



© Derfritz Grafik und Fotografie e.U., derfritz.at

Die Promotions boomen wieder

In einem äußerst knappen Rennen der Promotion-Agenturen setzt sich Ideal vor Himmelhoch und Kesch an die Spitze.

Sales Promotion

Mit dem Lindt Goldhasen-Labyrinth im Grazer Murpark inszenierte Ideal Live Marketing eine Erlebniswelt zum Produkt Goldhase.

... Von Sascha Harold

Gerade der Promotionsbereich war durch die Pandemie stark beeinträchtigt, inzwischen läuft das Geschäft aber wieder rund, auch wenn die Planungshorizonte sich verkürzen. Das **medianet xpert.Ranking** in der Kategorie Promotion war heuer besonders knapp – nur 0,24 Punkte trennen den ersten vom dritten Platz. Durchsetzen konnte sich heuer zum wiederholten Mal Ideal Live Marketing, vor

Himmelhoch und Kesch. Neben dem Sieg in der Kategorie Livemarketing ist das heuer das zweite Mal Gold für die Agentur.

Highlights im Rückblick

Ideal-Geschäftsführer Marcus Wild blickt entsprechend zufrieden auf das letzte Jahr. Von den Lindt Goldhasen Labyrinthen, die auch einen VAMP Award in Gold gewonnen haben, über diverse Promotions für Ottakringer, Nestlé, Spar sowie Roadshows für die Münze Österreich war das Jahr reich an Highlights. Angesprochen auf

anstehende Promotions, meint Wild: „Da das ein recht kurzfristiges Geschäft ist, kann ich nur von den nächsten beiden Monaten sprechen: Für das Kuratorium für Verkehrssicherheit realisieren wir gerade den Tag der Kindersicherheit, für Beiersdorf sind wir bei der Pride dabei, für den Deutschen Tourismus am Donauinselfest.“ Außerdem hat die Agentur erst kürzlich einen Auftrag für eine dreiwöchige Promotiontour für Nivea an 60 Standorten erhalten.

Bei Himmelhoch was das Jahr ähnlich produktiv. Gründerin

und Geschäftsführerin Eva Mandl: „Bei unseren Promotions geht es darum, eine Geschichte in mehreren Kanälen in Szene zu setzen. Besonders stolz sind wir beispielsweise auf die erste Seat-in-delivery-Aktion mit Lieferando bei der Erste Bank Open in der Wiener Stadthalle. Lieferando hat dabei exklusiv bewusst gesundes Essen direkt zu den Sitzplätzen geliefert. Damit haben wir den Gesundheitsaspekt des Sports mit gesundem Essen verbunden und gleichzeitig gezeigt, dass Lieferando die ganze Stadt beliefert.“