

## CONTENT MARKETING

*Jager PR zieht positive Bilanz*

BERGHEIM. Jager PR blickt auf ein erfolgreiches Jahr zurück. Die auf Content Marketing spezialisierte Agentur setzte eine breite Palette an Projekten für Kunden aus unterschiedlichsten Branchen um. „Für alle Projekte gilt, dass gute Inhalte das Herzstück einer erfolgreichen Strategie sind. Eine schöne Bestätigung unserer Arbeit war der Gewinn des Grand Awards beim diesjährigen Mercury Excellence Award in New York“, so Inhaber Clemens Jager (Bild).

**Keine Routine**

Einige Highlight 2023 waren darüber hinaus das Projekt „Kommunikationsfitte Gemeinden“ für 25 niederösterreichische Gemeinden im Kampstal, die Entwicklung eines neuen Corporate Designs für die Gemeinde Bergheim und die Erstellung mehrerer Druckwerke für die Berufsfotografie Salzburg. Content Marketing mache es notwendig, sich laufend mit neuen Themen auseinanderzusetzen, so Jager abschließend.



© Jager PR

**Vielfalt**

Jager PR hat 2023 eine breite Palette an unterschiedlichen Projekten abgewickelt.



© Weinviertel Tourismus/Wurmig

Der Poysdorfer Christkindlmarkt bot am ersten Adventwochenende ein vielfältiges Rahmenprogramm an.

# Alle Jahre wieder

Strategisch gut geplante PR für wiederkehrende Kulturevents kann eine Chance für die gesamte Region bedeuten.

•• Von Sascha Harold

WIEN/MARIAZELL. Christkindlmärkte sind beliebte Ausflugsziele für Menschen aus ganz Österreich und darüber hinaus. Um die Besucherzahlen zu erhöhen und die Bekanntheit der Märkte zu steigern, ist eine gute PR-Arbeit unerlässlich. „Hier kommen wir ins Spiel“, so Johannes Martschin, Inhaber und Geschäftsführer Martschin & Partner. Die PR-Agentur betreut unter anderem die Kommunikation des Mariazeller Advents und den Poysdorfer Christkindlmarkt des Vino Versum Poysdorf.

**Beitrag zur Reputation**

„Für beide Weihnachtsmärkte setzen wir in unseren PR-Kampagnen auf die Kombination von Tradition und zeitgemäßen Elementen“, erklärt Martschin. Geboten wird auf den Märkten die ganze Bandbreite von Kunst-

handwerk bis hin zu Unterhaltungsangeboten. Themen, auf die kommunikationstechnisch besonders gesetzt wird, sind etwa die nachhaltige Ausrichtung der Märkte, umweltfreundliche Beleuchtung oder regionale Produkte.

Martschin ist überzeugt, dass PR für wiederkehrende Veranstaltungen einen starken Beitrag

für regionale Bekanntheit und Reputation leistet. „Strategisch gut geplante und langfristig umgesetzte PR-Maßnahmen tragen wesentlich zur Imagesteigerung einer Region und dem Branding touristischer Produkte bei. Eine gute Event-PR steigert nicht nur die Bekanntheit des jeweiligen Events und bringt Besucher. Sie stärkt nachhaltig die Reputation der gesamten Destination, wenn alles gut zusammenpasst“, unterstreicht der Agenturleiter.

**PR für Kulturevents**

Ein Beispiel dafür sei unter anderem auch der Beethoven Frühling unter der künstlerischen Leitung von Initiatorin Dorothy Khadem-Missagh, ebenfalls von Martschin & Partner betreut, der in diesem Jahr bereits in seine vierte Saison gegangen ist und aus dem niederösterreichischen Kulturangebot mittlerweile nicht mehr wegzudenken ist.

”

*Eine gute Event-PR stärkt nachhaltig die Reputation der gesamten Destination.*

**Johannes Martschin**  
Inhaber  
Martschin & Partner

“