

medianet: *Das machen Sie ja offensichtlich sehr erfolgreich, denn die Beach Volleyball WM etwa wurde verlängert, und der Plan ist, das weiterhin in Wien zu machen und nicht in Kärnten, richtig?*

Draxler: Ja, wir wollen den Event weiterhin in Wien haben. Mit den Veranstaltern ist das bereits per Handschlag ausgemacht, und wir werden demnächst in die offizielle Verlängerung der Verträge gehen. Man muss auch sagen, dass die WM das sportliche Sommerloch – wenn es denn eines gibt – spektakulär gefüllt hat.

”

In vielen Fällen ist es oftmals einfach eine andere Sprache, die die Behörde spricht, als ein Eventveranstalter. Hier zu dolmetschen, ist Teil unserer Aufgaben.

Michael Draxler
GF stadt wien
marketing

“

medianet: *Das Sommerloch muss dann aber ganz klein gewesen sein, denn auch in dieser Jahreszeit haben Sie große Projekte, wie etwa das Film Festival auf dem Rathausplatz. Wie fällt hier die Bilanz für 2017 aus?*

Draxler: Hervorragend. Es war das am besten besuchte Film Festival ever. Wir konnten circa 920.000 Besucherinnen und Besucher verzeichnen. Und das ist ein großartiger Erfolg, wenn man bedenkt, dass der Sommer außergewöhnlich schön war und



© stadtwienmarketing/Christian Jobst

die Menschen sicher auch andere Dinge unternehmen hätten können. Vor allem ist uns erneut bestätigt worden, dass das Filmfestival als Marke extrem stark etabliert ist und auch ohne einen speziellen Themenschwerpunkt sehr gut angenommen wird.

Gerlinde Riedl: Aus Sicht einer Besucherin kann ich das nur unterstreichen. Insbesondere die Flexibilität, die das Unternehmen an den Tag legt, hat mich in der Vergangenheit schon immer beeindruckt. Ich war ja im Sommer noch Mediensprecherin und Referentin im Büro des Wiener Kultur- und Sportstadtrats und in dieser Funktion dann auch für die stadt wien marketing zuständig.

Die spontane Idee des Stadtrats, auf dem Rathausplatz ein Public Viewing für das entscheidende Spiel unseres erfolgreichen Frauen-Nationalteams zu veranstalten, wurde innerhalb

weniger Tage bravourös umgesetzt. Ich erinnere mich noch genau: es war ein wunderbarer, lauer Sommerabend, der Platz war bis zum Rand gefüllt, und alle haben mitgefiebert.

Schon damals habe ich mir gedacht: ‚Chapeau, das ist ein tolles Unternehmen.‘ Und heute, aus der Nähe betrachtet, kann ich das nur bestätigen.

medianet: *Nach dem Sommer hatten Sie ja auch einen heißen Herbst, der ja nicht weniger geschäftig ist.*

Draxler: Der Herbst bedeutet in Bezug auf Events generell Hochsaison pur. Da durften wir tolle Auftragsarbeiten durchführen, wie das Mistfest oder den Weinwandertag und viele andere Veranstaltungen.

Eine Herausforderung war für uns natürlich auch der Wiener Weihnachtstraum; da kümmern wir uns seit zwei Jahren um die

Gestaltung des Rathausparks und das vielfältige Angebot rund um den Christkindlmarkt. Das Ganze geht dann – nach einem kurzen Zwischenstopp beim Silvesterpfad mit heuer 700.000 Besucherinnen und Besuchern in nur einer Nacht – nahtlos über in den Wiener Eistraum, der in diesem Jahr am 19. Jänner ab 17 Uhr mit ‚Gratis-Eislaufen für alle‘ startet.

”

Neben Informationen über die Veranstaltungen auf dem Rathausplatz und Neuigkeiten der Stadt Wien bieten wir hier künftig auch Raum für ausgewählte Kooperationspartner, die Botschaften reichweitenstark und werbewirksam transportieren wollen.

Gerline Riedl
GF stadt wien
marketing

“

medianet: *Jetzt haben wir seit vielen Jahren in Österreich erstmals wieder eine ordentliche wirtschaftliche Konjunktur. Wie sehen Sie das? Spüren Sie das bei den Sponsoren schon?*

Riedl: Ich freue mich, dass wir die Partnerschaften der letzten Jahre weiterführen und teilweise sogar ein bisschen ausbauen konnten – das ist für mich ein schöner Erfolg zum Start. Zum Glück haben wir ein attraktives Angebot, was die Su-