

# Ideales Livemarketing

Die eigentümergeführte Ideal Live Marketing GmbH hat zuletzt neben diversen schönen Gala-Events und Promotions einige besonders nette Jobs realisiert.

••• Von Paul Christian Jezek

WIEN. Neben PR, Point of Sale und Incentives umfasst das Repertoire der Ideal Live Marketing GmbH mit Stammsitz am Wiener Schmerlingplatz auch Events und Kongresse, Promotions und Roadshows.

”

*Livemarketing-Aktivitäten kombinieren wir mit digitalen Technologien und potenzieren so Impact und emotionale Dimension mit den Reichweiten viraler Strategien.*

**Marcus Wild**  
Inhaber und GF  
Ideal Live Marketing

“

„Wir kreieren und realisieren mit den einzelnen Below-the-Line-Instrumenten crossmediale Kampagnen, die Marken, Produkte, Unternehmen direkt, impactstark und authentisch in Szene setzen“, bringt es Eigentümer Marcus Wild (45) in einem Satz auf den Punkt.

**Laend Yard**  
Eine der größten Baugruben Wiens wurde zum Festivalgelände. Rechts: Warming-up-Event für die Vienna Comic Con.



© Philipp Liparski

## Feel the Taste of Spar

Die Eröffnung des modernsten Logistikzentrums Europas konzipierte und realisierte Ideal im Auftrag von Spar: Das riesige Lager wurde mit einem „dark adventure ride“ den Gästen bequem und kurzweilig präsentiert (u.a. mit einem Roboter & Tänzer-Ballett), der Empfang in einem „traditionellen“ Lagerambiente, das Galadiner selbst in einer modernen Halle realisiert.

Ein Hochregal wurde zur gigantischen vertikalen Bühne (mit Orchester, Band, Tänzern und Sängern) und Projektionsfläche umgebaut. Eine Fuge für Orchester auf Basis des „Feel the Taste of Spar“-Themas so-

wie ein Rap zum Thema Logistik wurden eigens komponiert und erzählten zusammen mit Filmen und Visuals, mit denen die Tänzer interagierten, die Geschichte des Unternehmens bzw. der Spar-Logistik.

## Der Laend Yard-Rush

Um den neuen Stadtteil Laend Yard im dritten Wiener Gemeindebezirk zu kommunizieren, kreierte Ideal ein urbanes Festival, dessen Höhepunkt eine Schatzsuche war. Diese Schatzsuche wurde als Hommage an die beiden großen „Immobilienevents“ der US-Geschichte – den Oklahoma Land Rush und den California Gold Rush – inszeniert und rief

zugleich den Gründungsmythos für den neuen Stadtteil ins Leben.

Die breite Kampagne davor und danach kommunizierte das Immobilienprojekt und holte die avisierte Zielgruppe mit ihren Sprach- und Ästhetik-Codes in ihrer Lebenswelt authentisch ab.

## Zwei weitere Highlights

„It all starts with a Nescafé ..., dachten wir uns und brachten die Menschen zu einer emotionalen und schönen Geste: hug the mug“, berichtet Marcus Wild. „Und schon gab es im Pop-up-Kaffeehaus eine feine Tasse Nescafé inkl. nettem Plauscherl ...“

Last but not least wurde die Herbstsaison mit dem 20-Jahrestag des Fischpark gestartet. Wild: „Dafür haben wir eine große FashionShow für huma11, die Openings und Promotions der Vorwerkstores im DZ und SCS und Warming-up-Events für die Vienna Comic Con in Bratislava und Budapest inszeniert – und freuen uns jetzt schon auf den Lichtadvent St. Johann, dessen Konzept ebenfalls aus „Ideal-er Feder“ stammt.“



© Philipp Liparski, Reed Messe Wien

3  
Top-Awards

## Ausgezeichnet

- Austrian Event Award – erfolgreichste Agentur dieses Jahrzehnts
- VAMP – Austrian Ambient Media und Promotion Award
- European Change Communications Award