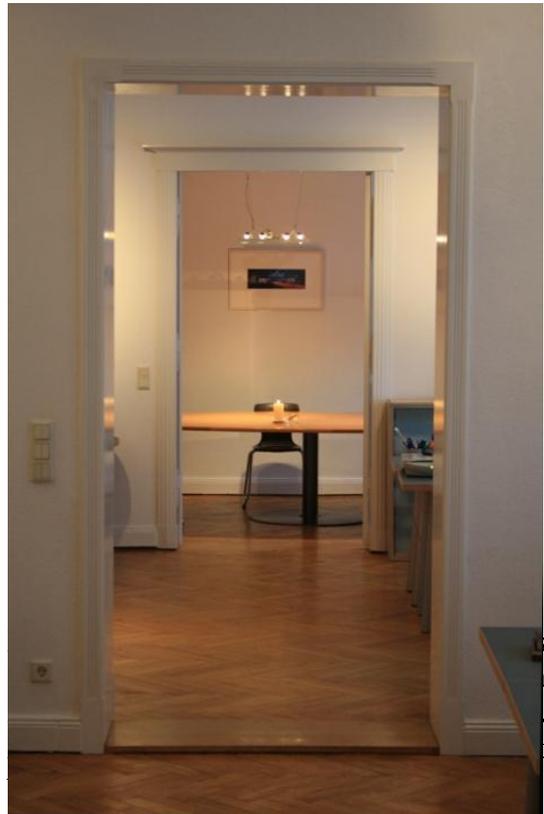
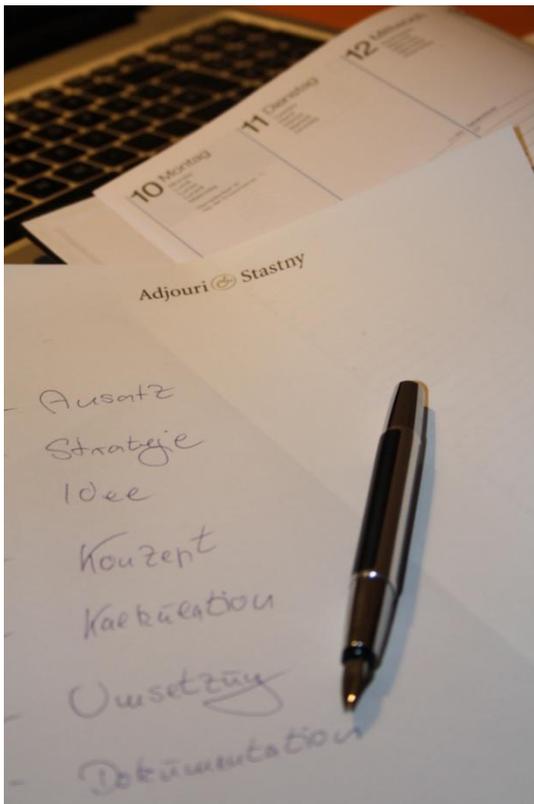




**Immer etwas besser.**

## **Oder: Unser Selbstverständnis**

Von der Planung bis zur Durchführung von Events, vom ersten Brainstorming bis zum aussagekräftigen PR- oder Presstext, von der ersten Idee bis zum überzeugenden Sponsoring-Konzept. Adjouri & Stastny Communication Management GmbH bietet seinen Kunden kompetente Beratung und kreative Ideen in den Bereichen Public Relations, Events & Sponsoring. Seit mittlerweile über 15 Jahren bieten wir vom Konzept über die Umsetzung, die kontinuierliche Beratung, das Controlling bis hin zur Supervision einen Full Service an. Dabei ist „Communication Management“ mehr als nur ein Bestandteil unseres Firmennamens.



Auf den folgenden Seiten stellen wir Ihnen einige exemplarische Beispiele unserer bisherigen Arbeit vor. Weitere, aktuelle Informationen über unsere Kunden und Projekte erhalten Sie natürlich ebenfalls über [www.adjouri-stastny.com](http://www.adjouri-stastny.com). Und: Selbstverständlich stehen wir Ihnen auch persönlich jederzeit gerne zur Verfügung.

## Unsere Leitsätze

### *1. Kommunikation ist elementar:*

Kommunikation ist keine flankierende Maßnahme, sondern Voraussetzung für das menschliche Miteinander. Die Bedeutung von Kommunikation ist damit elementar; ihre Beherrschung ist strategisch und operativ notwendig.

### *2. Vernetzte Kommunikation wirkt:*

Kommunikation als elementares Axiom kann nur ganzheitlich betrachtet werden. Daher suchen wir stets nach sinnvollen Synergien um möglichst viele Kommunikationskanäle miteinander zu verknüpfen.

### *3. Kunden haben immer Priorität:*

Der Erfolg unserer Kunden ist auch unser Erfolg. Eine absolute Dienstleistungsbereitschaft kennzeichnet daher unsere Arbeit. Zu diesem Selbstverständnis zählt ebenfalls, dass unsere Kunden von uns immer mehr erwarten können, als vom Wettbewerb.

