



© Stargate Group (2)



Stargate Group

Für Ikea und Prangl war die Stargate Group in diesem Jahr als Agentur aktiv.

Live gewinnt an Bedeutung

Die Stargate-Group freut sich über einen „Rekord-Herbst“, Livemarketing ist eine wichtige Säule.

••• Von Michael Fiala

WIEN. „Die direkte Zielgruppenansprache entwickelt sich mehr und mehr zu einem zentralen Element erfolgreicher Kommunikation im Rahmen ganzheitlicher Marketing-Strategien“, erzählt Stargate Group-Geschäftsführer Harald Knoll.

Für die Stargate Group war es nicht nur das Jahr ihres Change-Prozesses zur Full Service-Werbeagentur, sondern auch ein Jahr mit Rekord-Herbst, wie Knoll gegenüber medianet erzählt.

„Kerngedanke Begeisterung“

Um den Dialog mit Zielgruppen in den Fokus aller Werbeaktivitäten rund um eine Marke zu stellen, stellt Stargate Group die Begrifflichkeiten „ATL“ und „BTL“ hintan. Die beiden Geschäftsführer Florian Halder und Harald Knoll verstehen sich

als „Referenten“, geht es doch bei allen Aktivitäten im Livemarketing vorrangig darum, „Marken zu verstehen und sie zu erzählen“. Und das auf vielfältigste Weise.

Brückenschlag

Das Credo: Marken müssen mit ihrer Zielgruppe in klarem, direktem Austausch stehen und sie auf informativer wie auch emotionaler Ebene erreichen; dabei wird vor allem Wert darauf gelegt, gezielte Werbebotschaften über effektivste Kommunikationskanäle maßgeschneidert zu transportieren.

Halder: „Wir überzeugen Konsumenten auf der Informationsebene und geben ihnen ein Markenversprechen auf Emotionsebene. Wirksames Story Telling besitzt virale Kraft und verbreitet sich über verschiedenste Netzwerke ohne Zutun

des Unternehmens von selbst. Die Event-Kommunikation wird bei uns stark individualisiert. Das beginnt bei personalisierten Einladungen und mündet in gesamtheitliche Dachkonzepte, die aus dem Livemarketing in die Werbelinie eines Unternehmens reichen.“

Rekordherbst

So inszenierte Stargate Group Ende September etwa den Ikea Mitarbeiter-Event im Design Center Linz sowie die Eröffnung der neuen Prangl-Zentrale in Wien.

Das sind nur zwei einer Vielzahl an Veranstaltungen und Projekten in den letzten Wochen: „Wir haben die Pressekonferenz zum 25-jährigen Jubiläum von Deichmann inklusive Kollektionspräsentation ausgerichtet, das neue Samsung Galaxy Note8 in einer zweitägigen Promotion

vorgelegt, für Austrian Airlines ein Business-Event zum Verkaufsstart des neuen Premium Economy Class-Tickets inszeniert sowie das fünfjährige Jubiläum der HanseMercur Reiseversicherung unvergesslich gemacht“, schwärmt Knoll.

Etats werden ausgebaut

Auch in den kommenden Monaten ist ein Anstieg zu erwarten. „In einem erfolgreichen Marketingmix gewinnt Livekommunikation weiter an Bedeutung“, sind sich beide Geschäftsführer sicher. „Top-Spender investieren mehr in Eventmarketing-Maßnahmen, die Etats für Livemarketing werden ausgebaut.“

”

Die direkte Zielgruppenansprache entwickelt sich mehr und mehr zu einem zentralen Element erfolgreicher Kommunikation.

Harald Knoll
Geschäftsführer
Stargate Group

“