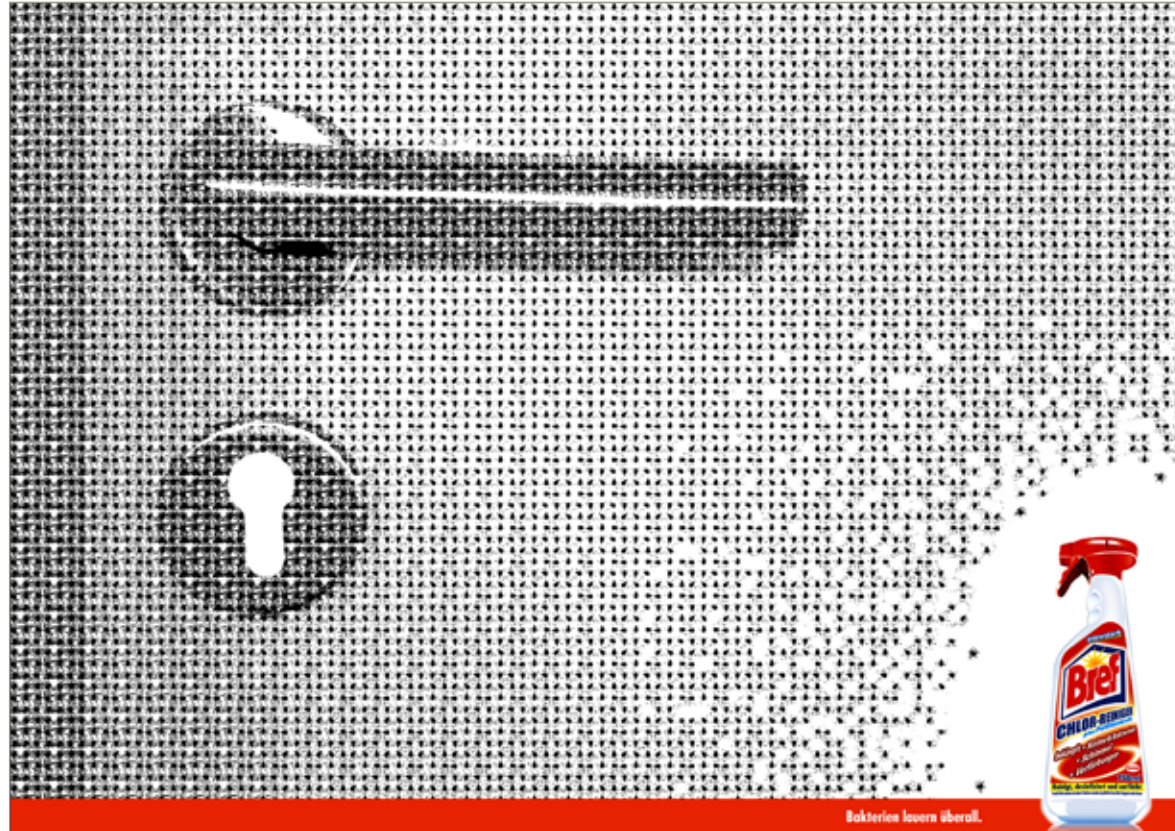
HIGHTECH IN SCHÖN **AB 599€**

Das neue MEDION AKOYA in edlem Schwarz,
schon ab 599 Euro. Mit Intel Duo Core Prozessor
und Windows Vista Home Premium.
Mehr Schönheit unter www.medion.de

MEDION
www.medion.de

HL Ob Notebook, PC oder Scanner, ob Bildschirm, ob Maus oder Brenner, das Ziel unsrer Arbeit ist rein, Technologie wird zu purem Design. | **CLAIM** Hightech in schön. | **JOB** 360° Design-Produktkampagne
KUNDE Medion