### *4. Ethik als Prinzip:*

Unser Denken und Handeln unterliegt ethischen Grundsätzen. Daher behalten wir uns vor, für bestimmte Bereiche und Personen, die gegen Regeln der Ethik verstoßen, nicht tätig zu werden.

### *5. Wir denken quer:*

Komplexe Herausforderungen gehen wir kreativ an. Unsere Erfahrung zeigt, dass bestimmte Situationen außergewöhnlicher Lösungsansätze bedürfen. Zielorientiertes und strategisches Denken in Verbindung mit kreativen und praxisnahen Lösungen prägen unsere Arbeit.

### *6. Wirtschaft und Gesellschaft:*

Wir sind ein marktwirtschaftlich orientiertes Unternehmen und streben nach einem gesunden Wachstum. Unser Denken ist langfristig und setzt auf interne und externe Kontinuität. Neben unserer betriebswirtschaftlichen Orientierung haben wir ebenfalls das Bestreben soziale Projekte zu unterstützen und mit den uns zur Verfügung stehenden Instrumenten zu fördern.

### *7. Wir halten Wort:*

Ehrlichkeit, Offenheit, Transparenz und die Fähigkeit zu Kritik in Verbindung mit konstruktiven Lösungsvorschlägen kennzeichnen unsere Arbeit. Wir sind verbindlich in unseren Aussagen und Handlungen. Hierzu zählt auch die Fähigkeit, eigene Fehler einzugestehen und einen produktiven Ausweg zu finden. Denn: Vertrauen ist die beste Basis für eine langfristige und erfolgreiche Geschäftsbeziehung.

## Facts & Figures

Gründungsjahr 1998

Adjouri & Stastny Communication Management GmbH

*Petr Stastny*, Geschäftsführender Gesellschafter  
*Volker Schlichting*, Senior Consultant

Fredericiastrasse 15  
14050 Berlin

Tel.: +49 30 8321 794 20  
Fax: +49 30 8321 794 21

Mail: [mail@adjouri-stastny.com](mailto:mail@adjouri-stastny.com)  
[www.adjouri-stastny.com](http://www.adjouri-stastny.com)

Ständige Mitarbeiter: 5

### Profil

- Public Relations
- Pressearbeit
- Sponsoring
- Events
- Interne Kommunikation
- Krisen-PR
- Social Media

### Kompetenzen

- Schnittstelle zwischen Verbänden, Politik, Wirtschaft und Medien
- Langjährige Kontakte zu ausgewählten Medien
- Hohe Markenkompetenz
- Internationales Know-how speziell im Sport-Business
- Langjährige Eventerfahrung
- Projektentwicklung und -management



## International Paralympic Day 2007 & 2009

Im August 2007 und Juli 2009 richtete Adjouri & Stastny im Namen des International Paralympic Committee (IPC) den 3./4. International Paralympic Day auf dem Pariser Platz in Berlin aus. Seit 2003 findet der IPD in Abständen von zwei Jahren als Demonstration des Paralympischen Sports sowie als Bewerbung der Paralympischen Spiele statt. Nach 42.000 Besuchern, die 2007 zu der Veranstaltung kamen, waren es 2009 bereits knapp 60.000. Beide Male übernahm Bundespräsident Horst Köhler die Schirmherrschaft für die Veranstaltung. Nationale und internationale Athleten mit Behinderungen übten hier verschiedene paralympische Sportarten aus. Die Besucher konnten bei vielen Mitmachaktionen selbst persönliche paralympische Erfahrungen sammeln. Adjouri & Stastny hatte im Vorfeld des IPD das Genehmigungsverfahren für die Events auf dem Pariser Platz betreut.



*Bundespräsident Horst Köhler & IPC-Präsident Sir Philip Craven bei der Eröffnung des IPD 2009*

Außerdem war die Agentur neben der gesamten Organisation für die Bewerbung und Kommunikation des IPD speziell im Berliner Raum zuständig. Darüber hinaus akquirierte und betreute Adjouri & Stastny die Medienpartner rbb (Hörfunk und TV), Tagesspiegel bei beiden Anlässen und die Wall AG in 2007.

