



© Life Group

Ideal gewinnt Award zum 15-Jährigen

Das Ideal-Team kommt nicht aus dem Feiern heraus und beschenkt sich selbst – durch seine Leistungen – zum Jubiläum mit dem **medianet xpert.award**.

Auf der Siegerstraße

Das Ideal-Team feierte gerade seinen 15. Geburtstag und mit dem Sieg bei den **medianet xpert.awards** in der Kategorie „Livemarketing“ haben sie gleich wieder einen Grund zu feiern.



Weiterentwicklung vom Event Management über das Event Marketing zum Livemarketing von Anfang an mitgestaltet und getragen. Unser fast missionarischer Eifer wurde belohnt: Wir sind mit über 40 Preisen die erfolgreichste Agentur überhaupt beim Austrian Event Award und beim Vamp Austrian Promotion Award – und der **medianet xpert.award**, der einzige Award und zugleich wohl der größte, der die *gesamte* Werbeszene abbildet, lobt diese Kategorie mit ‚Live‘ aus – und wir konnten nach dem Voting einer vielköpfigen Expertenjury, nach Abfrage Hunderter Kunden, ihn jetzt sogar gewinnen!

medianet: Die Jury und die Kunden bewerteten Ihre Projekte des letzten Jahres. Wie haben Sie selbst das Jahr als Geschäftsführer von Ideal erlebt?

Wild: Die Branche und besonders die Livemarketer spüren die Konjunkturschwankungen sehr früh. Der aktuelle Aufschwung tut der Branche allgemein gut, und bei Ideal freuen wir uns über die besten Zahlen in der Unternehmensgeschichte. Zudem konnten wir 2017 gleich fünf Vamp Austrian Promotion Awards, vier Austrian Event



Live: Top 3 Gesamtwertung

Top-Agenturen Die besten Liveagenturen, bezogen auf das kumulierte Ergebnis aus „Daten und Fakten“, „Leistung: Kreation, Innovation, Strategie“ und „Kundenzufriedenheitskoeffizient“.

1 ranking	Ideal	90,38 rating points
	Basket 1: 27,00 Pkt. Basket 2: 24,64 Pkt. Basket 3: 38,73 Pkt.	
2 ranking	Fuchs Communication	88,59 rating points
	Basket 1: 24,50 Pkt. Basket 2: 25,44 Pkt. Basket 3: 38,65 Pkt.	
3 ranking	Himmelhoch	85,54 rating points
	Basket 1: 26,75 Pkt. Basket 2: 20,19 Pkt. Basket 3: 38,59 Pkt.	

Gewichtung

Kumuliertes Ergebnis aus drei Baskets:

„Daten und Fakten“ (30 Pkt. max.), „Leistung: Kreation, Innovation, Strategie“ (30 Pkt. max.) und „Kundenzufriedenheitskoeffizient“ (40 Pkt. max.).

••• Von Skender Fejzuli

deal darf sich ab sofort **medianet xpert**-Sieger in der Kategorie „Livemarketing“ nennen. Passend dazu unterhielt sich **medianet** mit Markus Wild, dem Geschäftsführer von Ideal, um mehr über das Unternehmen zu erfahren.

medianet: Wie fühlt man sich als frisch gebackener Sieger des xpert.award im Livemarketing, zu dem wir Ihnen gratulieren?
Markus Wild: Eine tolle Bestätigung unseres Weges: Wir haben den Paradigmenwechsel, die



Joya Yoga Convention Ideal organisiert den Open Air-Event, bei dem Yoga, Joya und der vegane Lebensstil im Mittelpunkt stehen, auch 2018.

Awards und den Sonderpreis Events Marketing beim Österreichischen Staatspreis Marketing gewinnen.

medianet: Man könnte Ideal also als Abräumer des Jahres in Österreich mit vielen Projekten bezeichnen. Welche von den Kampagnen waren die spannendsten im vergangenen Jahr?
Wild: Ein spannendes war unsere Kampagne zum Kinostart von ‚Baywatch‘: Unser Hai in der Donau ging tatsächlich viral, das Miss Vienna Guerilla-Shooting schaffte es auf einige Titelseiten, unsere Rettungsschwimmer-

15 Jahre Ideal

Ideal feierte letztes Jahr 15-jähriges Jubiläum mit Marcus Wild, Petra Hajosi und vielen Freunden.



