

ETHNO- & GAYMARKETING

brainworker zählt zu den interessantesten Newcomers in der Agenturszene. Mit der Spezialisierung auf die Zielgruppen Türken bzw. Schwulen/Lesben erschließen sich mit fachlicher Kompetenz und persönlichem Engagement neue Kundenpotenziale.

Mit Beginn des heurigen Jahres gründete Manuel Bräuhofer eine Full-Service-Agentur, die in der Branche sicherlich noch sehr viel Auf- und Ansehen erregen wird. Ist doch seine Besonderheit der Umstand, dass er einerseits die Communities aus persönlicher Erfahrung kennt, andererseits als ausgebildeter Marketing- und Salesmanager das benötigte Know How besitzt.

Bräuhofer ist überzeugt, dass sich gängiges Marketing noch immer zu einseitig auf das allein glückseligmachende Szenario "Vater, Mutter, Kind" beschränkt. Dieses Konzept ist einfach unzureichend für unsere heterogene Gesellschaft. Aufgrund seines persönlichen Backgrounds sieht er natürlich, welche Defizite entstehen. Aus der Marketingperspektive heisst das, offene Gold-

quellen versiegen zu lassen. Denn es ist gerade das Insiderwissen, um die richtige Ansprache zu finden und so die Personen zu erreichen, ihr Vertrauen zu gewinnen. Does und Donts sind im Marketing genauso wichtig wie für Touristen, die ihren Urlaub in einem Land einer anderen Kultur verbringen. Es geht zumindest, die wichtigsten Verhaltensregeln zu beherrschen.

Bräuhofer beherrscht diese perfekt und macht sich so zum idealen interkulturellen Brückenbauer. Er weiss Bescheid über die Ansprache der türkischen Zielgruppe, weiß über die starken familiären Bindungen. Wenn man das Vertrauen eines Türken gewinnt, hat man auch das seiner Familie, seiner Bekanntschaft gewonnen. Die Mundpropaganda funktioniert bestens. Andererseits wird man Türken, die man einmal vor den Kopf gestoßen hat, nur sehr schwer wieder zurückgewinnen können. Auch die in der Werbung verwendete Symbolik spielt eine große Rolle. Die Regenbogenfahne beispielsweise wirkt auf Homosexuelle als stark positiv besetztes Zeichen. Und es ist auch ein kaufkräftiges Zielpublikum, das Bräuhofer ansprechen kann. Wie Studien beweisen, verreisen Homosexuelle drei- bis viermal öfters, kaufen hochpreisiger ein, konsumieren wesentlich mehr Kultur als ihre heterogenen Zeitgenossen. Bei in Deutschland lebenden Türken verblüfft wiederum die Tatsache, dass jeder Zehnte von ihnen einen Mercedesstern auf ihrer Motorhaube haben...

Wenn man Manuel Bräuhofer trifft, macht er einen sofort bekannt mit kreativen Ideen, entwirft Konzepte, verströmt Zuversicht. Er sieht



Manuel Bräuhofer, der Experte für Marktnischen

in Community Marketing seine Zukunft und ist voll von Visionen. Das nächste Projekt ist schon in Sicht, soll Anfang 2008 starten und wird europaweit einzigartig sein. Mit Bescheidenheit ist er nicht geschlagen, wenn er Marktführer in seinem Bereich in kurzer Zeit werden will, und wenn er sich als Experte fühlt. Lassen wir uns überraschen, aber das Zeug hat er dazu.



Kontakt:

Gassergasse 24-26, 1050 Wien, Tel. 0699/12 61 20 20, office@brainworker.at, www.brainworker.at

Leistungen

- **Beratung:** Zielgruppenberatung GLBT ETHNO
- **Marktforschung**
- **Konzeption & Strategie**
Analyse, Strategiekcheck, Ideenfindung, Workshops, Mediaplanung, Marketingplanung, Projektmanagement, Kampagnenpräsentation
- **Kreation**
Internet: Web-Design, Web-Marketing CMS
Print: Corporate Design, Reklame Design, Logos, Ausstattung, Werbeunterlagen, Mailings, Werbemittel, Anzeigebuchung
- **Multimedia:** Anwendungen, Screendesigns
- **Produktion**