

Millennium City präsentiert sich mit neuem Auftritt -BILD

ID: LCG16008 | 14.01.2016 | Kunde: Millennium City | Ressort:
Medien Österreich | Medieninformation

Mit neuem Corporate Design, neuer Website und neuer Kampagne inszeniert sich Wiens meistbesuchtes Shopping- und Entertainmentcenter an der Waterfront als erste Adresse für anspruchsvolles Einkaufs- und Freizeitvergnügen.

Bilder zur Meldung unter <http://presse.leisuregroup.at/millenniumcity/kampagne>

Wien (LCG) – Mit der Verlängerung der Öffnungszeiten und baulichen Optimierungen in Wiens meistbesuchtem Shopping- und Entertainmentcenter an der Waterfront verpasst sich die Millennium City auch einen neuen Kommunikationsauftritt von der Schweizer Agentur SAENTYS. Kernstück des neuen Corporate Designs ist das neue Logo, das eine optische Einheit zwischen dem 202 Meter hohen Millennium Tower und dem rund 50.000 Quadratmeter großen Shopping- und Entertainmentcenter schafft. Im Vordergrund der serifenlosen Typografie steht „MILLENNIUM“ als verbindendes Element, das mit dem Untertitel „City“ und „Tower“ auf die jeweiligen Bereiche angewandt wird. Die elegante Schwarz-Weiß-Lösung vermittelt die erhabene Statik des Gebäudeensembles und steht für Hochwertigkeit. Blaue Elemente, die sowohl in den neuen Webauftritt als auch in die klassische Kampagne sowie diverse Image-Folder Eingang finden, erinnern an die Lage an der blauen Donau. Der bisherige Claim „Shopping, Entertainment und mehr“ wird durch die klare Aussage „Mehr als Shopping“ präzisiert und spielt auf den Facettenreichtum des Angebots mit Shopping, Entertainment, Hotellerie, Gastronomie und Fitness an.

Hashtag-Kampagne spielt mit lifestyligen Alltagssujets

Die Angebotsvielfalt in Wiens meistbesuchtem Shopping- und Entertainmentcenter an der Waterfront steht im Zentrum der klassischen Werbekampagne. Auf Inseraten und Out-of-Home-Werbeträgern werden unterschiedliche Erlebnissituationen wie Kinobesuche in der UCI KINOWELT Millennium City oder ausgiebige Einkaufsbummel mit passenden Hashtags wie #FITNESS, #ÜBERRASCHUNG oder #AFTERWORK in das digitale Nutzungsverhalten der Zielgruppe übertragen. Während die Kampagnensujets die große Vielfalt der Angebote in der Millennium City vermitteln, wird das blaue Donau-Element zur Kommunikation der kürzlich verlängerten Öffnungszeiten eingesetzt.

„Der neue Auftritt steht für Reduktion auf das Wesentliche und hohe Ansprüche an das Lifestyle-, Shopping- und Entertainmentenerlebnis, das rund 14 Millionen Besucher pro Jahr in der Millennium City erwartet“, fasst Kommunikationsverantwortliche **Mila Naidenova** den neuen Auftritt zusammen.

Online-Auftritt präsentiert attraktive Angebote

Der neue Online-Auftritt auf <http://www.millennium-city.at>, der ebenfalls von SAENTYS konzipiert und realisiert wurde, bietet einen raschen Überblick über die Angebote der Millennium City und ist ein Navigator durch besonders attraktive und aktuelle Angebote im Haus. Die für Smart Devices optimierte Website soll Besuchern der Millennium City ebenfalls eine klare Orientierung und eine vielseitige Vorteilswelt quer durch alle Marken bieten. In Verbindung mit dem kostenlosen WiFi in Wiens meistbesuchtem Shopping- und Entertainmentcenter an der Waterfront bietet sich die Seite auch als praktischer Shopping Guide am Smartphone an.

Über die Millennium City

Die Millennium City wurde 1999 von den Architekten **Gustav Peichl**, **Boris Podrecca** und **Rudolf F. Weber** als erstes Town-in-Town-Konzept Österreichs errichtet, das Büro- und Wohnflächen mit Shopping- und

Entertainmentbereichen kombiniert. Auf den 50.000 Quadratmetern der Millennium City finden sich über 100 Shops internationaler Top-Marken, zahlreiche Gastronomie- und Entertainmentangebote, mit der UCI KINOWELT Millennium City das größte und erfolgreichste Kino Österreichs mit iSens-Saal, ein Holmes Place Fitness-Center, mit dem „ocean park“ der größte Family Entertainment Park des Landes und eine Diskothek. Durchschnittlich 14 Millionen Menschen jährlich frequentieren Österreichs modernstes Shopping- und Entertainmentcenter an der Waterfront. Der Millennium Tower ist mit 202 Metern Höhe das zweithöchste Gebäude des Landes und bietet rund 43.000 Quadratmeter Bürofläche. Der Gebäudekomplex befindet sich direkt an der Waterfront und damit im Zentrum des Stadtentwicklungsgebiets am Donauufer. Auf fünf Etagen ist das innovative Hotel Harry's Home mit 97 Zimmern und Studios für Kurz- und Langzeitaufenthalte beheimatet. 2012 wurde der Millennium Tower von der Österreichischen Gesellschaft für nachhaltige Immobilienwirtschaft für seine ökonomische und ökologische Nachhaltigkeit als Blue Building ausgezeichnet und erhielt vom Umweltministerium den Klima Aktiv-Preis. Der Verkauf der Millennium City von MPC Capital an das Konsortium aus Kaufmann Gruppe und Morgan Stanley gilt als größter Immobiliendeal des Jahres 2014. Weitere Informationen auf [http:// www.millennium-city.at](http://www.millennium-city.at) und <http:// www.millenniumtower.at> .

+ + + BILDMATERIAL + + +

Das Bildmaterial steht zur honorarfreien Veröffentlichung im Rahmen der redaktionellen Berichterstattung zur Verfügung. Weiteres Bild- und Informationsmaterial im Pressebereich unserer Website auf [http:// www.leisure.at](http://www.leisure.at). (Schluss)

