

Live is live

„Kommunikation muss ein außergewöhnliches Erlebnis sein“, ist Himmelhoch-Geschäftsführerin Eva Mandl überzeugt.

WIEN. Waren es gestern noch klassische Pressekonferenzen, die es professionell zu organisieren galt, sind es heute PR-Stunts, Live-Events für Kunden, Journalisten und Blogger, die mittlerweile zum Standardrepertoire von Himmelhoch Text, PR & Event gehören. „Presseaus-sendungen, Texte für Broschüren und Interviews sind die Pflicht, Events, die auffallen und die Marke emotional aufladen, die Kür“, meint die Geschäftsführerin Eva Mandl und ergänzt: „Während Preetexte ihren Leser nur über einen Bildschirm ansprechen, kann das Feeling für eine Marke bei einer Veranstaltung perfekt vermittelt werden, da Produkte und Ideen mit *allen* Sinnen wahrgenommen werden.“

Der Event kommt vorbei ...

Der Lebensmittelriese Spitz setzt seit 2013 auf die Kommunikationsarbeit von Mandl und ihrem 30-köpfigen Team; dabei liegt der Fokus in der Produktkommunikation auf dem Markenerlebnis.

„Wir sind dort, wo die Zielgruppe ist. Nicht nur Kunden wollen Neuheiten im Rahmen einer Veranstaltung live erleben, auch *Journalisten* können mit Mini-Events – wie einem persönlichen Redaktionsbesuch direkt am Arbeitsplatz – überrascht werden“,

”

Bei der Umsetzung von Events sind zuverlässige und einfallreiche Kooperationspartner das A und O.

Eva Mandl
Himmelhoch



© Foto Fischer

Schaukochen

Harald Bauer (GF ÖSH), Alexander Horst (Beachvolleyball-Profi), Philipp Zinggl (GF Vapiano Österreich) und Clemens Doppler (Beachvolleyball-Profi) schwingen beim Pasta-Schaukochen den Kochlöffel.

sagt Mandl. Himmelhoch setzt für Spitz jährlich mehrere Redaktionstouren um, wo Produkte die Hauptrolle spielen und kreative Inszenierungen die Bühne bieten. Eine kurze ‚Girls Night Out‘ mit Kirschblüten-Frizzante oder eine kleine Kaffeepause mit Zartbitter-Orange-Baumstämmen von Auer sind nur einige Beispiele, wo dieses Konzept zum Einsatz kommt.

Auch bei einem weiteren Gastro-Kunden peppt Himmelhoch die Kommunikation mit Events auf: Für den Erlebnis-Gastronomen Vapiano kochten die heimischen Beachvolleyball-Größen Clemens Doppler und Alexander Horst auf. Beim sportlichen Kochen in ausgewählten Vapiano-Restaurants stellte sich das Nr. 1-Duo in den Dienst der guten Sache und sammelte dabei Fördergelder für Kollegen im Spitzensport und die Sportstars von morgen.

In Action für Vapiano

„Das Schaukochen mit den Profisportlern war für alle Vapiano-Fans eine seltene Möglichkeit, die beiden Promis persönlich und live in Action zu erleben“,

sagt Philipp Zinggl, Geschäftsführer von Vapiano Österreich. Weitere Events, die Himmelhoch bereits für Vapiano umsetzen durfte: Ein weihnachtlicher Do-it-yourself-Blogger-Event rund um das Motto „Natale senza glutine“, also glutenfreie Weihnachten. Dabei konnten ausgewählte Blogger selbst verarbeiten bzw. verkosten. Nicht nur Blogger, sondern auch Lifestyle-Journalisten wurden im vergangenen Jahr in den siebten Genuss-Himmel befördert: Ein Bauchladen voll mit Vapiano Ice Cream und Sorbet erfrischte die Redaktionsarbeit an besonders heißen Sommertagen.

Kein alter Hut

„Bei der Umsetzung von Events sind zuverlässige und einfallreiche Kooperationspartner das A und O“, meint Agentur-Chefin Mandl. Einer davon war im vergangenen Advent der DIY- und Upcycling-Experte Gabarage, mit dem der Himmelhoch-Kunde MAM einen Community-Event veranstaltete, zu dem Clubmitglieder des Babyartikel-Herstellers, Blogger sowie Pressevertreter geladen waren. Im Rahmen eines gemeinsamen „Merry Upcycling“-Workshops wurden Weihnachtskugeln aus nicht mehr verwendbaren Babyartikeln wie Schnullerketten gestaltet und bekamen so ein zweites Leben mit Design-Faktor. (red)

MAM Upcycling-Team

Victoria Kadernoschka (Gabarage), Sandra Teja (MAM Babyartikel), Nicola Brandtmayr (Gabarage) bei einem vorweihnachtlichen Event.



© www.stefanham.com

“