

Erfolgsgeschichten

Digital, hybrid und mit ganz frischen Ansätzen bietet die Event- und Promotion-Agentur Kesch der Krise die Stirn.

•• Von Britta Biron

WIEN. Ob und wann im Livemarketing wieder Normalität – ob neu oder bekannt – einkehrt, ist ungewiss.

Von den schwierigen Rahmenbedingungen lässt sich die Promotionagentur Kesch aber nicht unterkriegen, sondern denkt ums Eck, geht neue Wege, verpasst Events ein Corona-taugliches Update oder konzipiert, wenn es notwendig ist, auch ganz neue Formate.

”

In Zeiten wie diesen müssen Events und Promotions in die digitale Welt verlagert, bestehende Konzepte rasch angepasst oder ganz neue Ansätze konzipiert werden.

Lukas Schütz
Geschäftsführer
Kesch

“



© Kesch

Das Promotions-Team für das neue Storage-Konzept Herr Alfons ist selbstverständlich maskiert unterwegs.

So wurde für die AMA Bioaktionstage heuer nicht wie im Vorjahr eine österreichweite Foodtruck-Tour organisiert, sondern eine dreiteilige Eventreihe entwickelt. Mit einer Rätselralley, die Know-how zu Biolebensmitteln mit Bio-Kistln und drei Urlauben am Bio-Bauernhof belohnte, einem Programm speziell für Volksschulen sowie einer Bloggertour zu heimischen Bio-Betrieben gelang es, auch neue Zielgruppen zu erreichen, wovon der Auftraggeber begeistert war.

Auch das Kuratorium für Verkehrssicherheit setzt auf die Kreativität des Kesch-Teams und lässt den geplanten Gala-Event zum 40. Geburtstag seines Maskottchens Helmi zur Social-Media-Kampagne umstylen, die in Kürze online gehen wird.

Punkten mit Kreativität

Für den Storage-Anbieter Herr Alfons wurde Kesch mit Markenentwicklung, Marketing und Vertrieb beauftragt und hat eine Kampagne entwickelt, die sehr

erfolgreich ist: Innerhalb kürzester Zeit konnte man mit amüsanten Videos und Promotor-Aktionen bereits mehr als 250.000 Personen erreichen. „Der sympathische Butler begeistert das Netz, die Follower erleben seine Entwicklung zum Geschäftsmann mit“, so Lukas Schütz, Geschäftsführer von Kesch.

Für die Social Media-Aktion stellen sich auch zahlreiche Influencer, wie Top-YouTuber und Kabarettist Michael Buchinger in den Dienst der Sache.



© Messe Dornbirn

Messe Dornbirn sperrt bis Jahresende

Absage der Veranstaltungen bis Jahresende und Kurzarbeit für die Belegschaft.

DORNBIRN. 370 Aussteller, 11.929 Besucher und 0 Covid-19-Infektionen – angesichts der besonderen Rahmenbedingungen ist Sabine Tichy-Treimel, Geschäftsführerin der Messe Dornbirn GmbH, mit der Bilanz der diesjährigen Dornbirner Herbstmesse zufrieden.

Die weiteren Eigenveranstaltungen – Die Gustav (16. bis 18. Oktober) und die Hochzeitsmes-

se Ach du Liebe Zeit (14. bis 15. November) – mussten dagegen abgesagt werden. „Mit einer Obergrenze von 250 Personen und dem Verzicht auf jegliche Gastronomie ist es nicht möglich, die geplanten Fach- und Publikumsmessen trotz Sicherheits- und Hygienekonzept umzusetzen“, erklärt Tichy-Treimel und hat daher Kurzarbeit angemeldet.

Oberste Priorität habe es jetzt, für die gesamte Veranstaltungsbranche und alle Mitarbeiter und Zulieferer rasch sinnvolle Lösungen zu finden. „Die Planungen für das kommende Jahr müssen die Messeveranstalter und die Aussteller baldigst starten, damit Veranstaltungen wieder in der gewohnten Größenordnung durchgeführt werden können.“ (red)