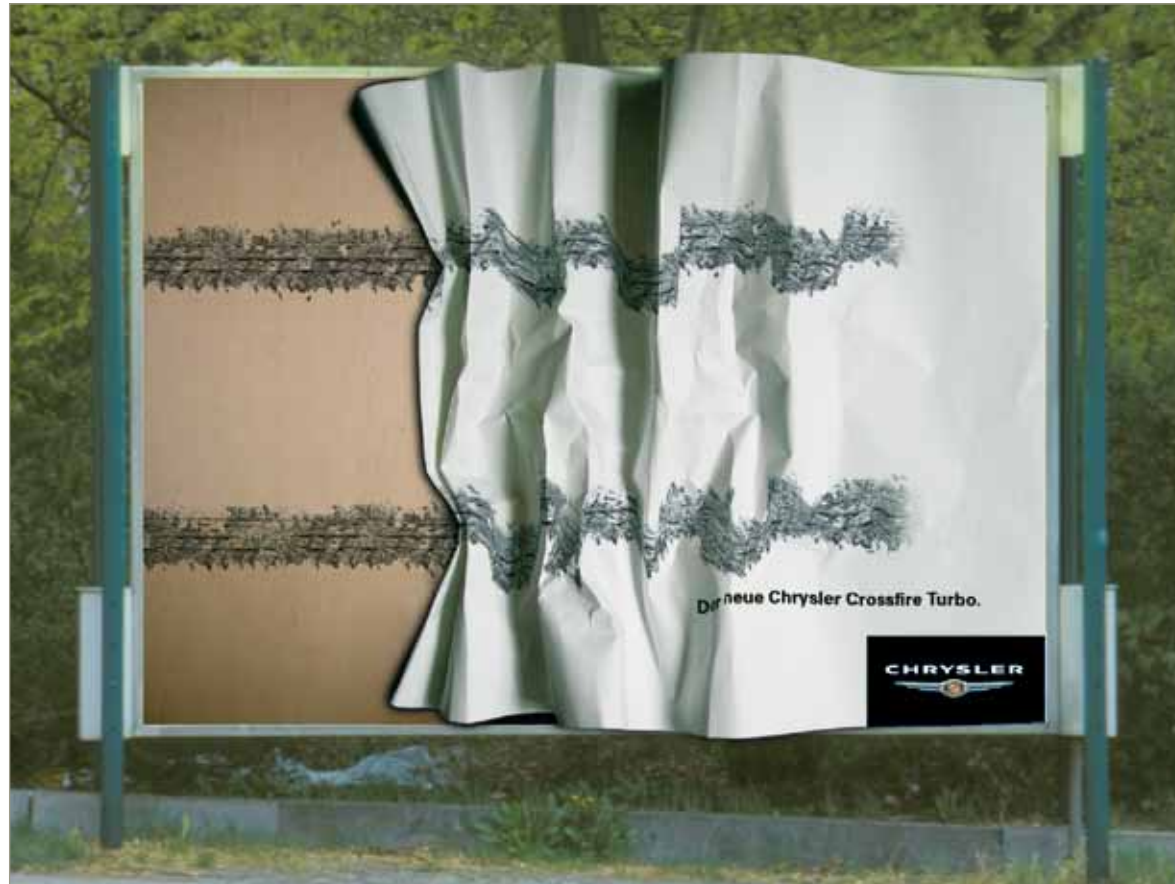
KONZEPT+



TECHNIK Rasterpunkte sind als Ungeziefer dargestellt.

HL Bakterien lauern überall. | **JOB** TZ-Anzeige | **KUNDE** Henkel

KONZEPT+



HL Der neue Chrysler Crossfire Turbo. | **JOB** Großflächenplakat | **KUNDE** Chrysler

KONZEPT+



Verordnen Sie Ihrem Unternehmen einen Sparkurs: Öfter mit dem Handy telefonieren.

Wer bis zum 30.06. zu e-plus wechselt, telefoniert in den neuen Professional Tarifen mobil für nur 3 Cent pro Minute*. Rund um die Uhr ins deutsche Festnetz. Und dank der Tarifautomatik** ist man immer automatisch im günstigsten Professional Tarif.

e-plus
Klingelt's?



HL Verordnen Sie Ihrem Unternehmen einen Sparkurs: Öfter mit dem Handy telefonieren.

CLAIM e-plus. Klingelt's? | **JOB** Produktkampagne | **KUNDE** e-plus

> WORKSAMPLES



CLAIM Got2b. Enjoy your Ego. | **JOB** 360° Kampagne für eine junge Hairstylinglinie. Experimentiere mit Deinem Ego. Probiere Dich aus. Spiele unterschiedliche Rollen, ganz egal wer Du sein magst. Alle Kanäle, wie ATL, Ambient, Promotion in Clubs münden auf der Website. | **KUNDE** Schwarzkopf

KONZEPT+



HL Hier schlafen die Fans. Etap-Hotels. | **JOB** Kampagne WM | **KUNDE** Etap-Hotels

KONZEPT+

www.meggle.de

MEGGLE

Zum Glück.

Jetzt neu:
33% weniger Fett bei 100% Geschmack.
Die neue leichte Rolle von Meggle, noch nie
war kräuterfrischer Geschmack so leicht.

MEGGLE

Zum Glück.

Siehe auch
Darmen ist jetzt ganz anders!

Die neue Meggle die leichte Rolle
ist ein Produkt aus 100% reiner
Käse und enthält keine Zusatzstoffe.

HL 33% weniger Fett bei 100% Geschmack. | CLAIM Zum Glück. | JOB Produktkampagne leichte Rolle und Kräutertube | KUNDE Meggle

KONZEPT+

Das Über-Lebensmittel.
Milch aus kostbarem Land.

Frisch vom Land!



www.ama.at



HL Das Überlebensmittel. Milch aus kostbarem Land. | **CLAIM** Frisch vom Land. | **JOB** Milchkampagne
KUNDE AMA Gütesiegel

KONZEPT+



Deutschlands führendes kulinarisches Magazin.

ESSEN & TRINKEN, die feine Art des Genießens. Jeden Monat neu. Diesmal u.a. mit außergewöhnlichen Rezepten zum Thema Kartoffeln, vielen Weinen aus der Pfalz und einem kulinarischen Ausflug in die Oberrhein. Da kommt man schon beim Lesen auf den Geschmack.



HL Deutschlands führendes kulinarisches Magazin. | **JOB** Kampagne 30. Geburtstag Essen & Trinken
KUNDE Gruner+Jahr Verlag

KONZEPT+



HL Ein Gewinn auch für die Natur. | JOB Social Sponsoring Kampagne | KUNDE Lotterien Österreichs





IDEE Auf schockierende Weise werden Keime, Bakterien und Ungeziefer im realen Umfeld inszeniert. Nämlich dort, wo sie zu finden sind. Bref schafft Abhilfe. | **HL** Bref. Bakterien lauern überall.

JOB Guerilla Maßnahme | **KUNDE** Henkel

KONZEPT+



HL Kein Beutel. Kein Saugkraftverlust. | **JOB** Guerilla Maßnahme, Promotion auf Parkplätzen am POS

KUNDE Dyson

KONZEPT+



NR
9
Herbst 2008
Ess-Störungen? www.pszw.at
P.L.B. Verlagsgesellschaft mbH Wien 1020 4722074/1348

IDEE Dramatisierung von Magersucht auf dem Heftrücken eines Lifestyle Magazins. | **HL** Ess-Störungen?
www.pszw.at | **JOB** Kampagne gegen Magersucht | **KUNDE** Psychosomatisches Zentrum Waldviertel

KONZEPT+



IDEE Transparente Banderolen werden mit den aktuellen Brillenmodellen bedruckt und so den Titelmädchen unterschiedlicher Magazine auf die Nase gesetzt. | **JOB** Sonderwerbeform | **KUNDE** ic! berlin

KONZEPT+

v



Das Ziel unsrer Arbeit ist rein, Technologie wird zu purem Design...



IDEE Medion verwandelt Technik in schönsten Design. Schrauben werden zu fantastischen Schmetterlingen und technische Produktfeatures in lyrische Texte verpackt. | **CLAIM** Hightech in schön. | **JOB** 360° Design-Produktkampagne | **KUNDE** Medion

KONZEPT+

v



Enjoy your Ego.



