

## ExtraDienst, 6.4.2007

### **ÖMG: Altern in der Arbeitswelt**

(06.04.2007)

**Gemäß dem Motto der Österreichischen Marketinggesellschaft (ÖMG), das Hauptaugenmerk auf Inhalte zu legen, startete man vor einigen Jahren eine eigene Buchreihe, die sich mit den verschiedensten Themen des Marketing befasst. Vor kurzem wurde der aktuelle Band präsentiert. Im Bild: ÖMG Vize-Präsidentin Gabriele Stanek zwischen den Autorinnen Birgit Buchinger (l.) und Renate Böhm (r.).**

Im dritten Band „Mythen von Arbeit und Altern“ beschäftigen sich die Autorinnen **Renate Böhm** und **Birgit Buchinger** mit dem Thema des Älterwerdens in der Arbeitswelt, insbesondere in einer Branche der Berufsjugendlichen. So der Ausdruck der Sozialwissenschaftlerinnen für die Marketing- und Werbewelt.



„Die Idee zu den Themen entspringen Aktualitätsgründen“, so ÖMG Präsident **Peter Drobil**. „Am Anfang steht die Überlegung, wo könnte es hingehen. Darauf entspinnt sich eine Diskussion, aus der sich letztlich das Thema entwickelt“, beschreibt Drobil den Ablauf. So erscheint rund jedes Jahr ein neuer Titel der Reihe. In der Vorjahre wurden bisher „Storytelling & Marketing“ von **Christian Spath** und **Bernhard G. Foerg** sowie „Erfolgsfaktoren für Zentral- und Osteuropa“ von **Gabriele Tomasitz-Möseneder** und **Reinhard Klackl** aufgelegt. Verantwortlich für die Buchreihe innerhalb der ÖMG ist Vize-Präsidentin **Gabriele Stanek**.

Die Entstehung der Buchreihe argumentiert Drobil so: „Schon bei unserer Gründung legten wir das Hauptaugenmerk auf Inhalte. Das ist der Unterschied zu anderen Organisationen.“ Mit dem Feedback auf die Buchreihe zeigt sich der ÖMG-Präsident zufrieden: „Das Interesse ist groß“. So können die Bücher nicht nur über das Internet bestellt werden, sondern sind auch bei Amazon und den meisten Buchhändlern gelistet.

Autor: **red**, Bildrechte: ÖMG