

Pressemappe

Stand: 2009-10-19

Facts & Figures

pi-five DialogFeld Communication Austria

Eigentümer:	Georg Linnerth Wolfgang Peterlik DialogFeld Sales Support GmbH Lead Equities
Firmenname:	pi-five DialogFeld GmbH
Kontaktdaten:	Billrothstraße 58 1190 Wien Tel.: (+43 1) 369 41 11 Fax: (+43 1) 369 41 11-30 E-Mail: office@pi-five.com Website: www.pi-five.com
Zertifizierung:	ISO 17024 (Certified Event Agency)
Gründungsjahr:	pi-five 1998 DialogFeld Communication Group 2000
MitarbeiterInnen:	22
Mitgliedschaften:	<ul style="list-style-type: none">• EMBA (Event Marketing Board Austria)• AFSP (Austrian Federation of Sales Promotion)
Jahresumsatz:	3,6 Millionen Euro, pi-five (2008) 1,5 Millionen Euro, DialogFeld Wien (2008)
Portfolio:	<ul style="list-style-type: none">• 360 Grad BTL-Marketing• Eventmarketing• Campaigning• Promotions• Mobile Außenwerbung• Consulting• Sales Support• Onlinemarketing• Ambient Media• LITOMOBIL• Guerilla Kampagnen

Pressekontakt: leisure communications
Alexander Khaelss-Khaelssberg
Tel.: (+43 664) 8563001
E-Mail: khaelssberg@leisuregroup.at

Presse-Downloads: <http://presse.leisuregroup.at/pi-five>

Presseinformation

Wirtschaft/Agenturen

Gemeinsame Sache – BILD

Anhänge zur Meldung unter <http://presse.leisuregroup.at/pi-five>

DialogFeld Communication Group intensiviert Aktivitäten in Österreich und wird Mehrheitsgesellschafter der Wiener Agentur pi-five. Gemeinsame Expansion in Ostmärkte geplant. =

Die 1998 von **Georg Linnerth** und **Wolfgang Peterlik** gegründete below-the-line-Agentur pi-five hat mit der deutschen DialogFeld Communication Group eine neue Mehrheitseigentümerin. In Österreich wird pi-five gemeinsam mit der 2007 gegründeten Niederlassung von DialogFeld in einer neuen gemeinsamen Gesellschaft, die künftig unter „pi-five DialogFeld Communication Austria“ auftritt, auf eine Größe von 22 MitarbeiterInnen und gemeinsam rund 5,1 Millionen Euro Jahresumsatz anwachsen. Länderübergreifend sollen die Synergien in der Agenturgruppe ausgebaut werden und ein stärkerer Austausch zwischen dem deutschen und österreichischen Markt stattfinden, der auch die Basis für die gemeinsame Expansion nach Zentral- und Osteuropa darstellt.

Geschäftsführer der österreichischen Agentur, die sich auf Events, Promotion und Campaigning spezialisiert hat, bleiben Georg Linnerth (29) und Wolfgang Peterlik (36). pi-five betreut in Österreich unter anderem British American Tobacco, tipp3, Milka, Danone, Samsung und KRAFT Foods sowie zahlreiche öffentliche Stellen im below-the-line-Segment und zählt zu den führenden Agenturen dieser Sparte. In der Vergangenheit machte pi-five unter anderem durch die Umsetzung der Euro-Informationsevents für die Bundesregierung und zahlreiche Informationsmaßnahmen zur EU-Erweiterung auf sich aufmerksam. Weiters war pi-five Mitgründer der Agenturplattform „euroevents austria“ anlässlich der EURO 2008 und hielt den Eventetat von „Österreich am Ball“.

Die Wiener Niederlassung von DialogFeld bringt den Kunden Samsung und das umfassende Leistungsportfolio der gesamten Agentur-Gruppe (siehe unten) mit in die neu gegründete pi-five DialogFeld Communication Austria.