IDEE In einem Club begegnet die Protagonistin ihrem Alterego. got2b liefert das Hairstyling. | **CLAIM** Enjoy your Ego. Got2b. Attitude for hair. | **JOB** 360° Kampagne für junge Hairstylinglinie. Alle Kanäle, wie ATL, Ambient, Promotion in Clubs münden auf der Website. | **KUNDE** Schwarzkopf

KONZEPT+



Keine Chance
Jungs: nur
für Leute mit
Geschmack!



IDEE Premiumgedanke des Produkts umgesetzt als Personifizierung der Tortillachips in einer exklusiven Clubbing-Welt. | **CLAIM** Willkommen im Club. | **JOB** 360° Kampagne | **KUNDE** Intersnack, Chio Tortillas

KONZEPT+

> **PLAY** Spot Murrel

Sprecher:

Kinder
Langeweile
Murrel
Nase
Problem
Idee
Staubsauger
Ambulanz

Off:

Sie haben eine Geschichte im Kopf?
Tja, dann haben Sie gerade entdeckt,
was Radiowerbung alles kann.



IDEE Reduktion auf wenige Worte, die eine Geschichte im Kopf entstehen lassen. So wird das Medium Radio dramatisiert. | **JOB** Wettbewerbe: Werbe Wunder Radio: 1. Platz; Werbehahn | **KUNDE** RMS

KONZEPT+



IDEE Fashion steht für Urbanität: ein modernes Sommermärchen illustriert die aktuellen Trends 2011 anhand von Metropolen, begleitenden Attributen und Statements. | **JOB** PR Lookbook für Verlage und Fashion Magazine | **KUNDE** Roland Schuhe (Deichmann)





CLAIM O2float. Just energy. | **JOB** Produktentwicklung und Design eines tragbaren Sauerstoffinhalators als Szeneprodukt. Namen-, Logo- und Claimentwicklung.

KONZEPT+



WARUM NICHT SOFORT DURCH DEN DRSCHUNDEL STREIFEN? UND ENDLICH DIE WILDNIS HAUTNAH ERLEBEN. DAS LEBEN IST HEUTE.

Der Schwarzwald ist Ihnen zu ruhig. Sie möchten im Amazonas nach Gold suchen. Im Himalaya herumwandern. Oder sich im Gletscher-Großkloaken versuchen. Mal in eine Casina zu steigen, um einer ihrer ältesten Träume. Eine Abenteuerreise – darauf haben Sie schon ewig Lust.

Schade nur, dass sowas nicht kostengünstig ist. Sie könnten Ihre Sehnsucht jetzt natürlich erstmal begäben. Wie schon so oft. Aber würden Sie sich nicht am liebsten gleich ins Reisebüro begeben?

Credit4me hilft Ihnen, Ihre Wünsche zu erfüllen. Nicht übermorgen, nicht morgen, das Leben ist heute. Credit4me ist der unkomplizierte Reisekredit, der genau zu Ihnen passt. Mit fairen Konditionen, flexiblen Raten und umfangreichem Service.


IDEE Das abstrakte Finanzthema Kredit wird erlebbar gemacht. Durch greifbare Welten, anfaßbare Produkte und ein besonderes Shoperlebnis. | **CLAIM** Das Leben ist heute. | **JOB** 360° Kampagne
KUNDE Fortis credit4me

KONZEPT+

Fortis Creditline Corporate Design Leitfaden | Basis-Elemente | 16.1.2017 | 4/29

Logo

Creditline
 Primäre Markung
 F: Fortis Rot



Secunia Securis
 F: Weiß (auf z. B. grauem Hintergrund)



Forexum
 Der Forexum von Creditline basiert auf der F-Höhe des Fortis-Logos.
 Der Mindestabstand beträgt 1 x F in der Breite und 2 x F in der Höhe.



Größenverhältnisse
 Fortis und Creditline treten immer in der gleichen Größe zueinander auf, die hier gezeigt und leicht veränderbar ist.
 Die F-Höhe ist gleich der H-Höhe von Creditline.



Fortis Creditline Corporate Design Leitfaden | Basis-Elemente | 16.1.2017 | 4/29

Typografie

Hausschrift
 Die Hausschrift von Creditline ist die Helvetica Neue (5 Bold und Helvetica Neue 45 Light).
 Im Corporate Design von Fortis Creditline findet keine andere Schriftartenverwendung.

Helvetica Neue 75 Bold
 ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
 abcdefghijklmnopqrstuvwxyz
 1234567890 !"#\$%&'()*+,-.:;_'"

Helvetica Neue 45 Light
 ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
 abcdefghijklmnopqrstuvwxyz
 1234567890 !"#\$%&'()*+,-.:;_'"

Allgemeine Schreibweise

Headline
 T: Helvetica Neue 75 Bold
 Sp: 30
 F: Weiß (auf Blau oder schwarzem Hintergrund)
 PZ: 25/28 pt

Schreibweise
 T: Helvetica Neue 45 Light
 Sp: 30
 F: Fortis Rot
 PZ: 15/18 pt

Copy
 T: Helvetica Neue 45 Light
 Sp: 30
 F: Schwarz
 PZ: 9/12 pt

Subline
 F: Helvetica Neue 45 Light
 T: Helvetica Neue 75 Bold
 Sp: 30
 F: Fortis Rot, Schwarz
 PZ: 9/12 pt

Ut wisi enim aminim, quis nostrud exerci tation uia mcorper suscipi itation uia mcorper.

Ut wisi enim aminim, quis nostrud exerci tation uia mcorper suscipi itation uia mcorper. Ut wisi enim aminim, quis nostrud exerci tation uia mcorper suscipi itation uia mcorper. Ut wisi enim aminim, quis nostrud exerci tation uia mcorper suscipi itation uia mcorper.

Wie enim ad mollie veniam quia
 Excepteur ullam culpa aut laboris quis nostrud exerci tation uia mcorper suscipi itation uia mcorper. Ut wisi enim aminim, quis nostrud exerci tation uia mcorper suscipi itation uia mcorper. Ut wisi enim aminim, quis nostrud exerci tation uia mcorper suscipi itation uia mcorper.

Fortis Creditline. Ihr Finanzierungspartner. Kompetent, unkompliziert und fair.