- Projektmanagement
- Genehmigungsverfahren
- Bewerbung & Kommunikation
- Akquise & Betreuung der Medienpartner
- Supervision



Fotos: Lieven Coudenys

## IAAF Diamond League

Der Welt-Leichtathletik-Verband IAAF startete 2010 mit der Diamond League und löste damit die Golden League ab. Auf ihrem Launch am 21. November 2009 in Monaco wurde die neue höchste Meetingserie in der Leichtathletik unter Anwesenheit der drei schnellsten Männer der Welt sowie zahlreicher Top-Vertreter der olympischen Kernsportart vorgestellt. Seit Mai 2010 gibt es in weltweit 14 Städten Leichtathletik der Weltklasse. Folgende Städte sind hierbei Austragungsorte: **Doha**, Katar, **Shanghai**, China, **Oslo**, Norwegen, **Rom**, Italien, **New York & Eugene**, USA, **Lausanne** und **Zürich**, Schweiz, **London & Birmingham**, Großbritannien, **Paris**, Frankreich, **Monaco**, **Stockholm**, Schweden und **Brüssel**, Belgien. Durch die langjährige Erfahrung von Petr Stastny im Sport-Business und insbesondere in der internationalen Leichtathletik wurde die Agentur durch die in der Schweiz ansässige Diamond League AG mit der Koordination und dem Management der Meetingserie betraut.



Launch der Diamond League im November 2009

Die Agentur berät bei der Planung und Umsetzung der 14 Veranstaltungen und unterstützt die Sponsoren- und Medienakquise sowie deren Betreuung. Adjouri & Stastny repräsentiert die Diamond League AG in enger Abstimmung mit dem Verwaltungsrat nach außen gegenüber allen Partnern und Dienstleistern.

- Lead Agency
- Sponsoring / Kommunikation
- Finanzen / Supervision
- Social Media





REPUBLIC OF SOUTH AFRICA



## Botschaft der Republik Südafrika



Podiumsdiskussion u.a. mit dem Friedens-Nobelpreisträger Desmond Tutu

Die Agentur wurde von der Botschaft der Republik Südafrika in Deutschland mit der medialen und inhaltlichen Betreuung einer mehrjährigen Veranstaltungsreihe anlässlich der 2010 FIFA Fußball-Weltmeisterschaft™ betraut.

Diese bestand aus Podiumsdiskussionen für Multiplikatoren und Medien, Round-

tables, Pressearbeit und weiteren öffentlichkeitswirksamen Maßnahmen.

So wurde bis zur FIFA Fußball WM 2010 kontinuierlich und mit wechselnden thematischen Schwerpunkten über den Stand der Vorbereitung auf den Mega Event berichtet. Ein weiteres wichtiges Element bildeten die Präsentationen der Projekte deutscher Partner aus Politik, Sport, Wirtschaft und Gesellschaft, welche die WM als Katalysator für eine nachhaltige Entwicklung in Südafrika und weiteren afrikanischen Staaten nutzten.



Enthüllung der Countdown Clock vor der südafrikanischen Botschaft

- Projektmanagement / Supervision
- Strategische Beratung
- Pressearbeit
- Koordination mit Partnern





BEIJING 2015

CANDIDATE CITY

## Kandidatur Peking Leichtathletik WM 2015



*Vor-Ort-Betreuung während des Besuches der IAAF Evaluation Commission in Peking*

Nach Berlin 2009 und Moskau 2015 hat Adjouri & Stastny zum dritten Mal einer Bewerbung für IAAF Leichtathletik-Weltmeisterschaften zum Erfolg verholten. Die dafür konzipierte Kommunikationskampagne umfasste die Präsenz bei den wichtigsten Leichtathletikwettkämpfen im Sommer und Herbst 2010, Lobbying sowie die Einbindung des mehrfachen norwegischen Speerwurf-Weltmeisters und Olympiasiegers Andreas Thorkildsen als WM-Botschafter. Die Agentur übernahm darüber hinaus die redaktionelle Betreuung sowie den Ver-

sand von Newslettern in vier verschiedenen Sprachen, sowie die Erstellung und Distribution von Pressemitteilungen zu aktuellen Themen an relevante Medienvertreter auf allen Kontinenten. Vor der Entscheidung der IAAF am 20. November 2010 in Monaco wurde vor Ort im Konferenzhotel ein Informationsstand im chinesischen Stil konzipiert und betrieben.



*Newsletter vier Sprachen zur kontinuierlichen Kommunikation*

- Allgemeine Beratung
- Entwicklung einer Kommunikationsstrategie
- Pressearbeit
- Newsletter
- Lobbying



## Deutscher Behindertensportverband

Der Deutsche Behindertensportverband (DBS) ist der zuständige Fachverband im Deutschen Olympischen Sportbund (DOSB) für den Sport von Menschen mit Behinderungen. Gleichzeitig ist der DBS nationales paralympisches Komitee für Deutschland und in dieser Funktion Mitglied im International Paralympic Committee (IPC).

Der DBS bietet seinen Mitgliedern eine breit gefächerte Auswahl an sportlichen Aktivitäten. Auf diese Weise können immer mehr Menschen mit Behinderung für Sport begeistert werden.