„Nach über zehn Jahren am Markt steht pi-five auf soliden Beinen und ist bereit für den nächsten großen Schritt in die Zukunft, den wir gemeinsam mit unserem neuen Partner und den künftig rund 155 Mitarbeiterinnen und Mitarbeitern an den drei Standorten gehen wollen. Mit unseren vernetzten Portfolios, die einander optimal für die Kommunikationsaufgaben der Zukunft ergänzen, erzielen wir Synergien mit denen wir weiter wachsen und gemeinsam Wege in neue Märkte beschreiten können“, so Linnerth und Peterlik.

Oliver Walter, CEO der DialogFeld Communication Group: „Mit pi-five begrüßen wir ein etabliertes und ambitioniertes Unternehmen bei DialogFeld. Wir wollen unsere Aktivitäten gemeinsam mit den neuen Kollegen gezielt vorantreiben und Synergien auf internationaler Ebene nutzen.“

Über DialogFeld Communication Group:

DialogFeld zählt zu den Top 6 der inhabergeführten Kommunikationsagenturen in Deutschland. Standorte sind neben der Firmenzentrale in Nürnberg auch Frankfurt a.M. und Wien. Die DialogFeld Communication Group ist als Full Service Agentur neben klassischer Markenführung in den Bereichen Verkaufsförderung, Vertriebsunterstützung, POS-Aktivierung, Ambient Media sowie Online-, Event- und Guerilla-Marketing tätig. Zu den Kunden zählen u.a. Samsung Electronics, Symantec und die Deutsche Bahn.

Unter dem Dach der DialogFeld Communication Group firmieren die Agenturen pi-five, DialogFeld Nürnberg, DialogFeld Frankfurt sowie die LITOMOBIL wild media mit Sitz in Nürnberg.

Über pi-five:

pi-five zählt zu den führenden below-the-line-Agenturen Österreichs und ist eine der zehn größten Eventagenturen des Landes. Die 1998 gegründete Agentur spezialisiert sich auf Events, Promotions und Campaigning. pi-five ist Mitglied im Event Marketing Board Austria (EMBA), wo Geschäftsführer Wolfgang Peterlik im Vorstand tätig ist, und in der Austrian Federation of Sales Promotion (AFSP), wo Geschäftsführer Georg Linnerth als Vizepräsident fungiert. Die Agentur ist nach ISO 17024 als „Certified Event Agency“ zertifiziert. Zu den Kunden zählen unter anderem British American Tobacco, KRAFT Foods, tipp3 und Danone.

Information

Von Promotions zu Kampagnen

In ihrem elfjährigen Bestehen wandelte sich die ursprüngliche Promotionagentur zur Kommunikationsagentur für innovative Markeninszenierung und präsentiert sich heute als führende below-the-line-Agentur mit 360 Grad-Kommunikationsansatz.

Als **Wolfgang Peterlik** und **Georg Linnerth** 1998 mit ihren damaligen Partnern die Promotionagentur „advance“ gründeten, boomte die Werbebranche und die Umsetzung professioneller Promotions stand noch am Beginn ihrer Entwicklung. Nur wenige Agenturen spezialisierten sich auf die aufkommende Disziplin des face2face-Marketings und mit einem Pool von weit über 2.000 PromotorInnen im ganzen Land konnte sich die noch junge Agentur schnell als Big Player im wachsenden Business etablieren. Ende der 1990-er Jahre eroberten auch Clubbings als neuer Freizeittrend das Land. Mit dem Einkauf des Eventlabels „Campus Group“ besetzten Peterlik und Linnerth den noch kaum erschlossenen Markt der SchülerInnen und StudentInnen und veranstalteten für Partner wie die Bank Austria hunderte Zielgruppenevents unter anderem in den legendären Sofiensälen. Ein Jahr darauf entwickelte die Agentur unter dem Namen „mission2beach“ ein Label für Event-Maturareisen, bei denen jährlich über 4.000 Jugendliche ihren Schulabschluss auf höchstem Niveau in mediterranen Luxusclubs feierten.

