

Mindshare gewinnt Pitch um die Oper im Steinbruch St. Margarethen

OLN NEWS, AGENTUREN, TOURISMUS, KULTUR

| 12.02.2020

Die Agentur darf den Media-Etat für Europas größte Naturbühne betreuen.



Daniel Serafin © Andreas Tischler

Mindshare hat sich in einem mehrstufigen Pitch um den Mediaetat für Europas größte Naturbühne, die Oper im Steinbruch St. Margarethen, ein Unternehmen der Esterházy Betriebe GmbH, durchgesetzt. Damit zeichnet die Agentur für die Gesamtplanung der datenoptimierten Kommunikationsstrategie verantwortlich. Diese reicht von Markenkommunikation und -aufbau bis hin zu Performance-Marketing, das direkt den Ticketverkauf beeinflusst.

"Durch die neue Kooperation können unsere vielfältigen Kulturangebote, insbesondere die Oper im Steinbruch St. Margarethen, einem breiteren Publikum nähergebracht werden", freut sich der Künstlerische Direktor Daniel Serafin über die Zusammenarbeit mit Mindshare. "Die atemberaubende Kulisse des Steinbruchs, sowie die 'Faszination der Oper', begleitet von kulinarischen Highlights in der Opernlounge sorgen für ein einzigartiges Erlebnis aller Sinne, das durch gemeinsame Marketing-Aktivitäten einem breiteren Publikum gezeigt werden kann."



© *Andreas Tischler*

Ursula Arnold, CEO Mindshare Austria, ergänzt: "Für die Oper im Steinbruch St. Margarethen verzahnen wir zielgruppenorientiert und wirkungsvoll individuelle Beratung und innovative Technologien miteinander. Das ist echtes Media Consulting über alle Kanäle hinweg. Und mit dem für uns ersten Kunden aus dem Kulturbereich findet das erfolgreiche Geschäftsjahr 2019 gleich eine Fortsetzung." (as)

www.operimsteinbruch.at

www.mindshare.at