IDEE Durch die rote Filterfolie wird die Typo des Titels sichtbar. | **HL** Wie man aus roten Zahlen schwarze macht. | **CLAIM** We focus on your success. | **JOB** Geschäftsbericht | **KUNDE** INNOVEST

KONZEPT+



CLAIM Neue Formen des Lichtes. | **JOB** Corporate Design Entwicklung - inklusive Logo Design.
Das Transparentpapier und die Taschenlampe greifen die Idee von Licht auf. | **KUNDE** Licht-Werkstatt

KONZEPT+



BSO
cristall



JOB Logo Design für animierbare Projektionen und verschiedene Einsatzmöglichkeiten auf der BSO Cristall Gala | **KUNDE** Bundessportorganisation Österreich

KONZEPT+

MEDION[®]
digital)))home


WINTER
LEADERSHIP


KLANGPLAN

martello
CAFE

MARTELL  **CAFE**



JOB Packagedesign, Logo, Ausstattung POS für Premium Kapsel-Café und Automaten als Marke für Hofer |
KUNDE Martello für Hofer (Agentur: Gull & Company)

KONZEPT⁺

Titelanzeige

Flyer Weihnachtsgala

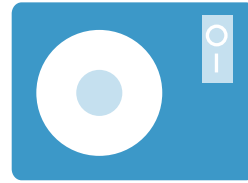
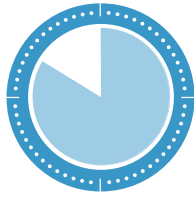
Tablettaufleger McDonalds



Trinkbecher Stadion

CLAIM Wir sehen uns auf dem Platz. | JOB 360° Kampagne | KUNDE Borussia Mönchengladbach

KONZEPT+



JOB Corporate Design insbesondere Icondesign Entwicklung für Video, Print und Internet | **KUNDE** telemedizinische Produkte clue und clue medical für Telozo (Agentur DMC01)

KONZEPT+

Auszug aus scribbles



JOB Konzeption einer Gratis-App bzw. In-App Purchasing für Klinikstandards. Ausarbeitung von Positionierung und strategischer Ausrichtung der Kommunikation | **IDEE** Mit Klinikstandards Absicherung gegenüber Patienten, MDK-Prüfungen und Justiz. Damit Qualitätssicherung und Reputationsgewinn. | **KUNDE** Elsevier

KONZEPT+

Home



JOB Entwicklung der blum.com, Konzeption und Text. Look und geeignete Ansprache für den Endverbraucher. B2C-Kampagne. | **IDEE** Der User navigiert durch die Blum-Straße und bekommt Einblicke in verschiedene Küchengeschichten. | **KUNDE** Blum, Küchenscharniere und Beschläge (Agentur DMC01)

KONZEPT+



JOB Konzeption und Entwicklung von Bildgeschichten und Dialogtexten, Mouse-over-Teasern sowie Texten der Nebenräume mit Produktinformationen. | **IDEE** Problemstellungen knüpfen an verschiedene Use-Cases an. Auflösung durch involvierende, unterhaltsame Situationen. | **KUNDE** Blum (Agentur DMC01)

STEIGERUNG DER LIKES UM 24,5% IN 10 MONATEN

**BEI CAMPUSGRÖSSE VON 393 STUDIERENDEN
BEDEUTEN 1545 LIKES > 393% DER CAMPUSGRÖSSE
STEIGERUNG UM 65,7% IN 10 MONATEN**



JOB Neuausrichtung des Facebook-Auftritts | Community-Management durch konsequenten Einbezug der Studierenden in die Gestaltung der Social Media Präsenz | Titelbild-Konzept mit Keyvisual der AMU
KUNDE FH Wiener Neustadt Campus Wieselburg



Steckbrief Outgoing WS 2014/15

Name: Anita Kaltenböck
Land: Russland
Hochschule: Russian Plekhanov University of Economics

Ich bin Outgoing, weil ... mir Wieselburg zu klein ist. :) Spass beiseite: Ich liebe es, zu reisen und andere Kulturen & Menschen kennen zu lernen und vor allem stelle ich mich gerne neuen Herausforderungen.

Ich bin neugierig auf/ob/weil ... wie ich mit der russischen Mentalität klar komme und neugierig, wie ich mich anfangs (ganz!) ohne Russischkenntnisse durchschlage.

Drei Dinge, die in meinem Koffer nicht fehlen dürfen ... warme Kleidung, meine Oma strickt schon Wollsocken für mich. :) Meine Kamera. Aja, und zusätzliches Bettzeug für die, die mich besuchen möchten ...

Portrait of Anita Kaltenböck, a young woman with blonde hair, smiling.

Steckbrief Outgoing WS 2014/15

Name: Magdalena Schwarzenlander
Land: Finnland
Hochschule: Lahti University of Applied Sciences

Ich bin Outgoing, weil ... Ich Wanderlust habe, die wird man nur schwer wieder los. Von „außen“ sieht man nicht nur die fremde Kultur mit anderen Augen. Ich mag Blaubeeren und den Norden.

Ich bin neugierig auf/ob/weil ... Sprache. Nordlichter. Hochschule. Lahti. Musik. Leben. Sprungchancen. Design. Sauna. Essen. Lernen. Kälte. Menschen. Wohnen. Reisen. & EINIGES mehr. (ohne Reihung)

Drei Dinge, die in meinem Koffer nicht fehlen dürfen ... Warme Wollsocken von meiner Oma. Meine DSLR Kamera. Manner Waffel! (Jaas, die heißen bei uns OBERösterreichern so!)

Portrait of Magdalena Schwarzenlander, a young woman with dark hair, smiling.

Logbuch Outgoing WS 14/15

Name: Martin Wenzel
Ort: Yonsei University, Südkorea
Datum: im Oktober 2014

Meine größte Herausforderung war: die Kursregistrierung. Da ich mich mit einer der Sekretärinnen im Business Büro angefreundet habe und sie schon etwas genervt war, hat sie mir zu jedem Kurs verholfen.