Überzeugte Europäer mit neuem Namen.

Mit dem Euro erschloss die Agentur ein neues Kompetenzfeld und fokussierte sich auf Kampagnen im Zusammenhang mit der Europäischen Union. Gleichzeitig gab sich die Agentur auch den neuen Namen pi-five, der mit dem in einen Kreis gesetzten griechischen Zeichen π den 360 Grad-Ansatz in der Kommunikationsarbeit zum Ausdruck bringen soll und auch im Claim „Agentur für innovative Markeninszenierung“ ausgedrückt wird. 2001 setzte die Agentur zahlreiche Informationsevents für die Euro-Initiative der Bundesregierung um und

gestaltete unter anderem den aufsehenerregenden Euro-Train, der als Railshow auf Schienen durch Österreich tourte und über die neue Währung informierte. Drei Jahre später, 2004, stand schließlich die Erweiterung der Europäischen Union an und pi-five setzte zahlreiche Informationsmaßnahmen rund um die neuen Nachbarn um, um das europäische Bewusstsein der ÖsterreicherInnen zu stärken. Unter anderem wurden die neuen Mitgliedsstaaten mit einem bilateralen Freundschaftsfest „Willkommen Tschechien“ in der Wiener Innenstadt und dem internationalen Kindermaltag an der Grenze zu Slowenien vorgestellt. Im Jahr darauf zeichnete pi-five unter anderem im Auftrag des Europäischen Parlaments für die Bestrahlung der historischen Hofburg, eine Business Gala für die Wirtschaftskammer Österreich und einen Diplomatenempfang im Auftrag des Außenministeriums verantwortlich. Die offizielle Begrüßung der neuen Mitgliedsstaaten wurde ebenfalls von pi-five mit dem Fest „Willkommen Europa“ in der Wiener Innenstadt inszeniert. Im gleichen Jahr blickte die Agentur auch über die Unionsgrenzen hinaus und präsentierte den Inauguration-Flug der Emirates Airlines nach Wien. Bereits 2002 eröffnete die Agentur für Scheich Mohammed bin Isser al Jaber das renommierte Grand Hotel Wien. Erstmals schickte pi-five 2004 auch den beliebten Coca Cola-Weihnachtstruck auf Tour durch ganz Österreich.

Ausstieg aus dem Eventbusiness und Einstieg ins Network.

2004 informierte pi-five im Auftrag des Bundeskanzleramtes österreichweit im Rahmen einer groß angelegten Roadshow über die Steuerreform und setzte die Kampagne zur Wahl des „Freiwilligen des Jahres“ um. 2006 trennte sich pi-five vom Eventlabel „Campus Group“ samt all seinen Produkten wie der Maturareise „mission2beach“, um sich künftig auf das Kerngeschäft zu konzentrieren und die Agentur strategisch neu auszurichten und für die Zukunft zu wappnen. Damit wurde auch der Grundstein für den Einstieg in das clickivities-Network mit Agenturen in Deutschland und Dubai im folgenden Jahr gelegt, dem die Agentur jedoch nur bis April 2009 angeschlossen blieb. In Vorbereitung für die EURO 2008 gründete pi-five gemeinsam mit hallamasch cae die Agenturplattform „euroevents austria“ und sicherte sich den Eventetat von „Österreich am Ball“, um schon im Vorfeld des Fußballfestes Stimmung für die EURO 2008 zu machen. Im zehnten Jahr ihres Bestehens betreute die Agentur zahlreiche Kunden wie tipp3 oder ADEG mit Veranstaltungen und Roadshows während der Fußball-EM und setzte

erste Online-Projekte für British American Tobacco und tipp3 um, die sich mit den Promotionaktivitäten zu übergreifenden Kampagnen ergänzen. Die Eigentümer begannen sich vermehrt in übergreifenden Branchenorganisationen zu engagieren: Peterlik zog in den Vorstand des Event Marketing Board Austria (EMBA) ein und Linnerth wurde Vizepräsident der Austrian Federation of Sales Promotion (AFSP).

