



© Splech Group/www.marlinsteiger.at

Vielseitig

Bei Kejob findet man geschulte Mitarbeiter u.a. für Promotions.

Splech versteht sich selbst als Know-How-Träger im Bereich Mixed Reality (r.)



© Splech Group/Jolly Schwarz



© www.banketprof.at

Splash ihr 20-jähriges Jubiläum. Außerdem richtet Splashline u.a. ÖBB S'cool – die Wintersportwoche, Springbreak Europe am Zrce Beach in Kroatien oder Snow Break Europe – das größte Ski-Party-Weekend der Alpen – aus. Hier präsentiert sich Kejob bei den Maturanten, aber auch Unternehmen wie Swatch, dem ORF oder Ö3 – viele andere Partner wissen Splashline ebenfalls zu schätzen.

Kein Schubladendenken

So erreichte Splashline über ihre Trend-Marketing-Plattform bei Summer Splash 2017 in einem Zeitraum von sechs Wochen eine Mio. Menschen und konnte

17 Mio. Impressions generieren. „Über die Jahre haben sich zahlreiche Kundendaten angesammelt. Deshalb haben wir den Trend zur Digitalisierung frühzeitig genutzt und eine Trend-Marketing Plattform entwickelt. Wir kennen unsere Zielgruppe genau, und wenn ein Unternehmen möchte, kann es mit uns diese Zielgruppe das komplette Jahr über erreichen“, so Didi Tunkel, Geschäftsführer und Gründer von Splashline. Neu bei Splashline ist das „Summer Treat Festival“, das von 21. bis 28. Juli in Novalija am Zrce Beach stattfinden wird.

Die Splech Group ist weit entfernt vom sogenannten Schub-

ladendenken und entwickelt für jeden Event, jede Promotion und jede Reise immer wieder neue Konzepte.

„Die Menschen sind schon übersättigt von Events; deswegen braucht es immer wieder Neues. Früher wurden Events für den Moment ausgerichtet. Heutzutage ist das nur mehr ein Teil des großen Ganzen. In der Planung und Durchführung muss auch dafür gesorgt werden, dass die Gäste den Event fotografieren und auf den Social Media-Plattformen teilen oder vor Ort mit neuen Technologien begeistert werden“, so Schütz. Bei Kesch arbeiten Trendforscher, die sich stets mit Neuem am Markt be-

schäftigen. So nimmt Splech unter anderem eine Vorreiterrolle in Sachen *Mixed Reality* ein. Bei der Maturareise beispielsweise können Maturanten über ihr RFID-Armbänder Lichter im Club beeinflussen, oder Produktvorstellungen werden mittels VR-Brille vollzogen.

Viele neue Möglichkeiten

„Wir merken, dass die Branche jetzt erkannt hat, dass Mixed Reality nun auch angewendet werden kann. Das bringt sehr viele neue Möglichkeiten. Es kann alles getrackt werden, was der Gast tut, und so auf ihn eingewirkt werden“, lässt Kenyeri in die Anwendung aktueller Technologien blicken.

Und Schütz ergänzt: „Wir sind ein großer Know-How-Träger. Von den Tausenden Eventagenturen in ganz Österreich sind lediglich 16 TÜV-zertifiziert. Zwei hiervon sind Kesch und die Event Company Opitz & Hasil. Unsere Kunden wissen: Wenn sie zu uns kommen, sprechen sie mit Profis.“

”

Unsere Kunden wissen: Wenn sie zu uns kommen, sprechen sie mit Profis.

Lukas Schütz
Splech-Group

“