



## .00 Events als Marketinginstrument – Was macht den Erfolg aus?

red.

29|2|2008



Mit wegweisenden Produkten besonders innovativer Hersteller hat sich das österreichische Unternehmen LB-Systems in den letzten Jahren zu einem ernst zu nehmenden Wettbewerber im Storage- und IT-Infrastruktur Markt entwickelt, der durchaus mit den etablierten A-Brands mithalten kann.

Doch als kleines Unternehmen stieß man schnell auf die Herausforderung, den errungenen Status allgemein bekannt zu machen, um nicht das Dasein eines „hidden champions“ zu fristen.

Marketingbudgets der Hersteller waren vorhanden, aber man fand nur wenige effektive Möglichkeiten, um das Geld sinnvoll auszugeben und aufgrund der vollen Auftragsbücher gab es keine personellen Ressourcen um umfangreiche Marketing- oder Eventkonzepte selbst umzusetzen.

Daher entschied sich LB-Systems Geschäftsführer Gerald Zögl für die Zusammenarbeit mit einem externen Marketing-Dienstleister, wobei man bewusst ein Unternehmen abseits der klassischen Event- und PR-Agenturen auswählte, das sowohl IT- als auch Veranstaltungs- und Marketing-Know-how vereint. Gemeinsam mit der [Confare IT- und MarketingberatungsgmbH](#) wurde 2007 erstmals das „Fibrechannel Symposium“ durchgeführt. Confare übernahm dabei das gesamte Marketing, die PR und die Organisation, sowie Teile der Konzeption. Das Ergebnis liess sich sehen – zahlreiche Top-Entscheider nutzten den neuen Treffpunkt, LB-Systems konnte nachweisbar Bekanntheit und Standing im Markt verbessern und es konnten sogar tatsächlich Neukunden gewonnen werden. Sowohl die Hersteller, als auch die Teilnehmer waren hochzufrieden, so dass das Fibrechannel Symposium nunmehr in die zweite Runde geht.

Confare wurde von den beiden Brüdern Michael und Alexander Ghezze gemeinsam mit einigen erfahrenen Event- und Marketingprofis gegründet, mit dem Anspruch den Kunden als Full Service Dienstleister bei der Konzeption und der Durchführung innovativer Marketingmaßnahmen und erfolgreicher Events zu helfen.

Dabei steht der Community-Aspekt für die Confare-Mitarbeiter im Vordergrund. Unter dem Motto: „Gemeinsam. Besser. Machen.“ ist es, das erklärte Ziel des Unternehmens gemeinsam Netzwerke und Kontakte zu integrieren, Synergien zu nutzen und so

win-win Situationen zu erzeugen. „Hausverstand, Augenmerk auf die Individualität des Kunden sowie das Denken in Alternativen“, das sind die Eigenschaften, die laut Gerald Zögl die Qualität der Confare –Dienstleistung ausmachen. „Ich habe confare bisher als offenen, kreativen und kompetenten Partner bei der Erstellung von Community-Konzepten im Umfeld der Geschäftsentscheider kennengelernt.“, bestätigt Jan Mieth, Marketing Manager Großkunden bei Microsoft. Neben LB-Systems und Microsoft gehören zu den Kunden nicht nur führende IT-Unternehmen wie Microsoft oder Netviewer, sowie wichtige österreichische Fachmedien wie die COMPUTERWELT, Lexpress oder das Industriemagazin, die auf die langjährige Veranstaltungserfahrung des jungen Teams zugreifen.