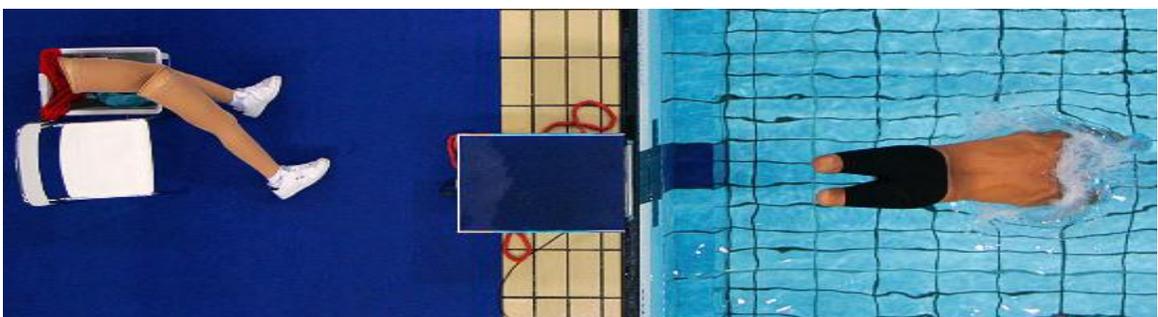
2004 wurde der DBS von der UNESCO für sein besonderes Engagement im Bereich des Behindertensports ausgezeichnet. Adjouri & Stastny betreute die strategische und operative Presse- und Öffentlichkeitsarbeit sowie die interne Kommunikation des DBS.



*Ausrichtung eines Parlamentarischen Abends in der Deutschen Parlamentarischen Gesellschaft in Berlin*

Im Zusammenhang eines Reformprozesses des Verbandes erarbeitete die Agentur die „DBS Reform-Depesche“ und setzte im Januar 2008 einen Parlamentarischen Abend in der Deutschen Parlamentarischen Gesellschaft für den DBS um.

- Strategische & operative Presse- und Öffentlichkeitsarbeit
- Krisen-PR
- Erstellung „Reform-Depesche“ inkl. Layout und Text
- Projektsteuerung, Sponsorenakquise & Umsetzung für einen Parlamentarischen Abend



## Landesbank Berlin / Berliner Sparkasse

Im Dezember 2007, 2009, 2010, 2012 und 2013 richtete die Adjouri & Stastny Communication Management GmbH im Auftrag der Landesbank Berlin AG jeweils eine After Work Party für etwa 2.500 Mitarbeiter aus. Neben der gesamten Projektentwicklung, Organisation und Durchführung der Veranstaltung war die Agentur auch für die Motto- und Logoentwicklung verantwortlich. Sowohl das Recruitment, die Abstimmung mit allen Dienstleistern und Behörden als auch die Budgetierung, Supervision, Budgetkontrolle und Abrechnung der Veranstaltung wurden von Adjouri & Stastny übernommen.

Unter kontinuierlicher Abstimmung mit dem Kunden wurde das Erscheinungsbild des Events sowie das umfangreiche künstlerische, musikalische und kulinarische Rahmenprogramm gemeinsam mit Partnern entwickelt.

Weitere Maßnahmen, die die Agentur mehrfach für den Kunden umsetzte, waren die Präsenz des Kunden auf dem Hoffest des Regierenden Bürgermeisters, die 5x5 km Teamstaffel sowie Key Account Events.



*Weihnachtliche Riesenfiguren als eindrucksvolles Programmelement*

- Motto- & Logoentwicklung
- Konzeptentwicklung
- Projektmanagement
- Programmgestaltung / Regie
- Budgetierung





Nutzfahrzeuge

## Volkswagen Nutzfahrzeuge



Foto: Uwe Steinert

Von 2008 bis 2012 war die Adjouri & Stastny Communication Management GmbH für Volkswagen Nutzfahrzeuge, Region Ost tätig. Die Agentur entwickelte in enger Zusammenarbeit mit Experten für Grafik & Vertriebsgestaltung ein Kommunikationskonzept für einen Händlerverbund in Berlin. Das TEAM BERLIN war geboren. Neben verkaufsfördernden und werbewirksamen Aktionen konnte Adjouri & Stastny imagebildende Partnerschaften realisieren und das TEAM Berlin in der klassischen Medienarbeit unterstützen. Während dieser Zeit konnten u.a. Beziehungen zu Innungen und Kammern geknüpft werden. Gebrandete Trucks wurden im Stadtbild Berlins platziert, verschiedene Promotionaktionen durchgeführt und begleitende Radiospots geschaltet.

Darüber hinaus entwickelte die Agentur Konzepte für Messeauftritte und erstellte ebenfalls mit Partnern eine Homepage. Die Durchführung öffentlichkeitswirksamer Aktionen, die unter dem Motto der „Artenvielfalt“ standen, hatten ebenso wie alle anderen Maßnahmen das Ziel, die regionale Präsenz der Marke Volkswagen Nutzfahrzeuge in der Hauptstadt zu untermauern und bundesweite Aktionen regional zu unterstützen.