© Christian Stembrenner

lung im Livemarketing und, wie hat sich das Eventpublikum verändert?

Wild: Die Technik ermöglicht überhaupt erst die Entwicklung hin zum Livemarketing, und der Eventgast ist nicht mehr bloß passiver Konsument, sondern aktiv mit eingebunden, ist via Social Media noch viel mehr Multiplikator und damit integrierter Bestandteil der Live-Kampagne.

Flashmobs sorgten für Aufsehen, genauso wie die OOH-Kampagne (Initiative Media), die Social Media-Kampagne und Influencer-Kampagne (follow). Krönender Abschluss war eine Beachparty mit mehreren Tausend Besuchern. Angenehm überrascht waren wir, als wir erfuhren, dass diese unsere Kampagne im Headquarter von Paramount int. in Hollywood nicht nur wahrgenommen wurde, sondern für großes Aufsehen gesorgt hat und in Österreich damit eines der weltweit besten Einspielergebnisse erreicht wurde. Überraschend war auch, dass wir *das* österreichische Vorzeigeunternehmen für Digital, nämlich Runtastic, davon überzeugen konnten, 'Live' zu gehen. Digital frisst Live, Print, Radio, TV – das ist allerorts die Klage. 'Digital goes Live', war unsere Antwort darauf und wird 2018 fortgesetzt.

medianet: Bei dieser Antwort unterstützt Sie seit September 2017 Petra Hajosi als Geschäftspartnerin. Wie funktioniert die Zusammenarbeit?

Wild: Petra und ich ergänzen uns auf wunderbare Weise und sie bringt einen tollen Drive in die Agentur. Überraschung gab es keine: Ich war von Anfang an von Petra überzeugt und habe ihr bereits ein Jahr nach ihrem Einstieg die Partnerschaft angeboten. Und das hat sich seitdem jeden Tag bestätigt, oder wie es Harald Rametsteiner, Lehr-

gangsleiter Eventmanagement an der FH St. Pölten, formuliert: 'Petra Hajosi ist eines der größten Talente der Event-Branche'.

medianet: 2018 ist das erste ganze Geschäftsjahr, das Sie als Geschäftspartner umsetzen. Wie ist es bisher gelaufen?

Wild: Nachdem wir jetzt mit Lindt im Schlosspark Schönbrunn Goldhasen gesucht haben, machen wir mit Runtastic am Wiener Rathausplatz ein riesen Live-Work-out, legen uns mit Joya im Augarten auf die Yogamatte, feiern mit der SES das zehnjährige Jubiläum und die Eröffnung des Shoppingcenters Murpark, gehen mit Intersport österreichweit wandern und

vieles andere mehr, und dann ist auch schon wieder Herbst.

medianet: Gibt es inzwischen Neuigkeiten bei der Akquise?

Wild: Das ist ganz sicher eine Schwachstelle bei Ideal: Wir haben keine Akquisefront, sondern reagieren nur auf Anfragen und sind damit beschäftigt, unsere Konzepte perfekt auf den Boden zu bringen. Da bleibt keine Zeit für Akquise. Aber wir freuen uns über unsere Neukunden Flughafen Wien, Intersport und NÖM.

medianet: Wir leben in einer Zeit der Beschleunigung, die auch das Verhalten der Menschen beeinflusst. Welche Bedeutung hat die rasante technische Entwick-

medianet: Sind neue Livemarketing-Trends im Entstehen?

Wild: Individualisierung und Virtual Reality haben früh Eingang ins Livemarketing gefunden und werden wie auch Data-Collection noch um einiges wichtiger werden.

medianet: Zuletzt würden wir gern mehr über das Geheimnis des Erfolgs von Ideal erfahren.

Wild: Heute ist Content-Marketing und Storytelling State of the Art, wir bei Ideal Live Marketing erzählen seit 15 Jahren nicht bloß Geschichten, sondern erschaffen und erleben sie. Dabei achten wir darauf, nicht Ideen anderer nachzuerzählen, sondern wirklich originär zu sein.



© Runtastic

Runtastic Live Workout Party

Ein weiterer Event, der von Ideal organisiert wird und den Livemarketing-Experten 2017 den zweiten Platz bei den Austrian Event Awards einbrachte.