

## AGENTUREN

# Mindshare sichert sich ersten Kunden aus dem Kulturbereich

H

Horizont Redaktion 12. Februar 2020

Teilen



Die besondere Kulisse des Steinbruchs soll durch gemeinsame Marketing-Aktivitäten einem breiteren Publikum gezeigt werden. © Andreas Tischler

**Die Agentur 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.**

In der Saison 2020 steht mit Giacomo Puccinis "Turandot" ein italienischer Klassiker auf dem Spielplan Oper im Steinbruch. Durch die Neukundenakquise zeichnet Mindshare 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", erklärt der Künstlerische Direktor Daniel Serafin die Zusammenarbeit mit Mindshare. "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", ergänzt Ursula Arnold, CEO bei Mindshare Austria.