Foto: Uwe Steinert

- Naming, Markteinführung & Kommunikation
- Promotion
- Events
- Networking
- Verkaufsfördernde Maßnahmen
- Kundenbindungsmaßnahmen

# TEAMBERLIN

## Der starke Händlerverbund

ASB Autohaus Berlin ■ Autohaus Berolina ■ Autohaus Möbus  
MAN Truck & Bus Center Berlin ■ Autohaus Zellmann

[www.vwn-teamberlin.de](http://www.vwn-teamberlin.de)



Nutzfahrzeuge

## Merck Deutschland Pharma

Im Rahmen zweier Produkteinführungen der Merck Pharma GmbH, „Niaspan“ 2004 und „Lodotra“ 2009, konzipierte Adjouri & Stastny zwei umfangreiche Incentive Konzepte. 2004 entwickelte die Agentur ein Sport-Incentive-Programm. Mit der Unterstützung der mehrfachen Weltmeisterin und Olympiasiegerin Birgit Fischer, dem 10-Kampf-Olympiasieger Christian Schenk, dem Admirals-Cup Teilnehmer Tim Kröger sowie dem Olympiamedaillen-Gewinner Florian Schwarthoff, wurde den Merck-Mitarbeitern ein Sport-Sightseeing-Programm mit 13 verschiedenen Sportarten an originären Orten Berlins, umrahmt von einem umfangreichen Tagesprogramm und zwei Abendevents, geboten. 2009 ging es für die Außendienst-Mitarbeiter der Merck Pharma GmbH unter dem Motto „Gemeinsam hoch hinaus“ in den frühen Morgenstunden auf die Zugspitze, wo ihnen im Rahmen einer ganztägigen Veranstaltung ein neues Produkt präsentiert wurde.



Unter prominenter Betreuung durch die beiden ehemaligen Wintersportler Rosi Mittermaier und Christian Neureuther konnten die Teilnehmer anschließend ihr Können bei Skilaufen und Eiskunst auf die Probe stellen. Neben der Konzeption und Umsetzung der Tagung war die Agentur für Idee und Organisation des Rahmenprogramms, zwei Abendveranstaltungen sowie das interne Pre- & Postmarketing verantwortlich.

- Locationauswahl
- Konzept Incentive-Programm
- Konzept Abendempfang
- Supervision inkl. Budget / Gesamtabrechnung
- Pre- & Postmarketing



**ASTRA**net

Im 2. Halbjahr 2004 begleitete Adjouri & Stastny im Rahmen einer integrierten Kommunikationskampagne das neue Produkt **ASTRA**net bei seiner Einführung auf dem deutschen Markt. **ASTRA**net bietet High-Speed-Internet via Satellit unabhängig von Wohnort und DSL-Anschluss. Das Produkt wurde speziell für ländliche Haushalte ohne DSL-Anschluss konzipiert. Neben klassischer Pressearbeit organisierte die Agentur Medienkooperationen, Gewinnspiele, Pressehintergrundgespräche und sorgte somit für eine weit gefächerte Präsenz in Fachmedien, Onlineportalen, Hörfunksendern und regionalen Tageszeitungen.

**■ □ □ Moderne Medien**

Fast komplett für **ASTRA**net, Schlüssel und Modem. Schon eine ISDN-Anterie reicht für den Internetzugang aus.

*Quelle: SES*

**Stefan Hagedorn**

Mehrere Millionen Haushalte in Deutschland haben nach wie vor das Nachsehen, wenn es um schnelles Surfen im Internet zu günstigen Konditionen geht. „DSL ist in ihrem Anschlussbereich nicht verfügbar“ – diese Horrormeldung strapaziert auch in der heutigen Zeit die Nerven von unzähligen Internet-Nutzern. Vor allem im Osten Deutschlands wurde in den letzten 10 Jahren von der Deutschen Telekom Glasfaser verlegt. Damals als modern und technisch up-to-date gepriesen, erweist dies sich in der heutigen Zeit als schwerwiegendes Problem. Auch die ländlichen Regionen haben es schwer, von der Telekom entsprechend angeschlossen zu werden. Zu hohe Kosten für das ehemalige Staatsunternehmen stehen in keinem Verhältnis zu den Gebühren, welche von den Kunden eingemommen werden. Bis zu 15 % der Bevölkerung in Deutschland werden nach Angaben der Deutschen Telekom jedoch voraussichtlich nie an das DSL-Netz angeschlossen werden. Dies entspricht mehr als 5 Millionen Haushalte.

**Netzmöglichkeit problematisch**

Zunehmend ist Bandbreite in Form von nicht nur die Jahre weiter tolle, die noch nicht versorgt werden. DSL-Netze werden teilweise schon die Quarze mit Kupferkabel überboten voran. In einigen Gebieten soll es neu entwickelte, aber recht teure Technik zum Einsatz kommen, welche DSL auch über Glasfaserleitungen möglich macht. Dazu haben vor allem Gebiete mit einer hohen Bevölkerungsdichte und einer eher geringen hohen Nachfrage nach dem Breitbandanschluss.

