



© Rafaela Profl, Wien

Innovative FMP-Sieger

FMP-Wahl: Infoscreen-Chef Franz Solta ist Mediapersönlichkeit des Jahres.

••• Von Dinko Fejzuli

WIEN. Gestern Abend fand die FMP-Generalversammlung statt. Nachdem man das Vereinsjahr noch einmal Revue passieren ließ, fand am Abend die Media Night 2016 statt, der glanzvolle Höhepunkt des FMP-Jahres, bei der auch die Mediapersönlichkeit des Jahres und der Rookie of the Year gekürt wurde.

Zum Sieger des Abends und Mediapersönlichkeit des Jahres wurde Infoscreen-Geschäftsführer und ab dem 1.1.2017 Gewista Neo-CEO Franz Solta gewählt.

Franz Solta verfügt über 30 Jahre Berufserfahrung in der Medienbranche. Als ORF-Redakteur für Programm-Promotion, Creative Director einer Werbeagentur und nunmehr als Geschäftsführer von Infoscreen

Sieger

Franz Solta, GF Infoscreen, wurde zur FMP Mediapersönlichkeit des Jahres gewählt.

hat er die Medienszene bestens kennengelernt – aus Marketing-, Agentur- und Managementsicht.

Bei Infoscreen ist Franz Solta im Jahr 2000 als Marketing- und Verkaufsleiter eingestiegen.

Als Geschäftsführer hat er dann das Unternehmen von 300 auf aktuell 2.500 Screens in ganz Österreich ausgebaut und damit von einer Start-up-Struktur zu einem ertragsorientierten Konzernunternehmen entwickelt.

Rookie of the Year

Aber auch der Rookie of the Year wurde gewählt.

Sieger des heurigen Jahres wurde Christoph Kellner (Performics Publicis Media Austria).

„Gemeinsam mit meinen Kollegen Pauline, Marta und Christoph braue ich für die Brau Union Österreich täglich am optimalen Kampagnenrezept, Sorge dafür, dass Iglo g'scheite Kommunikationslösungen und Mercedes das Beste und sonst nichts erhält, und George Clooney den Konsumenten immer wieder aus Nespresso-Werbemitteln entgegenlacht. What else?“, so Kellner in einer Selbstbeschreibung seiner Arbeit, um die wie bei allen Nominierten noch vor der Wahl gebeten wurde.

www.forummediaplanung.at

PR REPORT AWARD

Grayling in Berlin siegreich

BERLIN. Die Gewinner der PR Report Awards 2016, die auf Einladung des deutschen Magazins *PR Report* von einer unabhängigen Jury vergeben werden, stehen fest: Grayling konnte gemeinsam mit der Kroatischen Zentrale für Tourismus in der Kategorie „Consumer Marketing“ mit der Kampagne „Creating Advantage for Croatian National Tourist Board“ überzeugen. Ziel der Kampagne ist es, Neugier und Lust auf die vielseitige Reisedestination Kroatien zu wecken.



© Grayling

Jan Simunek (CEO Grayling Continental Europe), Frank Schönröck (CEO Grayling Germany) und Fabian Lebersorger (Associate Director Grayling Austria).



NACHRICHTEN OHNE EINFLUSS VON PARTEIEN UND „FREUNDESKREISEN“.

SERVUS JOURNAL – UNABHÄNGIG UND NEUTRAL.

TÄGLICH | 18:00 und 19:20



www.servustv.com/servusjournal