

”

Das gerade zu Ende gegangene Nova Rock Festival mit 220.000 Besuchern über vier Spieltage hinweg hat wieder viele zufriedene Gesichter bei unseren Partnern hinterlassen.

Michael Ledl
CEO Volume Media
Verlags GmbH

“

Magazin im Pocketformat dreimal rund um die Festivalsaison und bietet abseits davon drei weitere Ausgaben mit studentischem Schwerpunkt. Online verzeichnet man über die eigene Website volume.at und die Festivalwebseiten frequency.at und novarock.at über die Sommermonate zusätzlich etwa drei Millionen Page Impressions und 500.000 Unique Viewer.

Betreuung auf allen Kanälen

„Auch wenn Social Media beziehungsweise Direct Messaging immer wichtiger werden, ist es den Jungen und Junggebliebenen genau so wichtig, ihre Lieblingskünstler live zu erleben und bei Events, Festivals und Konzerten Erinnerungen mit ihren Freunden zu schaffen“, sagt Ledl. Gerade in Zeiten von Streamingdiensten sind die Plattenverkäufe weiter rückläufig, und Künstler sehen das Touren mehr und mehr als ihre Haupteinnahmequelle. Durch das Zusammenspiel dieser beiden Komponenten verzeichnen die Festivals wieder Besucherrekorde, was dem *Volume*-Magazin eine Brutoreichweite von 200.000 und mehr Lesern ermöglicht.

Kunden und Kooperationspartner werden von Volume Media ganzheitlich über das Jahr und auf allen Kanälen betreut – von der Ideenfindung über die Gestaltung, Online-/Offlinepräsenz bis hin zur vor Ort-Umsetzung und -Betreuung kommt,



© volume.at

Philipp Heinkel (Sales) und Michael Ledl (Geschäftsführer, r.) von Volume.

endet bei der immer anspruchsvolleren Kulinarik.“

Auch in diesem Jahr betreut die Volume Media wieder zahlreiche langjährige Kunden bei der Gestaltung und Umsetzung ihrer Präsenz auf den beiden größten Festivals Österreichs: dem Nova Rock in Nickelsdorf und dem FM4 Frequency Festival in St. Pölten.

Volume-Magazin als Plattform
Jahrelang haben Ledl und sein Team Festivals direkt auf zahlreichen Ebenen serviert und mitorganisiert – und dabei Know-how und Kontakte gesammelt, die sie nun für ihre Kunden nutzen: „Die Festivals haben mit uns einen Partner, der von A bis Z weiß, wie der Festivalhase läuft, und die Verantwortlichen können sich darauf verlassen, dass wir externe Partner reibungslos integrieren“, sagt Ledl. Die externen Partner wiederum hätten mit Volume einen Profi, der vorab und vor Ort auf alles gefasst ist und rasch Probleme, die bei solchen Großproduktionen unweigerlich auftreten, löst.

Doch nicht nur als Festivalbegleiter ist Volume ein firmer Partner. Mit dem gleichnamigen Magazin *Volume*, das sechs Mal im Jahr erscheint, bietet man auch hier Kunden und Veranstaltern gleichermaßen eine Plattform für den kulturellen, aber vor allem Eventaustausch. Mit einer Auflage von 100.000 Stück und 86.000 Lesern erscheint das

sofern der Kunde das wünscht, alles aus einer Hand. „Anstatt dem Kooperationspartner überschwänglich kreative Ideen vorzuführen, die in der Realität oft nur schwer oder gar nicht funktionieren, versuchen wir, aus den offensichtlichen *Bedürfnissen* des klassischen Festivalgähers ein Konzept zu stricken und den Partner sinnvoll in diese Ideen einzubinden. Das ermöglicht auch eine viel authentischere Kommunikation zwischen Kunden und Besuchern“, sagt Ledl.

Kundentreue & Kooperationen

Als Best Practice kann an dieser Stelle die Kooperation mit Hofer angeführt werden: Die Lebensmittelhandelskette bringt sich nicht nur als stationärer Kartenverkäufer ins Festivalspiel ein, sondern bietet zu jedem gekauften Ticket eine gratis Speise inklusive Getränk pro Spieltag. In der eigenen Hofer Event-Filiale wird außerdem ein kompaktes Grillsortiment zum Hofer-Preis

angeboten, das auf einem eigenen Grillplatz selbst zubereitet werden kann. Auf diese Art und Weise erreiche Hofer eine spannende Zielgruppe authentisch, live und direkt.

Der Erfolg und die Kundentreue der zahlreichen Kooperationen in den letzten Jahren

”

Die Kundenintegration wird immer umfangreicher. Früher hat man die Bands auf die Bühne gestellt und es war okay.

“

Michael Ledl



© volume.at/Heimo Spindler

gaben Michael Ledl und seinem Team erst vor Kurzem wieder recht: „Das gerade zu Ende gegangene Nova Rock Festival mit 220.000 Besuchern über vier Spieltage hinweg hat wieder viele zufriedene Gesichter bei unseren Partnern hinterlassen“, zeigt sich Ledl erfreut und richtet seinen Fokus bereits in Richtung FM4 Frequency Festival nach St. Pölten..