



© Filip Antoni Malinowski

# „Unser Auftrag lautet ganz klar Qualität“

Zehn Millionen Menschen jährlich besuchen die diversen Events der Stadt Wien marketing. **medianet** traf Geschäftsführerin Gerlinde Riedl.

••• Von Dinko Fejzuli

WIEN. Vor wenigen Tagen ging der 24. Wiener Eistraum mit einem neuen Besucherrekord zu Ende: Die Attraktion des Eislaufens auf zwei Ebenen und insgesamt 9.000 m<sup>2</sup> Eislandschaft in der Bundeshauptstadt begeisterten in dieser Saison mit 780.000 Gästen so viele Besucherinnen und Besucher wie noch nie.

**medianet** nahm dies zum Anlass und sprach mit Stadt Wien marketing-Geschäftsführerin Gerlinde Riedl, die gemeinsam mit Co-Geschäftsführer Michael Draxler neben dem Wiener Eistraum auch für andere, über die Grenzen des Landes bekannte Events wie das Film Festival

auf dem Rathausplatz, aber auch den Wiener Weinpreis, den Wiener Weihnachtstraum oder den Silvesterpfad verantwortlich zeichnet.

Insgesamt begeistert die Stadt Wien marketing mit mehr als 50 Projekten und über 200 Veranstaltungstagen rund zehn Mio. Menschen jährlich und generiert durchschnittlich zehn bis 14 Mio. € Umsatz.

## Qualität geht vor

„Es gibt einen klaren Auftrag und der heißt Qualität“, so Riedl gegenüber **medianet** zum Credo all ihres Tuns. Verbunden sei dieser Auftrag auch mit der Aufgabe, einen *niederschweligen* Zugang für die Zielgruppe zu

schaffen. „Die Qualität soll hoch und der Zugang einfach sein, um eine breite Bevölkerungsgruppe anzuziehen“, so Riedl weiter.

Die Konzeption der einzelnen Events selbst ist dabei sehr unterschiedlich. So habe das Film Festival viele Side-Events, wie etwa das überaus erfolgreiche, neu eingeführte Kinderopern Festival. Daneben gäbe es, begleitend zum Filmprogramm, auf der Leinwand auch Livekonzerte mit österreichischen Nachwuchsbands, und zusätzlich könnten die Besucher auch eine Reihe von Gastspielen anderer Veranstalter, etwa des gleichzeitig stattfindenden Jazz-Festivals, genießen.

„Beim Eistraum wollen die Besucher hingegen in erster Linie

Eislaufen und dafür bietet der Event selbst ausreichend Attraktionen, wie etwa den neuen Sky Rink, die Eisstockbahnen und das tolle Ambiente.“

## Internationale Bekanntheit

Riedl meint weiter: „Entsprechend dem Auftrag der Stadt Wien, den urbanen Raum für eine breite Bevölkerung zu öffnen, sind unsere Veranstaltungen auf *vielfältige* Zielgruppen ausgerichtet. Durch die diversen Themengebiete wie Kultur, Tradition, Sport und die große Auswahl an Gastronomie sprechen wir von der Jugend über Familien bis hin zu den Älteren alle Zielgruppen an.“ Doch auch für Marken seien die diversen