

Imperialer Auftrag

Die Wiener Agentur Fonda wird die Websites der Schloss Schönbrunn Kultur- und Betriebsgesellschaft relaunchen.

WIEN. Fonda, die Wiener Agentur für Digitale Medien und Kommunikation, hat von der Schloß Schönbrunn Kultur- und Betriebsgesellschaft (SKB) den Auftrag erhalten, Österreichs imperiale Attraktionen – Schloß Schönbrunn, die Wiener Hofburg, das Hofmobiliendepot und Schloß Hof im Marchfeld – mit zeitgemäßen, interaktiven Webauftritten auszustatten.

Auch für Schloß Schönbrunn Meetings & Events wird Fonda eine neue Website entwickeln und das Angebot Kaiserkind.at visuell an die neue Website-Familie der SKB anpassen.

Tradition und Moderne

In dem mehrstufigen Pitch habe Fonda vor allem mit überzeugendem UX-Design, aber auch mit einem durchdachten, skalierbaren technischen Konzept und einem sorgfältig geplanten Arbeitsprozess für den Relaunch der insgesamt sechs Websites gepunktet, heißt es seitens der Agentur.

„Uns war extrem wichtig, dass unsere neue Online-Welt eine Brücke zwischen modernem digitalen Look & Feel und der Traditionalität unserer imperialen Kulturgüter schlägt, die jährlich



Hans Auer, Geschäftsführer UX Design und Art Direktion.



Alexander Reiberger, Geschäftsführer der Agentur Fonda.

Millionen von Besucherinnen und Besucher anziehen“, sagt Günther Mayerl, Leitung Marketing.

Optimierte Usability

Die Modernität der neuen Websites werde einerseits durch das Design getragen, zum anderen drücke sie sich durch das erlebnisorientierte Konzept von Fonda aus: Interaktive Stand-

ortpläne inspirieren Besucher bei ihren Erkundungstouren, Videos unterstützen das Storytelling-Konzept, und der Veranstaltungskalender wird funktional verbessert.

„Bei Tourismusattraktionen ist die optimierte Usability vielleicht sogar noch wichtiger als sonst. Touristinnen und Touristen brauchen rasche Orientierung in der fremden Umgebung

und das, während sie von all der Pracht abgelenkt sind“, sagt Hans Auer, Geschäftsführer, UX Design und Art Direktion

„Wir sind sehr froh über diesen Auftrag und sind gerade in Verhandlungen, ob wir uns ab jetzt offiziell ‚k.u.k. Hoflieferant‘ nennen dürfen“, sagt Fonda-Geschäftsführer Alexander Reiberger mit einem Augenzwinkern. (red)



Die ersten von Heimat Wien kreierten und von Erna produzierten Werbemittel gehen mit der Wiedereröffnung der Decathlon Flagship-Filiale Vösendorf on Air.

Heimat gewinnt Decathlon

Heimat Wien setzte sich im Decathlon-Pitch durch.

WIEN. Heimat Wien konnte sich im Pitch des Sportartikelhändlers und -produzenten Decathlon durchsetzen und ist seit Mai 2020 für dessen kreative Kommunikation verantwortlich.

Decathlon gehört zu den größten Sportartikelherstellern der Welt und ist seit 2018 auch in Österreich vertreten. Pünktlich zur Wiedereröffnung der österreichischen Flagship-Filiale in

Vösendorf gehen die ersten von Heimat Wien kreierten und von Erna produzierten Werbemittel on Air. „Unsere kreative Kommunikation verfolgt ein klares Ziel“, sagt Digital Director Stefan Schäffer: „Die Bekanntheit von Decathlon mit leidenschaftlichen und lauten Kampagnen massiv zu steigern und die Österreicher vom Decathlon-Konzept zu überzeugen.“ (red)