Einfach großartig ist: dass Soju nur 1€ pro Flasche kostet. In die Clubs kann man einfach rein- und rausgehen und sich beim Supermarkt billig etwas kaufen. Billiges Essen 24h am Tag frisch an jeder Ecke, Samstag abends um 22:00 Uhr shoppin gehen, die extrem billigen Taxis!

Ich freue mich am Campus auf: Cafeterias mit einer breit gefächerten Auswahl an Essen, internationale Freundschaften, die Ausflüge, jeden Freitag frei zu haben und natürlich auch auf die Vorlesungen, da die Lektoren sehr viel internationale Erfahrungen haben!

Portrait of Martin Wenzel, a young man, smiling.

Logbuch Outgoing WS 14/15

Name: Anita Kaltenböck
Ort: Russian Plekhanov University of Economics, Russland
Datum: im Oktober 2014

Meine größte Herausforderung war: das Metro-System, da ich in den ersten Tagen das kyrillische Alphabet noch nicht kannte

Einfach großartig ist: die Stadt, die niemals schläft. Langeweile ist unmöglich.

Ich freue mich am Campus auf: viele verschiedene Nationalitäten.

Portrait of Anita Kaltenböck, a young woman, smiling.

JOB Vorstellung der Studierenden im Ausland mit der Zielsetzung „Kundenbindung“ und Content-Generierung
Ergebnis: Beteiligung am Dialog, Anknüpfen an Erlebnisse | **KUNDE** FH Wiener Neustadt Campus Wieselburg



SM PRÄSENZ BESTE-STELLEN.AT

AUSZUG AUS KONZEPT

Aufgabe:

Aufgrund der zunehmenden Digitalisierung des Stellenmarktes, eine Social Media Präsenz für eine Karriere-Plattform schaffen, die Bewerber und Unternehmen zusammen führt.

Idee: **S.W.A.T.-TEAM** Unser Auftrag: Wir finden beste Jobs für beste Bewerber. Ein dreiköpfiges Team führt die User durch den Bewerbungsdschungel. Weiterleitung der User über die Social Media Kanäle auf die Website.

Umsetzung:

Facebook: Auf www.facebook.com/BesteStellen werden Fans über spannende Aktionen und tolle Gewinnspiele sowie auch über die neuesten Trends rund um das Thema Arbeitsmarkt informiert. Damit wurde ein Portal geschaffen, auf dem sich Unternehmen und Bewerber auf eine unkonventionelle Art näher kommen können. Humor und Arbeitsmarkt sind kein Widerspruch. Das S.W.A.T.-Team - drei Protagonisten, die auf einen Stab von Experten zurück greifen - führt mit Aufgaben und Aufregendem durch den Stellenmarkt. Weitere Kanäle und Aktionen im Aufbau. z.B. Wettbewerb: die kreativsten Bewerbungen der Welt.

Blog: Fortführung der unterhaltsamen Themen in anspruchsvollen Beiträgen von Experten.

JOB Social Media Strategie, Umsetzung der Profile, Konzeption der Social Media Maßnahmen, redaktionelle Betreuung, Blog-Autorin | **KUNDE** beste-stellen.at (ZETA Medienservice GmbH)

KONZEPT+

facebook Suche nach Personen, Orten und Dingen Maren Fick

Du postest, kommentierst und machst „Gefällt mir“-Angaben im Namen von Maren Fick — Wechsel zu beste-stellen.at

Administrationsbereich Seite bearbeiten Publikum erweitern Hilfe Anzeigen

beste-stellen.at
194 „Gefällt mir“-Angaben · 30 sprechen darüber · 0 waren hier

Medien/Nachrichten/Verlagswesen
Das S.W.A.T.-Team heißt alle User im Namen von www.beste-stellen.at herzlich Willkommen. Unser Auftrag: Beste Jobs für beste Bewerber.

Info Fotos Beste Stellen Team „Gefällt mir“-Anga... 194

Beitrag Foto/Video
Schreib etwas ... Teilen

beste-stellen.at 18. Januar
Unser Tipp für's Wochenende: ganz entspannt ein iPad 3 gewinnen! Bis zum 31.1. mitmachen und die Chance nutzen! Zu den Teilnahmebedingungen geht's hier: <http://www.beste-stellen.at/index.php/gewinnspiel.html>
beste-stellen wünscht Ihnen einen erfolgreichen Casual

37 Freunden gefällt beste-stellen.at +28

Aktuelle Beiträge anderer Nutzer auf beste-stellen.at Alle anzeigen

Esther Attar-machaneck
ich suche ein teil zeit job...
16. Januar um 17:44

Gabi Sevginani
Hi Guys, I have been invited to join you here by Josef ...
24. Dezember 2012 um 19:04

Weitere Beiträge >

Eine Kooperation von
00Nachrichten Salzburg Nachrichten
www.nachrichten.at www.salzburg.com

BLOG.beste-stellen.at

Blog Netiquette Autoren Beste Stellen

Dipl.-Des. (FH) Maren Fick
2013-01-25 16:37 (Kommentare: 0)

„Die Ich-Marke im Social Web“ - Die besten Tipps für die Karriere mit Business-Networks

Personal Reputation Management für Ich-Markenaufbau und Karriereplanung

Personaler setzen für Recruiting-Zwecke immer mehr auf Soziale Netzwerke. Um High-Potentials zu rekrutieren und Details über Mitarbeiter zu erfahren werden Facebook, Xing und LinkedIn angezapft. Für Bewerber ist die lupenreine Online Präsenz für die Karriere-Planung also essentiell.

[Weiterlesen ...](#)

Suche

Dr. Leo Hemetsberger

2013-01-23 12:41 (Kommentare: 0)



Manager oder Firmeninhaber, wer ist "besser" - macht diese Frage Sinn?

Wichtige Unterschiede sehe ich im Bereich der persönlichen Identifikation mit dem Unternehmen. Unternehmer sind ihr Unternehmen, das beinhaltet eine tief verwurzelte existentielle Komponente.

