

NESPRESSO-TOUR

Kaffeegenuss
on the Road

WIEN. Seit Anfang Mai tourt die Vertuo-Roadshow von Nespresso durch Österreich. Das Programm ist ganz auf den Geschmack der jungen Zielgruppen ausgelegt.

Serviert werden kreative neue Rezepturen, wie z.B. Basil Ginger Shot Espresso, Freddo Cappuccino, Iced Nitro oder steirischer Kürbiskern-Kaffee; ein Milchschäumdrucker verleiht dem Kaffee auf Wunsch die persönliche Note.

Vielfältiges Programm

Die Roadshow umfasst insgesamt 50 Stopps in allen Bundesländern. Dabei kooperiert Nespresso mit verschiedenen Veranstaltungen, wie etwa den bekannten Eventreihen Silent Cinema und Silent Disco oder dem FM4 Unlimited-Festival am Attersee.

Bei ausgewählten Tourstopps werden neben Kaffeegenuss auch Yoga & Fitness Sessions geboten. Zudem ergänzt ein Gewinnspiel mit attraktiven Preisen die Tour, die noch bis Dezember läuft. (red)



© Nespresso/Philipp Liparaki

Hip & trendy

Das Programm der Vertuo-Roadshow ist auf die junge Zielgruppe abgestimmt.

Kulinarische Highlights

Mit einer besonderen Event- und Branding-Kampagne unterstrich Lieferando Genussfreude und Expansionspläne.

WIEN. Die Lieferando-Fahrradboten gehören längst zum Wiener Stadtbild – ebenso wie das Riesenrad. Um diesen lokalen Bezug zu unterstreichen und die Marke noch stärker in den Fokus zu rücken, hat man sich etwas Besonderes einfallen lassen und dem bekannten Wahrzeichen in der ersten Maihälfte ein Branding in Lieferando-Orange verpasst.

„Das Riesenrad und der Prater stehen für Momente der Freude, genauso wie unsere Marke“, erläutert Lieferando-Geschäftsführerin Katharina Hauke. Zudem stehe die Aktion auch als

“

Das Branding des Riesenrads ist ein Symbol dafür, dass wir mit unseren Partnern hoch hinaus wollen – und da sind wir guter Dinge.

Katharina Hauke
Geschäftsführerin
Lieferando

“



© Adrian Almasan

Lieferando-Geschäftsführerin Katharina Hauke vor dem Wiener Riesenrad.

Symbol dafür, dass „wir mit unseren Partnern hoch hinaus wollen – und da sind wir guter Dinge“.

Auftritt mit Kate Perry

Zum Auftakt am 1. Mai wurde zudem einer der Gourmet-Waggons im Stil des Markentestimonials Katy Perry dekoriert. In dieser besonderen Location fand ein Dinner für namhafte Influen-

cer sowie die Gewinner diverser Mediengewinnspiele statt – das Catering stammte natürlich von einem Lieferando Partner-Restaurant.

„Ein Livemarketing-Event mit bester Aussicht und besonderer Atmosphäre“, freut sich die Lieferando-Geschäftsführerin über die gelungene Aktion, die für viel Mundpropaganda und mediales Echo gesorgt hat. (red)

Tagung trifft auf Tourismus

Kufstein lockt auch als Workation-Destination.

KUFSTEIN. Mit einem Workation-Konzept hat der Tourismusverband Kufsteinerland den Zuschlag für das DestinationCamp des deutschen Beratungsunternehmens netzvitamine gewonnen, das bisher immer in Hamburg stattgefunden hat.

„Wir haben unterstrichen, dass es im MICE-Bereich nicht immer das klassische Tagungshotel oder Kongresszentrum

sein muss. Die kurzen Spaziergänge zwischen den Workshop-Locations und nicht zuletzt die Erlebnisprogramme an den Nachmittagen lieferten den Teilnehmern einen echten Energieschub und machten Platz für neue Kreativität“, freut sich Sabine Mair, Geschäftsführerin des Tourismusverbands Kufsteinerland, über die gelungene Premiere. (red)



© TVB Kufsteinerland/Sven Roscher