

FEBRUARZAHLEN**ÖWA zeigt hohe Internetnutzung**

WIEN. Die aktuellen Februar-Zahlen der ÖWA zeigen neuerlich die hohe Beliebtheit der Online-Angebote österreichischer Medien. Im Februar haben 90 Einzelangebote, 27 Dachangebote und drei Vermarktungsgemeinschaften an der ÖWA teilgenommen.

Bei den Einzelangeboten führt ORF.at mit 5.053.861 Unique Usern, gefolgt von willhaben.at mit 4.521.715 und Krone.at mit 3.748.810 Unique Usern. Dahinter folgen Heute.at, derStandard.at und MeinBezirk.at

Starke Vermarkter

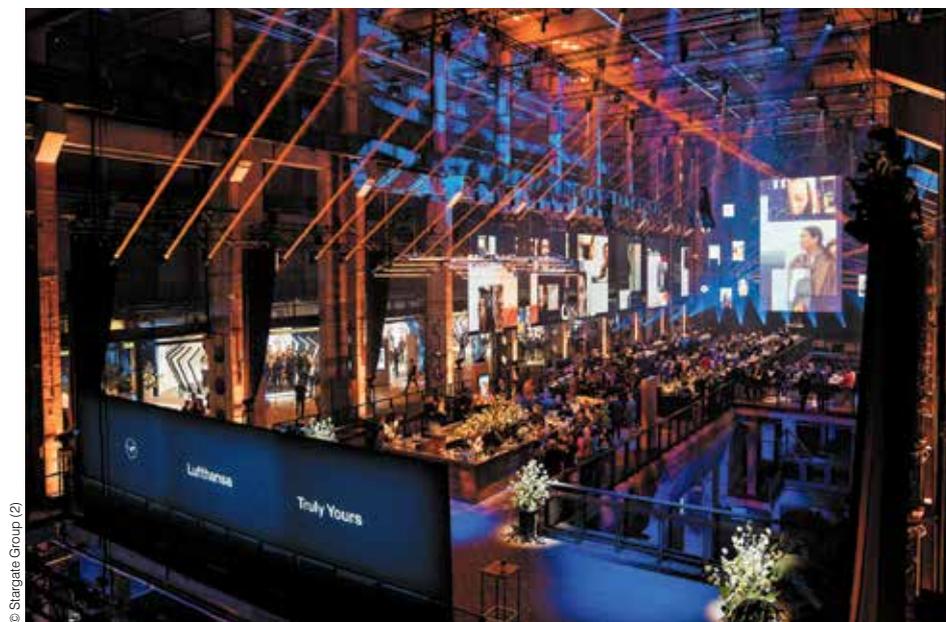
Bei den Vermarktungsgemeinschaften führt Cope mit 5.171.667 vor austria.com/plus mit 4.101.710 und Goldbach Audience mit 3.950.358 Unique Usern.

Bei den Dachangeboten liegt auch das ORF Network klar an der Spitze: 5.236.744 Unique User schauten hier vorbei, gefolgt von willhaben.at (4.521.715), krone.at sowie derStandard.at.

Alle Zahlen gibt es auf oewa.at. (red)



© Panthiermedia.net/Konstantynov



© Stargate Group (2)

Live-Erlebnis

Die Wiener Stargate Group realisierte einen Live-Event für die Lufthansa Group im Kraftwerk Berlin auf 600 m², inszeniert als Reise vom Check-in bis zum Abschied.

Lufthansa setzt auf Stargate Group

Mit ihren Divisions Creative und Live inszenierte die Stargate Group für Lufthansa in Berlin zwei Projekte.

WIEN/BERLIN. Zwei Projekte der Lufthansa Group in Berlin wurden von den Wiener Livemarketing-Spezialisten Stargate Group zum Leben erweckt.

Erstens ein Launch-Event, in dem man abtauchte zu „Allegris“, der neuen Produktgeneration von Lufthansa Airlines mit der Einführung neuer Sitze und eines neuen individuellen Reiseerlebnisses in allen Klassen auf der Langstrecke, gefolgt von der Workation Lounge, einem Pop-up-Workspace, der die neuen Trends des Remote Workings live erlebbar machte.

Erlebbarkeit von Marken

Das Erlebnis im Vordergrund und unvergessliche Momente, das ist der Anspruch, den die Wiener Stargate Group im letzten Jahrzehnt für internationale Unternehmen immer wieder unter Beweis stellte. Nun übergab die Lufthansa Group die



Remote Working im Pop-up Space.

Konzipierung und Umsetzung von zwei bedeutenden Veranstaltungen für ihre Kunden und die Presse an die Livemarketing- und Kreativagentur.

Eine Welt für die Sinne

Stargate verwandelte eine leere Halle im Kraftwerk Berlin in eine mit allen Sinnen erfahrbare „Allegris“-Erlebniswelt. Die Veranstaltung wurde zu einer personalisierten Reise – vom

Check-in bis zum Abschied. Eine Multimedia-Show auf 600 m² Visual-Flächen mit interagierenden LED-Walls war das Highlight des Abends.

„Workation Lounge“

Ein Pop-up Urlaubs-Arbeitsplatz mitten in Berlin. Entspannt arbeiten, wo andere Urlaub machen. Parallel zur ITB, der Leitmesse der weltweiten Tourismusbranche in Berlin, setzte Stargate Group von 6. bis 11. März eine Pop-up Workation Lounge in Szene. B2B-Kundinnen und -Kunden konnten im eigens designten 85 m² Co-Working Space arbeiten, networken und anschließend in die Stadt eintauchen.

Besucherinnen und Besucher konnten auch virtuell in ihre nächste ausgewählte Reise-Destination eintauchen.

Das Interesse war enorm – die Pop-up Location war in kurzer Zeit restlos ausgebucht. (red)