

AUCH IN ÖSTERREICH**Klage gegen Alexa Dash-Button**

MÜNCHEN/WIEN. Seit 2016 bietet Amazon auch in Deutschland und Österreich seine Dash-Buttons an – kleine WLAN-Knöpfe, welche der Verbraucher beispielsweise auf die Kaffeemaschine kleben kann, um Bohnen fortan einfach per Knopfdruck bei Amazon zahlungspflichtig zu bestellen. Zumindest in Deutschland ist damit jetzt Schluss: Das Oberlandesgericht München verurteilte Amazon vergangene Woche in zweiter Instanz auf Unterlassung.

Auch in Österreich Thema

Vor diesem Hintergrund hat der Verein für Konsumentinformationen (VKI) im Oktober 2018 auch in Österreich eine Klage gegen das Unternehmen eingereicht; ein erstes Urteil ist noch heuer zu erwarten. Der Handelsverband unterstützt die Initiativen der Verbraucherschützer. Da sich das deutsche Urteil auf eine EU-Richtlinie bezieht, ist auch ein Verbot in Österreich sehr wahrscheinlich.

„Natürlich wollen wir für die österreichischen Konsumenten ein möglichst bequemes Einkaufserlebnis sicherstellen – jedoch nicht auf Kosten des Verbraucherschutzes“, so Handelsverband-Geschäftsführer Rainer Will.



© Amazon



© Felipe Kolm/Optical Engineer (2)

Ticket-Boom

Binnen der vier Tage wurde an den Ticketstationen ein neuer Rekord puncto Ticketverkäufe erzielt und die Frequenz am Stand im Vergleich zu den Vorjahren noch einmal erhöht.

Auf Erfolgskurs

Bei der eben zu Ende gegangenen Ferien-Messe war die Stargate Group erneut für Austrian Airlines im Einsatz.

WIEN. Österreichs größte Urlaubs- und Reiseshow, die Ferien-Messe Wien, öffnete von 10.–13.1. ihre Pforten. Wiederholt als Partner-Airline dabei: Austrian Airlines. Dieses Jahr beeindruckte die österreichische Fluggesellschaft dank der Expertise der Full-Service-Werbeagentur Stargate Group mit gleich zwei maßgeschneiderten Messeständen und integrierten Livemarketing-Aktivitäten.

360 Grad-Service

„Als Full-Service-Dienstleister sind wir Ansprechperson – von der Designplanung über die Konzeption von Inhalten und Aktivierungselementen bis zur Beauftragung sowie Koordination aller Lieferanten und Abstimmung mit dem Messeveranstalter“, so Stargate Group-Geschäftsführer Harald Knoll. Und: „Dabei konzipieren und bauen wir nicht nur einen Messestand mit Personal und Aktivierung, sondern kreieren Multi-Channel-Erlebnisse und Content für die Kommunikation.“

Das jährlich wechselnde und auf bestimmte Themen maßgeschneiderte Designkonzept des Messestands wurde dieses Jahr

in Zusammenarbeit mit Brains sowie dem Architekturbüro Squid erstellt und an den neuen Markenauftritt angepasst. Erstmals wurde dabei auch die Lufthansa-Group-Konzerntochter Eurowings integriert.

Um die Kunden bestmöglich ansprechen zu können, wurde der 225 m² große Messestand in mehrere Zonen unterteilt: Von im hochfrequenten Bereich befindlichen Interaktionsstationen über Ticketverkauf und Produktinfos bis zur abgeschirmten B2B-Area.

Michael Pollaschak, Director Content & Dialogue Marketing bei Austrian Airlines, erklärt: „Durch die verschiedenen Stand-

elemente werden die einzelnen Markenwerte zum Leben erweckt. Wir schaffen ein Markenerlebnis, das nicht nur die Loyalität stärkt, sondern auch nachhaltig den Verkauf fördert.“

„Austrian Holidays“

Neben dem Hauptstand wurde im Foyer ein weiterer Stand zu den Urlaubsdestinationen der Airline errichtet. Hier galt es, Urlaubsfeeling zu spiegeln und zugleich die Markenidentität anzupassen; der Fokus lag dabei auf dem Thema „Digifit“. Zwei interaktive Gaming-Stelen mit einem Motiontracking-Beachvolleyball-Spiel wurden integriert. (fej)



Die Stargate Group lieferte zwei maßgeschneiderte Stände für die AUA.