*Quelle: SES*

Das Satelliten-Modem.

die besten Aussichten, bedient zu werden. Auch das Surfen über das Kabelnetz stellt sich eine weitere Alternative dar. Eine zu geringe Marktumschlagung bei zum Teil erdigen Preisen besteht neben den technischen Problemen in Glasfaser, insbesondere die Verlegung von schnellen Internetanschlüssen. Abhilfe für gesteuerte Kunden bietet seit kurzem der Internet-Service von SES Astra, **ASTRA**net. Die Betreiber des Netz-Satelliten-Systeme haben diese Technologie zusammen gegründet, um bestehenden Astra-Subskribenten, aber auch Neukunden einen sehr großzügigen Internetzugang über die in Deutschland populäre Satelliten-Plattform 13.2. Das anzubieten. Somit haben auch in-erweiterte Nutzer solche Chancen auf einen DSL-Anschluss haben, eine Übergangslösung zu geringen Konditionen Download in Sekundenschwindigkeit bis zu 1024 Kilobyte durchzuführen. Einziges Nachteil: Da bei diesem Angebot kein Rückkanal erhalten ist, muss wiederum ein herkömmlicher analoger oder ISDN Telefonanschluss vorhanden sein. Damit fallen neben den **ASTRA**net-Gebühren weitere Kosten an. Wie gegenüber **13.2** und **DIGITAL** besorgt wurde, wird es in absehbarer Zeit keinen rückkanalfähigen Internet Service über Astra geben. Dafür sind auch Besitzer von Apple-Computern und Nutzer des Betriebssystemes Linux in der Lage, **ASTRA**net einzusetzen.

**Inbetriebnahme**

Mit einer bis zu 150cm ISDN-Geschwindigkeit ermöglicht das Angebot von **ASTRA**net den Download von großen Datenmengen von kompletten Webseiten, Musik oder Spielen.

Der Kunde kann zwischen zwei verschiedenen „Start-Konzepte“ wählen. Wer bereits im Besitz einer Astra-Antenne ist, zahlt einmalig 69 €. Darin sind die Anschlussarbeiten bereits enthalten. Ferner sind sich im Lieferumfang die Einrichtungs- und Betriebssoftware auf CD, ein F10 Satelliten-Modem beauftragt für analoge oder ISDN-Anschlüsse, ein extra-optional LNB, ein USB Ethernet-Kabel zum Anschluss an den PC oder Laptop, 20 m Koaxial-Kabel mit entsprechenden Anschlüssen sowie ein Satelliten-Beep. Dieser soll die korrekte Ausrichtung der Satelliten-Antenne auf 19.2° Ost erleichtern. Das mitgelieferte 5-kg LNB muss gegen das bisherige ausgetauscht werden und ersetzt den gleich-

**ASTRA**net  
Preiswert Surfen via Astra

**92** **FERNSEHWELT DIGITAL 12/2004**

- Kommunikationsstrategie zur Markteinführung
- Kommunikationskonzept
- Pressearbeit national
- Medienkooperationen & Gewinnspiele
- Hörfunk-PR



**SES GLOBAL / SES ASTRA**

Von 2000 bis 2008 war Adjouri & Stastny für das Luxemburger Unternehmen SES ASTRA sowie für die im März 2001 gegründete Holding SES GLOBAL tätig. Als Muttergesellschaft von SES ASTRA, dem führenden Satellitensystem in Europa, und SES AMERICOM, dem Betreiber einer der größten Satellitenflotten in Nord- und Südamerika und weiterer weltweiter, strategischer Beteiligungen bietet SES GLOBAL S.A. über 54 eigene aktive Satelliten Kommunikationslösungen für Fernseh- und Radioprogramme, Multimedia- und Internet- sowie Telekommunikationsdienste an.

Als zuständige PR-Agentur für den gesamten deutschsprachigen Raum sowie für Ost- und Mitteleuropa betreute Adjouri & Stastny kontinuierlich die Pressearbeit von SES GLOBAL und SES ASTRA.



Für die deutsche Niederlassung, die ASTRA Deutschland GmbH (ADG), betreute die Agentur neben der Pressearbeit auch Corporate Events, Einzelprojekte und Kunden-Events. Das Erarbeiten von Presseinformationen, die Pflege von Medienkontakten, das Organisieren von Hintergrundgesprächen und Pressekonferenzen gehörten dabei zur kontinuierlichen Agenturarbeit genauso wie messebegleitende Tätigkeiten für Kunden und Medien insbesondere im Umfeld der Internationalen Funkausstellung (IFA).