Wachstum in der Wirtschaftskrise.

Im April 2009 verließ pi-five schließlich das deutsche clicktivities-Network, um sich stärker auf die Kernkompetenzen zu konzentrieren und baute die Sales-Aktivitäten und Promotions für Kunden wie British American Tobacco massiv aus. Im „Krisenjahr“ stellte sich die Below-the-Line-Agentur schließlich neu auf, um gemeinsam mit DialogFeld Communication Group die Position in Österreich und Deutschland weiter auszubauen und neue Märkte in Osteuropa zu erschließen.

Milestones in der Unternehmensgeschichte

1998	<ul style="list-style-type: none"> • Gründung der Promotionagentur „advance“
2001	<ul style="list-style-type: none"> • Zukauf des Eventlabels „Campus Group“, Veranstaltung von Schüler- und Studentenfesten. Entwicklung und Implementierung des Schülerpartylabels „La Boum“. • Umbenennung auf pi-five • Informationsevents im Rahmen der Euro-Einführung für die Euro-Initiative der Bundesregierung (Euro-Infotage in allen Landeshauptstädten, mobile Euro-Infoeinheit, EuroTrain) • Eröffnung des Grand Hotel Wien
2002	<ul style="list-style-type: none"> • Entwicklung und Implementierung der Event-Maturareise „mission2beach“ • Eröffnung der Grand Hotel Wien für Scheich Mohammed bin Isser al Jaber
2003	<ul style="list-style-type: none"> • Vorbereitende Informationsmaßnahmen zur EU-Erweiterung (Österreich-Plattform, internationaler Kindermalltag, bilaterales Freundschaftsfest „Willkommen Tschechien“ in der Wiener Innenstadt)
2004	<ul style="list-style-type: none"> • Informationsevents zur EU-Erweiterung (Business Gala für die WKO, Bestrahlung der Hofburg für das Europäische Parlament, Diplomatenempfang für das Außenministerium im Kunsthistorischen Museum) • Public-Event „Willkommen Europa“ in der Wiener Innenstadt • Inauguration-Gala für Emirates Airlines • Coca Cola-Weihnachtstruck • Informationstour zur Steuerreform •
2005	<ul style="list-style-type: none"> • Kampagne zur Wahl der „Freiwilligen des Jahres“ • Coca Cola-Weihnachtstruck • Gewinn des BTL-Etats von British American Tobacco

2006	<ul style="list-style-type: none"> • Verkauf des Eventlabels „Campus Group“ mit allen zugehörigen Produkten (Schüler- und Studentenfeste sowie Eventmaturareisen)
2007	<ul style="list-style-type: none"> • Eventetat für „Österreich am Ball“ in Vorbereitung auf die EURO 2008 • Mitbegründer der Agenturplattform „euroevents austria“ gemeinsam mit hallamasch cae • Eintritt in das clicktivities-Network • Publikumstag „Vielfalt Wasserstraße“ anlässlich 50 Jahre Kraftwerk Ybbs-Persenbeug • Informations-Roadshow „Forschung schafft Arbeit“ für das Infrastrukturministerium
2008	<ul style="list-style-type: none"> • Diverse Veranstaltungen und Roadshows im Umfeld der EURO 2008 für Kunden wie Österreich am Ball, ADEG und tipp3 • Implementierung erster Online-Projekte für British American Tobacco und tipp3 • Salespromotion für Milka im Rahmen des Skiweltcups • 10-jähriges Bestehen
2009	<ul style="list-style-type: none"> • BTL-Kampagne für Danone Actimel • Austritt aus dem clicktivities-Network • Vorstandsposition im Event Marketing Board Austria (EMBA) • Vorstandsposition in der Austrian Federation of Sales Promotion (AFSP) • Eingliederung DialogFeld Communication Group

Unternehmensgeschichte DialogFeld Communication Group

DialogFeld wurde im Jahr 2000 in Nürnberg gegründet und etablierte sich mit Kunden aus der Unterhaltungs- und Telekommunikationsbranche innerhalb weniger Jahre als bundesweit anerkannte Agentur für Sales Promotion und Sales Support.