[Weiterlesen ...](#)

JOB Social Media Strategie, Umsetzung der Profile, Konzeption der Social Media Maßnahmen, redaktionelle Betreuung, Blog-Autorin | **KUNDE** beste-stellen.at (ZETA Medienservice GmbH)

KONZEPT+



Allgemeine Infos

DIESES REGELWERK IST FÜR ALLE BEDIENSTETEN

- a) zum einen die internen (und evtl. externen) **Social Media Redakteure** des BMWF
 - b) zum anderen **alle internen Mitarbeiter/innen bzw. Bedienstete** des BMWF
- Wir alle treten als Kommunikatoren für unseren Dienstgeber auf und damit gelten dieselben Regeln für unsere Verhaltensweisen. Die Aufgabenverteilung innerhalb des Prozesses ist teils unterschiedlich. Wenn sich daraus verschiedene Regelungen ergeben für Mitarbeiter/innen, die offiziell zu den autorisierten Social Media Redakteuren/innen gehören und solchen Mitarbeiter/innen, die gerne ihren Beitrag zum öffentlichen Dialog leisten, wird in diesen Leitlinien gesondert darauf hingewiesen. Im Anhang finden Sie zu Ihrer Information auch „Rechtliches“ und „Netiquette“. Letztere werden für
- c) alle externen **User**, die mit dem BMWF einen Dialog eingehen, auf den Social Media Plattformen veröffentlicht.

1. TRENNUNG ZWISCHEN DIENST UND PRIVAT

Die Nutzung von Social Media birgt mitunter die Gefahr, das sich Dienstliches mit Privatem vermischt. Trennen Sie deutlich an dieser Stelle. Machen Sie kenntlich durch „ich“ (als Privatperson) oder „wir“ (als BMWF) in wessen Namen Sie gerade sprechen. Wenn Sie sich im Rahmen privater Nutzung von Social Media bei einer öffentlichen Äußerung auf inhaltliche Dinge Ihrer Arbeit beziehen möchten, ist es ratsam, mit nachfolgender Klausel klarzustellen, wessen Meinung widerspiegelt wird. „Die Inhalte auf dieser Seite geben meine persönliche Meinung wider und repräsentieren nicht die Positionen, Strategien oder die Meinung des BMWF.“ Für dienstliche Beiträge werden ausschließlich von der Social Media Redaktion entsprechende Accounts eingerichtet. Wenn Sie für Ihre Abteilung einen Social Media Auftritt planen, wenden Sie sich bitte an die Social Media Redaktion der Abteilung für Öffentlichkeitsarbeit (103).

2. VERSCHWIEGENHEITSPFLICHT, DATENSCHUTZ

Wahren Sie bitte das Amtsgeheimnis. Die beamteten rechtliche Verschwiegenheitspflicht, die Beachtung der dazugehörigen Verwaltungsvorschriften und der Schutz personenbezogener Daten sind dringend einzuhalten und sicher zu stellen. Bedenken Sie die Nutzung von E-Mails für Inhalte, die nicht an die Öffentlichkeit gelangen sollen. Weitere Informationen finden Sie im Anhang unter „Rechtliches“.

3. VISITENKARTE DES BMWF

Sie sind als Bedienstete des BMWF die „Visitenkarte“ des Ministeriums. Veröffentlichten Sie nichts, was Sie nicht über sich selbst und Ihren Arbeitgeber lesen wollen. Das Internet vergisst nichts. Gehen Sie also mit Inhalten verantwortl. und im Interesse Ihres Arbeitgebers um.

4. ADÄQUATE INHALTE

Wir freuen uns über einen regen Austausch rund um das Thema Wissenschaft und Forschung in Form von Wortbeiträgen, Links, Bildern oder Videos. Verhalten Sie sich wie ein Kommunikator des Hauses und werden Sie zum

JOB Inhaltliche, textliche und gestalterische Entwicklung der Social Media Leitlinien für das Bundesministerium für Wissenschaft und Forschung | **KUNDE** BMWF

KONZEPT+

Facebook Titelbild-Konzept und Kampagnen-Claim-Entwicklung



JOB Inhaltliche, textliche und gestalterische Entwicklung eines exklusiven Facebookauftritts des Fashion-Designers La Hong | **KUNDE** Nhut La Hong Design GmbH

KONZEPT+

B2C KAMPAGNE BLUM

AUSZUG AUS KONZEPT

Aufgabe:

Endverbraucher die Funktionalität von Blum-Küchen erleben lassen und damit Aufmerksamkeit für ein Low-Interest-Produkt schaffen.

Idee: **BEWEGE DEINE WELT** Interaktives Erleben der Produkte und Verknüpfung des Gedanken mit anderen Bereichen (z.B. Soziales)

Umsetzung:

Teaser: Persönliche Einladung zu einer exklusiven House-Warming-Party in der Blumstraße.

interaktives Video: Auf der Website registriert man sich namentlich und mit Foto, kann Freunde einladen/registrieren. Facebook Einbindung. Der User - subjektive Kamera, freie Navigation durch Räume - ist auf der Suche nach einem Korkenzieher, kann Schränke und Auszüge per Mouse-klick öffnen. Spannende Entdeckungen, was auf der Party wirklich abgeht: Fotos sowie Namen sind in die Geschichte eingebunden, z.B. in einem Zeitungsartikel als Vermisster, als Popart-Kunstwerk, etc.

Beispiel Twitter Aktion und Möbelhaus Kooperation „Wo bewegt Blum Ikea?“

Getwittert wird, in welchem Ikea Produkt vorort man Blum Lösungen gefunden hat. Der 1000ste darf das Produkt sofort mitnehmen.

BEWEGE DEINE WELT

KOMM MIT DEINEN FREUNDEN ZUR HOUSEWARMINGPARTY

f connect

ohne Freunde starten



blum www.blum.com

JOB B2C-Kampagne | **KUNDE** Blum (Agentur DMC01)

KONZEPT+

E-RECRUITING BILLA

AUSZUG AUS KONZEPT

Aufgabe:

- Suche nach qualifizierten Bewerbern a) Lehrlinge, b) Hochschulabsolventen als Trainees für Führungsebene
- Information über Job-Anforderungen, um Drop-Out-Rate zu verringern.