- Kontinuierliche strategische Pressearbeit
- Pressehintergrundgespräche
- Wirtschafts- Finanzkommunikation
- B2B Kommunikation
- Corporate- & Kundenbindungsevents





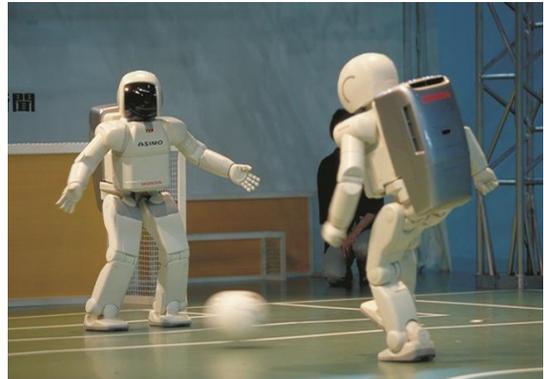
## RoboCup

Der jährlich stattfindende RoboCup ist eine internationale Forschungs- und Bildungsinitiative. Während dieser Zeit wird zeitgleich der RoboCupSoccer ausgetragen. Beim RoboCupSoccer treten Roboterteams im Fußball gegeneinander an und bieten so eine unterhaltsame Möglichkeit des Austausches technischer Informationen und Neuentwicklungen für die Forscher.

Am RoboCup2003 nahmen 224 Teams aus insgesamt 34 Ländern teil. Erklärtes Ziel ist es, bis zum Jahre 2050 eine Mannschaft von autonomen Robotern zu entwickeln, die – nach den Regeln der FIFA – das menschliche Weltmeistersteam besiegen soll.

Dentsu Kyushu Inc., Japan, zugehörig zu Dentsu, der weltgrößten eigenständigen Werbeagentur und die RoboCup Federation beauftragten Adjouri & Stastny mit der Presse- und Öffentlichkeitsarbeit des RoboCup2003 im italienischen Padua. Die Agentur übernahm die Medienberatung der Federation sowie Planung

- Europaweite Pressearbeit
- Sponsorenbetreuung
- Venue Dressing
- Media / Event Office



und Umsetzung der Medienarbeit in Deutschland, Schweiz, Österreich, Frankreich, Großbritannien, Spanien und Portugal.

Für den RoboCup2004, der in der portugiesischen Hauptstadt Lissabon durchgeführt wurde, entwickelte Adjouri & Stastny erneut die Pressearbeit in sieben europäischen Ländern im Auftrag des Lissaboner Organisationskomitees und in enger Abstimmung mit der in Tokio ansässigen RoboCup Federation und setzte diese um. In den Verantwortungsbereich der Agentur fiel 2004 neben der gesamten Medienbetreuung auch die Beratung, Planung und Umsetzung der Präsenz der nationalen und internationalen Sponsoren, begleitend zur Veranstaltung.



## IAAF International Association of Athletics Federations



IAAF Präsident Lamine Diack

Im November 2003 betreute Adjouri & Stastny im Auftrag des Deutschen Leichtathletik-Verbandes DLV und in engster Abstimmung mit der Senatskanzlei, der Industrie- und Handelskammer zu Berlin sowie des IAAF (Welt-Leichtathletik-Verband) selbst die mehrtägige Sitzung des höchsten IAAF-Gremiums.

Adjouri & Stastny übernahm für das IAAF Council Meeting die gesamte Konzeption sowie die Umsetzung des Ablaufs der Konferenz.

Neben den offiziellen Sitzungen des IAAF Council gestaltete die Agentur ein umfangreiches Social Programme. Dieses umfasste vielfältige Veranstaltungen, wie z. B. einen „Ausflug“ in die hauptstädtische Kultur sowie mehrere Abendessen in besonderem Ambiente.

So luden u. a. der Regierende Bürgermeister von Berlin, Klaus Wowereit („Orangerie“ im Schloss Charlottenburg), der Präsident der Industrie- und Handelskammer zu Berlin, Werner Gegenbauer („Berlin Capital Club“ am Gendarmenmarkt), sowie der Präsident des Deutschen Leichtathletik-Verbandes, Dr. Clemens Prokop („Zoo-Aquarium“) die Teilnehmer des IAAF Council Meetings sowie Multiplikatoren aus Berlin und Deutschland ein. Ein Highlight war sicherlich auch der Empfang mit Bundesinnenminister Otto Schily in der Mercedes Lounge des Berliner Olympiastadions.

- Gesamtkonzeption
- Entwicklung Rahmen- & Social Programme
- Konferenzplanung
- Transfers / Fahrdienst
- Supervision / Budgetplanung



## streetfootballworld

streetfootballworld ist eine Social Profit Organisation, die den positiven sozialen Wandel durch Fußball fördert. Seit der Gründung im Jahr 2002 entwickelt streetfootballworld gemeinsam mit seinen Partnern und dem streetfootballworld Netzwerk innovative Lösungen für soziale Herausforderungen auf globaler Ebene. Derzeit sind im Netzwerk mehr als 100 Mitgliedsorganisationen in über 62 Ländern der Erde aktiv. Sie alle nutzen das einzigartige Potenzial des Fußballs, um den sozialen Herausforderungen innerhalb ihrer Gemeinden nachhaltig entgegenzutreten. Seit vielen Jahren ist streetfootballworld mit dem Projekt „Football for Hope“ auch offizieller Partner der FIFA.