Was als Start-Up Unternehmung mit 5 Mitarbeitern begonnen hatte, entwickelte sich zu einem mittelständischen Unternehmen: Im Jahr 2005 wurde die Niederlassung in Frankfurt am Main gegründet, im Jahr 2007 die Niederlassung in Wien. Im September des gleichen Jahres übernahm DialogFeld die LITOMOBIL wild media GmbH, eine Spezialagentur für Außenwerbung und Guerilla-Formate.

Das Bestandskundengeschäft wurde kontinuierlich ausgebaut, zahlreiche neue Kunden wie Symantec, Lexmark und Media Markt konnten gewonnen werden. Gleichzeitig wurde das Leistungsportfolio zunehmend komplettiert – neben Event- und Online-Marketing spielen mittlerweile beratende Leistungen eine immer größere Rolle.

In den vergangenen beiden Jahren stiegen Umsatz wie auch die Zahl der Mitarbeiter noch einmal um jeweils mehr als 40 Prozent. Erfolgsrezept ist die Kompetenz für integrierte Kommunikationsstrategien: Die tragenden Säulen Consulting, Marketing und Sales werden dabei zu einem individuellen Gesamtkonzept verknüpft, das für den Kunden messbare Marketing- und Vertriebsfolge erzielt.

Heute zählt DialogFeld zu den wachstumsstärksten Kommunikationsagenturen Deutschlands und belegt im HORIZONT-Ranking (2008) mit einem Umsatz von 24 Millionen Euro (gross income) den 6. Platz. In den vier Gesellschaften der Gruppe sind insgesamt 155 Mitarbeiter beschäftigt – darüber hinaus verfügt DialogFeld über einen Pool von 9.500 Freelancern im gesamten Bundesgebiet.



Das Management

Oliver Walter (Jahrgang 1967, verheiratet) wurde in Mülheim an der Ruhr geboren. Nach dem Abitur sammelte er Auslandserfahrung in den USA, ab 1992 studierte er an der Universität Hamburg Betriebswirtschaftslehre. Er war u.a. für die Unternehmensberatung Harmel & Partner, für den Gruner & Jahr Verlag sowie für die CASIO Computer Deutschland GmbH tätig. Von 1997 bis 2000 fungierte er als geschäftsführender Gesellschafter der HPK Direkt GmbH ehe er im Jahr 2001 von Hamburg zu DialogFeld nach Nürnberg wechselte. Oliver Walter ist CEO der DialogFeld Communication Group und Geschäftsführer der DialogFeld Sales Promotion GmbH.

Dipl.-Kfm. Gert Pieplow (Jahrgang 1970, verheiratet) wurde in Berlin geboren. Er studierte Betriebswirtschaftslehre mit Schwerpunkt Marketing an der Humboldt Universität und der Technischen Universität in Berlin. Später war er u.a. als Senior Consultant für die Resch Management GmbH tätig, ehe er zu DialogFeld kam. Im Jahr 2005 verantwortete er die Ausgliederung der Sales-Aktivitäten in die neu gegründete Niederlassung in Frankfurt. Als Geschäftsführer zeichnet er seitdem verantwortlich für die DialogFeld Sales Support GmbH – derzeit außerdem für die LITOMOBIL wild media GmbH in Nürnberg und die neue pi-five DialogFeld GmbH.

Pressekontakt:

Axel Heuber

Unternehmenskommunikation

Tel.: (+49 911) 6605 680

Fax: (+49 911) 6605 65 680

Mob.: (+49 174) 188 0071

E-Mail: axel.heuber@dialogfeld.com