Idee: **SUCHE-DEINE-HERAUSFORDERUNG.AT** Interaktives Erfahrung der Billa-Jobwelt

Umsetzung:

Viral Clip als Teaser: Vignettenspot von Stunts mit brutalen Crashes. Abbinder leitet auf Microsite.

Microsite:

Interaktives Video in einer Filiale, bei dem der User spielerisch Aufgaben aus verschiedenen Berufsfeldern löst. Er lernt dabei alle Jobs von der Kassa bis zum Management kennen: z.B. Konserven-Dosen-Tetris; Fehler auf Kassa-Bon, über die Tastatur richtigen Wert eingeben.



SOCIAL MEDIA ALBERTINA

AUSZUG AUS KONZEPT

Aufgabe:

neue Zielgruppen als Besucher erschließen, Albertina für jüngeres Publikum attraktiv machen

Idee: ALBERTINA ART-TALK

Die Albertina ist der Dreh- und Angelpunkt im Kunst Geschehen und lädt zur Diskussion und zum Kontakte knüpfen ein.

Umsetzung:

Beispiel Aktion: Finde Deinen #ArtPartner

Service auf Twitter und Facebook: für Ausstellungsbesuche, kann man hier Gleichgesinnte finden.

Beispiel Facebook-Aktion: Doppelgänger Week

Aufruf, das Profilbild gegen ein Portrait Kunstwerk auszutauschen. Das Mädchen mit dem Perlen-Ohrring unterhält sich mit Van Gogh ohne Ohr. Albertina postet Portrait-Bilder der Sammlung.



JOB Icondesign, Lookentwicklung und Gestaltung von Profilen | KUNDE Albertina (KA21)



SOCIAL MEDIA FÜR I PAD APP

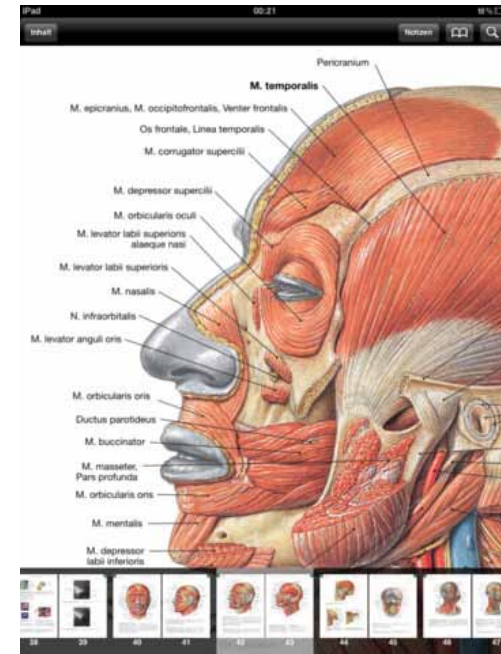
AUSZUG AUS KONZEPT

Aufgabe: Markterweiterung USA und DACH-Länder über den Aufbau einer Social Media Präsenz unter der Hauptzielgruppe Medizinstudenten: **I PAD APP DES SOBOTTA - ALTAS DER ANATOMIE DES MENSCHEN**

Positionierung: **SOBOTTA IST STATE OF THE ART IN EXPERTISE UND ZEITGEMÄSSEM LERNEN. EXPERTENWISSEN - FÜR MICH JEDERZEIT ABRUFBAR - IST NICHT NUR PRAKTISCH, SONDERN MACHT MICH ZUM TEIL DER NACHWUCHSELITE.**

Idee: Etablierung des Produkts durch Vernetzung mit Elite-Universitäten und deren Studenten.

Umsetzung: Expertentum durch Webinare und Aufbau des „Sobottikis“, ein internes Wiki Wissenstransfer durch Experten aus der Anatomie zu einem best. Thema im regelmäßigen Turnus. Kostenfreie Webinare, in die man sich nur mit eine Zugangscode - durch den Kauf der App - einloggen kann.



JOB Positionierung und Social Media Präsenz schaffen zur Markterschließung USA und DACH Länder für eine medizinische iPad App. Sobotta. Atlas der Anatomie des Menschen, DAS Fachbuch für angehende Mediziner | **KUNDE** Elsevier

KONZEPT+

SOCIAL MEDIA: PR FÜR KUNST

AUSZUG AUS KONZEPT

Aufgabe: Kunst-Projekt von Cast Your Art mit Deborah Sengl: **HOHE TIERE**

Die Künstlerin portraitierte die wichtigsten Persönlichkeiten der österreichischen Kunstszene anlässlich der Vienna Art Week.

Idee: **DER RAT DER HOHEN TIERE**

Experten-Plattform - bestehend aus den Porträtierten - für die Kunstkompetenz Österreichs. Öffentlicher Dialog mit Kunstinteressierten und Sammlern.

Umsetzung: Wer sind die hohen Tiere?

Start vor der Messe mit der Facebook-Gruppe „Hohe Tiere“. Danach galt es, täglich ein Portrait zu entschlüsseln.



JOB Verbreitung eines Kunstprojektes über Facebook und PR Tragweite nutzen. | **KUNDE** Cast Your Art (KA21)

KONZEPT+



DEBORAH SENGL



Mitglied können miträteln! Wer sich hinter den getarnten Portraits denn wirklich verbirgt.

HoheTiere 11

Pinnwand Info Fotos Veranstaltu...

Teilen: Beitrag Foto Link Video

Schreib etwas ...



Helmut Feier Bildergalerie zur VERNISSAGE "Hohe Tiere"



Hohe Tiere @ CastYourArt

Am 27. Mai 2010 präsentierte Deborah Sengl im Büro von CastYourArt ihren Zyklus "Hohe Tiere". Der entspannt-gemütlichen Atmosphäre entsprechend war die Stimmung ... nun, eben tierisch.

Von: CastYourArt
Fotos: 22

3. Juni 2010 um 17:22 · Gefällt mir nicht mehr · Kommentieren · Teilen

Dir und 2 anderen gefällt das.



Maren Fick Leider war ich in Zürich und hab die schöne Party verpasst... gibt es eine Finissage?

3. Juni 2010 um 17:26 · Gefällt mir

Schreibe einen Kommentar ...