Adjouri & Stastny betreute streetfootballworld auf dem Gebiet des Sponsoring und stand dem Kunden für die Kommunikation, insbesondere für die Medienbetreuung, im Rahmen des Projektes von Beginn an beratend zur Seite.



Jürgen Klinsmann, Jürgen Griesbeck, Bärbel Wartenberg-Potter und Heidemarie Wiczorek-Zeul

- Presse- & Öffentlichkeitsarbeit
- Sponsoring
- Strategische Beratung
- Lobbying





## Volkswagen Nutzfahrzeuge



*Spielerinnen der Chinesischen Damen Nationalmannschaft im Rollstuhlbasketball vor dem Reichstag*

Beim 3. International Paralympic Day (IPD) am 23. August 2007 in Berlin engagierte sich Volkswagen Nutzfahrzeuge als Sponsor der Veranstaltung. Volkswagen, auch offizieller Sponsor der Olympischen und Paralympischen Spiele 2008 in Beijing, baute durch sein Engagement in Berlin erfolgreich eine Brücke zur paralympischen Partnerschaft in Peking.

Adjouri & Stastny war im Namen des International Paralympic Committee (IPC) mit der Organisation des IPD 2007 betraut und gewann VW als Partner des Events. Im Weiteren nahm sich Adjouri & Stastny der Koordination und Umsetzung der Sponsoringaktivitäten von VWN an.

Als offizieller und exklusiver Automobil-Partner des IPD 2007 stellte VWN Crafter, Multivans, T5-Komis, Caddys sowie Phaetons zur Verfügung, deren Branding mit dem offiziellen Logo der Paralympischen Spiele 2008 in Beijing von der Agentur koordiniert und betreut wurde. Um das breit gefächerte Sponsoring-Engagement von VW verstärkt nach außen zu tragen, organisierte Adjouri & Stastny im Vorfeld des IPD 2007 Fototermine, auf die auch die chinesischen Medien mit positiven Berichterstattungen reagierten. Darüber hinaus erstellte Adjouri & Stastny im Anschluss an den IPD 2007 eine Dokumentation der Aktivitäten.

- Branding (Designabstimmung, Produktion, Supervision)
- Kommunikation Beijing 2008
- Bilddokumentation



**Beijing 2008 Automobile Partner**

## O2 Germany



*Moderator Udo v. Kampen vor zahlreichen Gästen*

Blue Evening ist eine Gesprächsplattform in Berlin, die als fester Bestandteil der politischen Kommunikation der Hauptstadtrepräsentanz von O2 zu unterschiedlichen, aktuellen Themen stattfand. Hochrangige Vertreter aus Politik, Wissenschaft und Wirtschaft diskutierten in diesem Forum über aktuelle politische und gesellschaftliche Themen, um Lösungswege aufzuzeigen. Adjouri & Stastny realisierte für die Blue Evenings im Mai und November 2006 die lokale Pressearbeit. Weiterhin wurden Interviews bzw. Hintergrundgespräche mit Vertretern der Geschäftsführung von O2 und ausgewählten Medien lanciert. Darüber hinaus beriet die Agentur die Hauptstadtrepräsentanz von O2 im Bereich der Kommunikation.

- Kommunikative Beratung der Hauptstadtrepräsentanz
- Pressearbeit für den Blue Evening im Mai und November 2006
- Lancierung von Pressehintergrundgesprächen



*Rudolf Gröger mit Veronika Ferres als Talkgäste*



# REFERENZENZEN

## Automotive

- Volkswagen Nutzfahrzeuge

## Finanzen

- Landesbank Berlin / Berliner Sparkasse

## Food

- Butter Lindner

## Kultur

- Berliner Philharmoniker

## Pharma

- Merck Deutschland Pharma
- Merck France

## Politik / Verbände

- IPC (International Paralympic Committee)
- ICSSPE (International Council of Sport Science and Physical Education)
- IAAF (International Association of Athletics Federations)
- Stadt Helsinki
- DLV (Deutscher Leichtathletik-Verband)
- EAA (European Athletics)
- Botschaft der Republik Südafrika
- DBS (Deutscher Behindertensportverband)

## Sport

- Bid Committees IAAF World Championships Moscow2013 & Beijing2015
- Concept Sports International
- Dentsu Kyushu
- IAAF Diamond League
- ISL Worldwide
- ISTAF Berlin / LVG
- streetfootballworld

## Technologie

- ASTRA Deutschland
- ASTRAnet
- ICOB (Investor Center Ostbrandenburg)
- Informus
- ISR (Instituto de Sistemas e Robótica)
- O2 Germany
- SES ASTRA
- SES GLOBAL
- SES Multimedia