

Events höchst interessant. Gerade Angebote wie das Kinderopern Festival böten die Chance, Zugang zu einer Zielgruppe zu finden, die sonst eher schwieriger anzusprechen sei, erläutert Riedl.

Diese erfolgreichen Events ermöglichen auch maßgeschneiderte Werbe- und Sponsoringmöglichkeiten in einem einzigartigen Umfeld. Neben vielfältigen Varianten einer Vor-Ort-Präsenz und der Einbindung in alle werblichen Maßnahmen bietet das Unternehmen auch prominent platzierte digitale Präsentationsflächen in Form von Digi-Walls auf dem Rathausplatz, aber auch zahlreiche Tools auf den digitalen Kommunikationsplattformen. Die Hunderttausenden Besucherinnen und Besucher sind durch die Erlebnisse bei den Veranstaltungen sowie durch Social Media-Aktivitäten großartige Markenbotschafter für die Werbepartner vor Ort.

”

Entsprechend dem Auftrag der Stadt Wien, den urbanen Raum für eine breite Bevölkerung zu öffnen, sind unsere Veranstaltungen auf vielfältige Zielgruppen ausgerichtet.

Gerlinde Riedl
Geschäftsführerin
stadt wien
marketing

“

„Studien belegen, dass bei unseren Events die Anzahl der internationalen Besucher gestiegen ist. Das heißt, dass diese ein immer größer werdender Tourismusfaktor sind, weil sie stetig an internationaler Strahlkraft gewinnen“, so Riedl über die Bedeutung der Veranstaltungen als weltweite Imageträger der Bundeshauptstadt.

Bis zu 147% refinanziert

Doch nicht nur in Bezug auf die Besucherzahl und den Werbewert für die Donaumetropole ist die Stadt Wien Marketing in der Auftragserfüllung höchst erfolgreich. Auch was die wirtschaftlichen Kennzahlen betrifft, kann sich die Bilanz sehen lassen. So kann zum Beispiel der eben zu Ende gegangene Eistraum einen Eigenfinanzierungsgrad von über 75% aufweisen, und die öffentlichen Investitionen werden mittels Steuerrückflüssen zu 147% refinanziert.

Das Geheimnis solcher Erfolgskennzahlen sieht Riedl vor allem im hohen Anspruch an die Qualität der durchgeführten Events. Die angesprochenen Zielgruppen würden solche Parameter weit mehr schätzen, als die mitunter spürbare Tendenz zum Gigantismus in der Eventbranche, wo es nicht mehr um die Qualität, sondern frei nach dem Motto „Höher, weiter schneller“ nur um Quantität ginge.

Angebote für alle

Das sei nicht die Linie der Stadt Wien Marketing, sondern man wolle vielmehr einer möglichst breiten Bevölkerungsgruppe niederschwellige und zugleich hochqualitative Erlebnismöglichkeiten in der Bundeshauptstadt bieten und dadurch die Attraktivität und Anziehungskraft der lebenswertesten Stadt der Welt national aber auch international stärken, so Riedl abschließend.

Mein #BusinessChange

Ich kann von überall auf Prozesse und Daten zugreifen.

ALLES

für Ihr Business.

A1 ist der perfekte Partner für Ihr digitales Business von morgen. Dank konvergenter Lösungen und leistungsstarker Devices.

Mehr unter **A1.net/BusinessChange**

Ich kann alles.
#BusinessChange

A1

Wolfgang Rathner
Geschäftsführer,
FILL GESELLSCHAFT M.B.H.