Helmut Feier

Markiert: Deborah Sengl



HoheTiere Fotos

28. Mai 2010 um 12:52



Wolfgang Rauscher Tag 4: Was wohl hat die Künstlerin Deborah Sengl dazu inspiriert, Schröder als Hasen zu assoziieren? Heute ist alles anders, denn das Gruppen Mitglied Ernst Fröhlich hat sich bereits geoutet. Es handelt sich dabei um Klaus Albrecht Schröder, den Direktor der Albertina, der die Geschicke des Hauses, die auch über eine der größten grafischen Sammlungen Europas verfügt, zumindest bis Mitte des Jahrzehnts leiten wird. A propos, eine Frage stellt sich schon noch: Was wohl hat die Künstlerin Deborah Sengl dazu inspiriert, Schröder als Hasen zu assoziieren?



HoheTiere

Portrait Nr. 11 aus 'Hohe Tiere' - Hase

Copyright by CastYourArt & Deborah Sengl
Von: Helmut Feier

18. Mai 2010 um 11:21 · Gefällt mir · Kommentieren · Teilen



Sandra Masal ALBERTINA + ALBRECHT DÜRER HASE = KLAUS ALBRECHT SCHRÖDER HASENPORTRAIT?

18. Mai 2010 um 11:31 · Gefällt mir · Melden



Jimmy Zurek weil der Schröder ein irrsinniger unsympatler ist und Hasen immer so deppert dreinschauen und der Dürer schwer überschätzt wird wie auch die Arbeit vom Schröder...

18. Mai 2010 um 11:37 · Gefällt mir · Melden



Monika Binder ich hätte gerne Sandras Antwort als meine ausgegeben, weil sie mir sehr wahrscheinlich scheint.....vielleicht aber fällt mir noch was ein.....

18. Mai 2010 um 11:55 · Gefällt mir · Melden



Monika Binder ...er hat ja den Hasen verliehen, was vielen nicht so gut gefallen hat.....und da das wohl auch zu seinem Programm gehört....schaut er jetzt aus, wie er aussieht, der Meister Lampe.....

18. Mai 2010 um 11:59 · Gefällt mir · Melden



Sandra Masal vielleicht auch ein ganz ALBERNER Lösungsvorschlag... der gejagte Hase

18. Mai 2010 um 12:00 · Gefällt mir · Melden



Iris Dostal windhunde jagen hasen

18. Mai 2010 um 12:01 · Gefällt mir · Melden



Cynthia Schwertsik beuys hase oder duerer hase - die referenziellen kapazunder

JOB Verbreitung eines Kunstprojektes über Facebook und PR Tragweite nutzen. | **KUNDE** Cast Your Art (KA21)

KONZEPT+

> Copyright:

Urheber- und Nutzungsrechte an den in dieser Publikation enthaltenen Arbeiten, Bild- und Schriftwerken sowie den zugrundeliegenden Ideen, Schöpfungen und Konzeptionen verbleiben bei Maren Fick auch wenn für die Präsentation ein Honorar vom Auftraggeber bezahlt wurde. Jede vollumfängliche oder teilweise Reproduktion, Weitergabe oder sonstige Nutzung bedarf der vorherigen Zustimmung und ist gegebenenfalls gesondert honorarpflichtig.

Die Weitergabe der Präsentationsschrift an Dritte, sowie eine Veröffentlichung, Vervielfältigung, Verbreitung, Nachbildung oder sonstige Verwertung der präsentierten Ideen und Lösungen ist ohne vorherige Zustimmung nicht zulässig. Z.B. auch über: Facebook, Slideshare, Skribd, Hootsuite, Tweetphoto sowie sämtliche Filesharingsysteme etc.

Arbeiten, Bild- und Schriftwerke (insbesondere Arbeitsbeispiele, Schriftwerke, Fotos) anderer Urheber, die in dieser Publikation Verwendung finden, dienen ausschließlich internen Schulungszwecken. Eine Reproduktion, Nutzung oder weitere Verwendung der schöpferischen Werke Dritter bedarf der Zustimmung dieser Urheber und muss vorab von diesen gesondert eingeholt werden.

Konzeptions- und Text- und Designhonorare inkludieren – wenn nicht anders vereinbart – Nutzungsrechte für das jeweils definierte Medium und die ausverhandelte Laufzeit weltweit und sind gültig ab Rechnungsdatum. Jede weitere Verwendung bedarf einer gesonderten Vereinbarung. Bei Präsentationen verbleiben alle Rechte bei Maren Fick, auch wenn für die Präsentation ein Honorar bezahlt wurde. Alle Rechte verbleiben bis zur vollständigen Bezahlung des Honorars bei Maren Fick. Konzeptions- und Text- und Designleistungen werden für den im Angebot benannten Kunden und Etat erbracht. Verwendung und Übertragung von Leistungen auf andere Kunden/Etats ist nicht im Nutzungsrecht mit eingeschlossen und bedarf vorheriger Genehmigung und ist somit gegebenenfalls honorarpflichtig.

> Öffentlichkeitsarbeit:

Werden die von Maren Fick erstellten Arbeiten vom Auftraggeber in eigener Sache verwendet, insbesondere für Presseveröffentlichungen, Einreichung zu Awards und Competitions, so ist Maren Fick in den entsprechenden Rubriken für „Creation“ (Idee, Konzept, Text, Design) namentlich anzuführen. Der Auftraggeber ist weiters damit einverstanden, dass Maren Fick die von ihr erstellten Werke für Öffentlichkeitsarbeit in eigener Sache verwendet.

> Rechtliches:

Diese Allgemeinen Geschäftsbedingungen sind Bestandteil jeder Beauftragung. Mit erstmaliger Auftragserteilung akzeptiert der Auftraggeber diese Geschäftsbedingungen vollinhaltlich auch für alle weiteren Beauftragungen. Erfüllungsort und Gerichtsstand ist Wien.

KONTAKT Astgasse 1|11 | 1140 Wien | +43-699-13 09 37 36 | mail@marenfick.eu | www.marenfick.eu
Düsseldorf | +49-171-17 12 106 | ©Maren Fick Dipl.-Des. (FH)

KONZEPT+