

Neues Magazin: Lake Lifestyle

St. Wolfgang's Unternehmer gehen neue Wege: Ein werbefreies Magazin, das sich liest wie ein Buch.

Initiiert von Ronald Eichenauer aus St. Wolfgang, ein erfolgreicher, sympathischer Unternehmer, der stets außergewöhnliche Konzepte umsetzt. Konzeptbasis ist ein Zusammenschluss äußerst erfolgreicher Unternehmer. Sie sind allesamt Betreiber stylischer, luxuriöser und genussvoller Shops, Appartements, Restaurants und Hot Spots und zugleich Querdenker am Wolfgangsee. Direkt und ohne Streuverluste spricht das trendige Magazin neue Kunden im gehobenen Appartement-Segment des Wolfgangsee Tourismus an. Die erste Ausgabe des

Luxury Lake Lifestyle Magazins hat Ronald Eichenauer bereits veröffentlicht und setzt damit einen neuen Marketing-Trend. Sein Ziel ist es, absolut zielgruppenorientiert neuen Kunden Anregungen zu geben, wo und wie sie ihren Urlaub im gehobenen Segment, aber abseits des typischen Hotelurlaubs genießen können. Individueller Urlaub in luxuriösen Appartements, mit allem erdenklichen Komfort und viel mehr Flexibilität, als Hotels es könnten.

Außergewöhnliche Wege

Zur Umsetzung seiner Vision und der seiner Kollegen im Magazin, gewann Ronald Eichenauer den erfahrenen Marketing-Profi Stefan Egger mit seiner renommierten Youngmedia GmbH, im Schloss Glanegg in Grödig bei



Ronald Eichenauer und Stefan Egger mit dem Magazin.

Salzburg. Eine erfolgreiche, innovative Agentur, die viel Erfahrung im strategischen Marketing hat, gerne außergewöhnliche Wege geht und neue Ideen kreativ und zielgerichtet umsetzt. Unterstützung gibt es von Red Bull Organics, resultierend aus der sehr guten und langjährigen Zusammenarbeit mit dem Hause Red Bull und der persönlichen Affinität, Leidenschaft



Detailblick auf das „Lake Lifestyle“.

Fotos: Youngmedia gmbh

und Überzeugung der beiden zu den Organics Produkten. An der Folgeausgabe arbeiten die beiden bereits. Persönlich und mit Bedacht wählt Ronald Eichenauer die im Magazin vorgestellten Unternehmenskonzepte. Wichtigstes Kriterium: Ihre Partner müssen ebenso dafür brennen, neue Marketingwege zu gehen, wie Ronald Eichenauer und Stefan Egger. **WERBUNG**