

Noch nicht mal 18 und schon lange volljährig – **trendhouse EventMarketing** geht in das 18. Jahr

Kontinuität und immerwährende Leidenschaft. trendhouse EventMarketing, Münchner Agentur für Livekommunikation blickt gespannt auf ein neues Geschäftsjahr.

„Wir haben uns gut aufgestellt“, so Agenturchefin Brigitte Nußbaum. „Dieses Jahr war für uns besonders spannend. Aufregende Etatgewinne, zahlreiche Großveranstaltungen, die das ganze Spektrum unserer Leistungsfähigkeit gefordert haben und ein neuer eigener Auftritt – an sich selbst zu arbeiten ist oft am schwierigsten, da man ja immer voll und ganz für den Kunden da ist.“

Die Mühe hat sich auf jeden Fall gelohnt. Unter www.trendhouse.de präsentieren sich die Münchner mit all Ihren Stärken und Kompetenzen. Dabei ist die Agentur immer ein Generalist geblieben und bietet ihren Kunden Veranstaltungs- und Kommunikations- Know How auf breiter Ebene an. „Auch 2011 haben wir für unsere Kunden festliche Jubiläen ausgerichtet, Tagungen und internationale Incentives organisiert. Besonders stolz sind wir auch auf zwei große Public Events, eine unserer Kernkompetenzen.“ Über 30.000 Menschen fieberten im Juli der Münchner Olympiaentscheidung entgegen, über 250.000 Menschen feierten Ende Mai das 200 jährige Jubiläum der Versicherungskammer Bayern in 14 Frei-

lichtmuseen in Bayern und der Pfalz – in beiden Fällen vertrauten die Kunden auf die Planungs- und Logistikerfahrung der trendhouse.

„Wir versuchen, unsere Kunden und ihre Kommunikationsbedürfnisse zu verstehen. Daraus leiten wir Ansätze und Ideen ab“, so Nußbaum. Mit Liebe zum Detail und viel Emotionalität entstehen daraus dann Kommunikationskonzepte, die Kunden begeistern und Gäste verzaubern. „Den Glanz in den Augen und die Begeisterung der Gäste wollen wir nie aus den Augen verlieren, denn Event heißt für uns immer auch Emotion – wir glauben an die Vermittlung von Werten durch Erlebnisse und handeln dementsprechend.“ Dies alles geschieht im Sinne fundierter Kommunikations- und Marketingstrategien, die das erfahrene Team um Nußbaum formuliert und umsetzt.

Immer mehr spielt hier die Vernetzung verschiedenster Kommunikationskanäle eine Rolle, immer häufiger übernimmt dabei die trendhouse den Lead. „Eine Eventagentur steuernd einzusetzen, war vor einigen Jahren noch kaum vorstellbar, umso mehr freut uns die damit verbundene Wertschätzung der Kunden, wenn dies nun der Fall ist“.

Die Premiere des neuen BMW 1ers in der Münchner Olympiahalle ist so ein Exempel – ein umfassendes, webbasiertes CRM Konzept adressiert viele tausend Kunden, die Verbindung mit Social Me-

dia Plattformen erhöht Reichweite und Kundenbindung, ein Liveevent mit der Band Die Fantastischen Vier begeistert 10.000 Menschen – alles aus der Feder der Münchner Agentur.

„Mit einem BMW auf dem Olympiaturm hat 1994 alles angefangen – wenn das nicht Kontinuität ist“, freut sich Brigitte Nußbaum.

www.trendhouse.de

