

Presseinformation

LCG12091 (CI) (MI)

Freitag, 6. April 2012

Medien/Magazine/Life Ball/Szene

## **Echo Medienhaus veröffentlicht das erste offizielle „Life Ball Magazine“ zum 20. Jubiläum des Mega- Events - BILD =**

Anhang zur Meldung unter

<http://presse.leisuregroup.at/echo/lifeball2012/grasser>

**Utl.: Fanfare für das erste Life Ball Magazine! Das 150 Seiten starke Hochglanzmagazin erscheint am 2. Mai 2012 in einer Auflage von 20.000 Stück. Österreichweiter Vertrieb über Morawa, Trafiken und Sondervertrieb. Der Copypreis beträgt 3,50 Euro =**

Wien (LCG) – Erstmals in der 20-jährigen Geschichte des Mega-Events erscheint ein offizielles Magazin zur wichtigsten Aids-Charity Europas. Das 150 Seiten starke „Life Ball Magazine“ wird am 2. Mai 2012 in einer Auflage von 20.000 Stück lanciert und bietet die optimale Einstimmung auf das gesellschaftliche Charity-Ereignis des Jahres am 19. Mai 2012. Im exklusiven Sonderformat von 260 x 340 Millimetern blickt ein Team von Star-Autoren unter der Chefredaktion von **Hans Stephan Grasser** in enger Zusammenarbeit mit dem Life Ball-Büro auf 20 Jahre Ballgeschichte und die herausragenden Leistungen und Errungenschaften der Veranstaltung zurück.

Ballvater **Gery Keszler** verrät im umfangreichen Exklusivinterview, wofür der Ball steht und internationale Persönlichkeiten wie **Bill Clinton** schildern ihre Sichtweise auf das Event der Superlative. Die wirtschaftliche Bedeutung des Life Balls für Wien und Österreich wird ebenso dargestellt wie seine weitreichenden Auswirkungen auf die Gesellschaft und das Wirkungsspektrum der Aids Life-Stiftung. Ebenso im Vordergrund

stehen die Designer und Top-Models, die in ausführlichen Porträts und Fotostrecken vorgestellt werden. Die Beiträge und Aufnahmen im Heft stammen von hochkarätigen – teils internationalen – Kreativen und Journalisten wie **Elfie Semotan**, **Roxanne Lowit** und **Christoph Feurstein**.

Der Life Ball Guide stellt die angesagten Hot Spots rund um das Event vor und zeigt, wo die Stars shoppen gehen und sich für den Event stylen lassen. Einen Blick hinter die Kulissen verspricht die Backstage-Story, die das Making-of der letzten Jahre unter die Lupe nimmt. Kurz entschlossene finden im Life Ball Magazin Tipps für Last-Minute-Ticket-Aktionen und erfahren alles rund um die Life Ball-Produkte 2012

„Das 20-jährige Bestehen des Life Balls verlangt nach einem besonderen medialen Konzept, das die Vergangenheit Revue passieren lässt und in die Zukunft blickt, ohne dabei das eigentliche Thema aus den Augen zu verlieren. Als Medienunternehmen sehen wir die Behandlung ernsthafter und gesellschaftsrelevanter Themen in einem publikumswirksamen und unterhaltsamen Umfeld als Teil unserer verlegerischen Aufgabe“, erklärt Geschäftsführer **Thomas Strachota**, zuständig für das Verlagswesen des Echo Medienhauses, zum offiziellen Magazin des 20. Life Balls.

#### **Nationale Distribution**

Das Life Ball Magazin aus dem Echo Medienhaus wird österreichweit über Morawa zum Copypreis von 3,50 Euro vertrieben. Zudem liegt das 150 Seiten starke Magazinspecial in den Businesslounges von Austrian, der First und Business Class der ÖBB, führenden Hotels, Boutiquen, Spas, Hauben- und Szenerestaurants, Cafés und anderen urbanen Hot-Spots auf. „Das Vertriebs-Know-how vom urbanen Lifestylmagazin Wien live wird voll ausgenutzt, um die Menschen mit der Botschaft des Life Balls zu erreichen und dem Event seine mediale Bühne zu geben“, führt Echo Medienhaus-Sprecher **Christoph Langecker** aus.



20 Prozent aus den Anzeigenumsätzen werden an den Life Ball gespendet. Der Seitenpreis liegt bei 4.900 Euro und orientiert sich damit am Magazin Wien live.

### **Über das Echo Medienhaus**

Das Echo Medienhaus zählt mit seinem Portfolio aus Print- und Onlinemedien, TV Produktionen, Events und Serviceagenturen zu den führenden österreichischen Kommunikationsunternehmen. Im Echo Medienhaus und seinen 14 Tochterunternehmen sind rund 300 Mitarbeiter beschäftigt, die einen Jahresumsatz von knapp 40 Millionen Euro erzielen.

Neben unterschiedlichen Corporate Publishing-Produkten publiziert das Echo Medienhaus erfolgreiche Publikumstitel wie „Wien live“, „VOR Magazin“, „Unsere Generation“ oder „Wiener Bezirksblatt“, mit denen eine Print-Reichweite von rund 90 Prozent in der Bundeshauptstadt erzielt wird. Im Echo Medienhaus werden starke Eventmarken wie „Eine Stadt. Ein Buch“, „Ab zum Schnee“, „Christmas in Vienna“, „Vienna Night Run“, „Vienna Fashion Night“ oder „Kriminacht“ konzipiert und umgesetzt. Im Servicesegment verfügt das Unternehmen unter anderem über eine klassische Werbeagentur (echokom), eine Online-Agentur (echonet), eine Networking- und Consultingagentur (echorelations), eine hauseigene TV-Produktion (echo TV) mit unterschiedlichen Sendungen wie "Wirtschaftsecho Wien" und den Below the Line-Spezialisten freecard. Im Unternehmensportfolio befindet sich mit dem echomedia buchverlag Österreichs führender Verlag für Kriminalliteratur.

Durch enge Kooperationen mit führenden Partnerunternehmen deckt das Echo Medienhaus ein 360-Grad-Spektrum der Kommunikationsdienstleistung ab. Unter den assoziierten Kooperationspartnern finden sich unter anderem das Research-Unternehmen view research, die Eventagentur PRO.EVENT, die unter anderem für die Umsetzung des Donauinselfestes verantwortlich zeichnet, und die PR- und Kommunikationsagentur leisure communications. Seit Frühjahr 2011 betreibt das Echo Medienhaus zudem eine Dependence in der deutschen Bundeshauptstadt Berlin.



~

Echo Medienhaus

Website: <http://www.echo.at>

~

Das Bildmaterial steht zum honorarfreien Abdruck bei redaktioneller Verwendung zur Verfügung. Weiteres Bild- und Informationsmaterial im Pressebereich unserer Website unter <http://www.leisuregroup.at>. (Schluss)

Rückfragehinweis:

echo medienhaus

Christoph Langecker

Tel.: +43 664 2162227

<mailto:christoph.langecker@echo.at>

leisure communications

Alexander Khaelss-Khaelssberg

Tel.: +43 664 8563001

<mailto:akhaelss@leisuregroup.at>