

Design braucht einen  
(vielfältigen) Rahmen

## Design braucht einen (vielfältigen) Rahmen (1/2)

medianetAusgabe 2412/2025 | Seite 2, 79 | 17. Januar 2025  
Auflage: 55.000 | Reichweite: 159.500

Design Days Grafenegg

WERBUNG

Freitag, 17. Jänner 2025 | medianet.at

# Design braucht einen (vielfältigen) Rahmen

Designatelier setzt Print, Digital und Messen zu einem Gesamtbild zusammen und schafft eine Plattform, an die Anbieter ganz individuell andocken können.

**O**ft passiert es beim Blättern. So wie Ihnen gerade. Wir bleiben an einem Bild hängen, an einer Überschrift, einem Zitat. Es ist das haptische Leseerlebnis, das unser erster Berührungspunkt mit einem Thema ist. Es weckt unser Interesse, also lesen wir genauer. Wir googeln. Wir fangen an, uns im Internet und auf Social Media danach umzusehen. Und irgendwann reizt es uns, diesen Gegenstand unseres Interesses zu erleben. Mit allen Sinnen.

Das ist der Zeitpunkt, wo wir dafür auch eine Messe besuchen würden. In kaum einem anderen Segment ist dieser Ablauf so stark verankert wie im Designbereich, in all seinen Facetten. Wir kennen alle Spezifikationen eines Fahrzeugs, seine Farben, seine Innenausstattung bereits, wenn wir uns zur ersten Probefahrt hineinsetzen. Aber das wahre Erleben beginnt genau jetzt ...

## Kommunikation schafft Leads

Die Kombination dieser Kommunikationskanäle erlaubt es, deren jeweilige Stärken optimal und ergänzend einzusetzen. Digitale Analysetools, die für die Auswertung von Newslettern, Social Media und anderen digitalen Formaten genutzt werden, geben Aufschluss über die strategische Ausrichtung weiterer Maßnahmen im Hinblick auf die Messe. Für eine maximale Mobilisierung sorgen begleitend eingesetzte Out-of-Home-Kampagnen sowie TV und Radio. Zusätzlich zur Mobilisierung relevanter Zielgruppen bieten diese Maßnahmen die Möglichkeit für Aus-



## Integriert

Designatelier integriert Marken als Hauptdarsteller in Mobilisierungskampagnen. So konnten im Vorfeld beider Messen sämtliche Probefahrten der Mobilitätspartner ausgebucht werden.



steller, die eigene Marke zu integrieren und so bereits im Vorfeld Sichtbarkeit zu erreichen.

In einem weiteren Schritt erfolgt die Leadgenerierung, sowohl über Werbemaßnahmen wie auch über den Ticketverkauf.

Ein Rahmenprogramm mit Live-Konzerten in Grafenegg rundet das Erlebnis ab und schafft Emotion.

Bisher hatten wir es mit anonymen Lesern zu tun; später mit identifizierbaren IP-Adressen. Aber die Königsdisziplin ist, aus einer IP-Adresse einen Menschen zu machen. Und aus diesem Menschen einen Kunden. Das schließlich passiert auf einer Messe.

Dazu gilt es, die Stärken einer solchen Plattform voll auszunutzen: die Emotion, das Erlebnis mit allen Sinnen, die direkte Ansprache zwischen Menschen. Deshalb sind die Messen des Designatelier stets als Gesamterlebnis konzipiert – hier treffen Ambiente, Marken, Gestaltung, Kulinarik und Genuss auf-

## Design braucht einen (vielfältigen) Rahmen (2/2)

medianetAusgabe 2412/2025 | Seite 2, 79 | 17. Januar 2025  
Auflage: 55.000 | Reichweite: 159.500

Design Days Grafenegg

medianet.at | Freitag, 17. Jänner 2025

WERBUNG



© Maximilian Lohmann



© Roland Rudolph (6)

”

*Mit Print schaffen wir Awareness. Digital liefern wir Performance. Mit einer Messe machen wir aus Zahlen Menschen. Im Rahmen unserer Messen bieten wir die Möglichkeit, Produktpräsentationen, Pressekonferenzen oder Talks zu integrieren.*

**Sabine Jäger & Peter Syrch**  
Geschäftsführer Designatelier

“

einander. Aufenthaltsqualität erhöht die Verweildauer – hinzu kommt, dass Stimmung, Emotion und Erlebnis echtes Interesse an einem Kauf begünstigen.

### Vielfalt schaffen

Die gebotene Vielfalt zielt ebenfalls darauf ab, ein breites Publikum möglichst lange zum Gustieren zu motivieren. Die Kunst besteht darin, trotz der Größe eines solchen Events vor allem jene anzusprechen, die wirklich am Kauf interessiert sind. Auch darauf sind die Kommunikationsmaßnahmen – ebenso wie die Auswahl der Marken und Aussteller – ausgelegt. Hier entstehen

### Auffallend

Groß angelegte Out-of-Home-Kampagnen sowie TV- und Radiospots geben Sponsoren die Möglichkeit einer reichweitenstarken Integration.

Gespräche – sowohl zwischen den Kunden, als auch innerhalb der Branche. Durch diese Vernetzung zwischen Branchenteilnehmern ergibt sich die Verbindung zum Projektgeschäft. Zahlreiche Zusammenarbeiten sind bereits genau so entstanden.

### Design braucht einen Rahmen

Die Stärke des Designatelier ist es, all diese Maßnahmen perfekt aufeinander abzustimmen – hinter ihnen allen steht ein Team, das dieses Mosaik aus individuellen Elementen sorgfältig und mit Überblick zu einer umfassenden Plattform zusammensetzt, die das ganze Jahr über mit der Community interagiert: Zwei Magazine im Jahr, mit Storys, die in die Tiefe gehen, mit hochwertiger Gestaltung, Haptik und aufwendigen Fotos wecken Begeisterung.

Die beiden Messen Design Days und Design District zelebrieren Design in allen Facetten, aber auf ganz unterschiedliche Art und in unterschiedlichem Ambiente. Und stetig sind wir im Austausch mit der Design-Community, versorgen sie mit News und Trends, werden zur digitalen Präsentationsfläche über unseren Webauftritt, unsere Newsletter und unsere Social Media-Kanäle. Groß angelegte Out-of-Home-Kampagnen sowie TV und Radio ermöglichen es Anbietern, als Gemeinschaft reichweitenstark sichtbar zu werden. Aus diesem Portfolio und unseren Kompetenzen in den Bereichen Performance-Steigerung, Leadgenerierung, Kommunikation, Eventmanagement und mehr schneiden wir passgenau die richtige Lösung für Ihr Unternehmen und Ihr Produkt. Denn letztlich ist das Ziel all unserer Aktivitäten Ihr Mehrwert. In herausfordernden Zeiten wie diesen ist es unser gemeinsames Ziel, Sichtbarkeit in Umsatz zu übersetzen.