

Everke zu Serviceplan und realisierte hier Kampagnen für Penny, o2, redcoon sowie die DZ Bank. Mit dem ersten goldenen Direct-Löwen für Serviceplan, weiteren 15 Cannes-Trophäen, einem Grand Prix in Cannes und über 200 weiteren internationalen Awards konnten Christoph und sein Team die kreative Neuausrichtung der Agentur mitgestalten.

Er ist Mitglied im Art Directors Club Deutschland und im englischen D&AD. 2012 war er Teil der Dialog-Jury in Cannes und 2013 beim D&AD in London. Christoph Everke ist verheiratet und hat laut eigenen Angaben „einen Hund, drei sehr laute Gitarren und drei noch lautere Söhne“.



Alfred Koblinger (Geschäftsführer von PKP BBDO)

Alfred Koblinger ist der heimische Pionier des Direct Marketings und Mitbegründer des Direct Marketing Verbandes (heute DMVÖ). „Wenn man mit Kreativität und Leidenschaft dabei ist, dann schafft man es mit Direct Marketing ganz nach oben“, so erklärt Koblinger sein Erfolgsrezept. Bei der heurigen Insight Arena wird der Direct Marketing-Pionier in seinem Vortrag „How to communicate in iAge“ erörtern, welche Waffen es im digitalen Zeitalter braucht, damit der Kampf um jeden einzelnen Kunden gewonnen werden kann. Koblinger wird ein „Psychokommunigramm einer neuen Welt mit ziemlich guten Cases“ präsentieren und erklären, wie moderne Kunden ticken und welche Waffen von Marken eingesetzt werden müssen, um zu überleben. Der Schlüssel zum Marketing-Erfolg führt in Zeiten der Digitalisierung und Individualisierung über Content zu Engagement zum Movement und sorgt für Image über die Hintertür.

Bereits in den 1980er Jahren entdeckte der studierte Betriebswirt seine große Leidenschaft für Direct Marketing und verzeichnete seine ersten Erfolge in diesem Bereich als Geschäftsführer von Interhome Österreich, einem internationalen Reiseanbieter von Ferienwohnung und Hotels, den er mit großem Erfolg als Branchen-Pionier auf Direktvertrieb umstellte. Im Jahr 1987 wurde es Zeit für die erste Direct Marketing Agentur in Österreich und es folgte der Start von Ogilvy & Mather Direct unter der Führung von Koblinger. Es gelang ihm, die Agentur binnen vier Jahren auf 20 Mitarbeiter aufzustocken. Zur selben Zeit war er Mitbegründer des Direct Marketing Verbandes (heute DMVÖ). 1992 gründete Koblinger mit Palla, Koblinger & Partner (PKP) seine eigene Agentur mit Fokus auf Relationship Marketing und schaffte es innerhalb von zwei Jahren an die Spitze des Marktes. Noch heute ist Koblinger Geschäftsführer von PKP BBDO und war sitzt im Board des weltweiten Direct Marketing Netzwerks „Proximity Worldwide“, an dessen Aufbau er maßgeblich beteiligt war.

Koblinger und sein Team erhielten bisher mehr als 120 österreichische Direct Marketing-Awards, mehr als 10 europäische Auszeichnungen und 4 Cannes Lions für besonders herausragende Kampagnen. Aufgrund der zahlreichen nationalen und internationalen Preise und seines stetigen Eintretens für messbare Kreativität wurde er als Ausdruck großer Wertschätzung und Bewunderung 2004 in die Hall of Fame des DMVÖ aufgenommen. Koblinger war bereits zwei Mal Jurymitglied bei den Cannes Direct Lions und 2005 als erster und einziger Österreicher Präsident der Direct Lions Jury. Seither fungierte er auch als Jurypräsident im Jahr 2006 bei Eurobest, sowie 2007 beim Dubai Lynx Award und 2009 beim Spikes Award in Singapur für die Kategorie Direktmarketing, Digital und Promotion.