

# Drei Key-Essentials

Die Stargate Group stellt drei Kriterien für erfolgreiches Livemarketing vor.

WIEN. „Je besser Unternehmen die Zielgruppe kennen, desto individueller und relevanter können sie mit ihr kommunizieren. Livemarketing ist dabei das einzige Werkzeug im Kommunikationsmix, das die Ansprache aller fünf Sinne ermöglicht, um Botschaften nicht nur im Kopf, sondern auch im Herzen zu platzieren“, ist Stargate Group-Geschäftsführer Harald Knoll überzeugt. Dabei gibt es laut Knoll drei wesentliche Kriterien für erfolgreiches Livemarketing: Erstens müssten Inhalte auf die jeweilige Zielgruppe *individuell* abgestimmt produziert und distribuiert werden – der Content muss also auf die Bedürfnisse der Konsumenten abgestimmt vermittelt werden, um den Kunden nicht nur zu informieren, sondern auch emotional zu binden.



© Daniel Willinger

Beim Samsung-Messestand setzte die Stargate Group auf neueste Technologien.

## Eindrucksvoll

*Innovative Inszenierungen* und neueste Technologien tragen seit jeher zum Erfolg von Livemarketing bei. Innovation bringe Wow-Effekt, Relevanz und letztlich eine positive, nachhaltige Markenwahrnehmung.

Gernot Edinger, Senior Consultant Stargate Group: „Virtual- und Augmented Reality sind derzeit in aller Munde, viele Konsumenten haben bereits davon gehört, aber das Erlebnis noch nicht selbst gehabt. Die Technologie bietet die ideale Möglich-

keit, ein innovatives (Marken-) Erlebnis mit Information zu verknüpfen – so wie von uns beim multifunktionalen Samsung Galaxy S9 Messestand eindrucksvoll in Szene gesetzt. Auf einer österreichweiten Roadshow wurden so die Funktionen und

herausragenden Features des neuen Galaxy S9 und S9+ live erlebbar gemacht. Drittes Kriterium ist der *Content* – früher war dieser bestenfalls ein Nebenprodukt von Livemarketing – heute ist er nicht nur Pflichtteil, oft sogar Anlass. (gs/red)



| Connections abseits des Mailverkehrs



© myTeam/Julia Dragostis

Hubert Nagele ist Gesellschafter der Promotionsagentur myTeam.

## myTeam stellte sich komplett neu auf

Die Promotionsagentur darf sich über zahlreiche neue Kunden freuen.

WIEN. Mit dem Jahresbeginn stellte sich die Promotionsagentur myTeam komplett neu auf. Im Herbst 2016 hatte man die Agentur als defizitäre Abteilung aus einem Konzern übernommen und den Großteil des Jahres 2017 bewusst mit dem bestehenden Team weitergeführt. „Das hat keine Früchte getragen, die Veränderung von einer Abteilung eines Konzerns hin zu einer

eigentümergeführten Agentur war doch eine große und wir mussten uns auch von innen her verändern – uns neu aufstellen“, erklärt Gesellschafter Hubert Nagele. Das jetzige operativ tätige Team besteht aus Cristiana Puri, Pia Tomberger, Fabian Vrbicky, Jenni Schauerer (seit Anfang Juni) und Hubert Nagele – Markus Gubler bleibt als geschäftsführender Gesellschafter

mit an Bord. Die durchgeführten Veränderungen zeigen bereits jetzt schon Früchte: Sieben neue Kunden und Projekte konnte myTeam in den ersten Monaten des Jahres 2018 gewinnen – unter anderem den schwedischen Getränkehersteller Vitamin Well, der waff, das Hilfswerk Niederösterreich, die Eventagentur Büro Wien, Western Union und Gigaset. (gs)