

Seit zehn Jahren erfolgreiche Partner: SkiWelt Wilder Kaiser-Brixental und BRmedia



Anita Baumgartner, Marketingleiterin der SkiWelt Wilder Kaiser (links) mit Heinz Brückl, der in Österreich BRmedia exklusiv vertritt

Credit: SkiWelt
Fotograf: CHRISTIAN KAPFINGER:



Beste Voraussetzungen für einen frühen Winterstart: In der SkiWelt Wilder Kaiser liegt einerseits bereits perfekter Naturschnee und zwischendurch kann sogar schon beschneit werden!

Credit: SkiWelt
Fotograf: SkiWelt

Utl.: Skiwelt Wilder Kaiser-Brixental setzt im Markt Bayern voll auf den Marktführer =

Langenzersdorf (OTS) - „Für uns gab es von Anfang an eigentlich nur diese Wahl im wichtigen Zielmarkt Bayern: den Bayerischen Rundfunk! Alleine schon, weil die Werte, die Seriosität und Glaubwürdigkeit des Senders seit 30 Jahren auch jene Attribute sind, die wir als SkiWelt Wilder Kaiser-Brixental auf unsere Fahnen heften!“ Mit spürbarer Überzeugung hebt Anita Baumgartner, Marketingleiterin der SkiWelt, die inzwischen über zehnjährige Partnerschaft mit der BRmedia hervor. Seit die hundertprozentige Tochter des Bayerischen Rundfunks im Jahr 2007 Heinz Brückl im österreichischen Markt die Agenden übergeben hat, ist eines der größten Skigebiete immer wieder nicht nur auf nahezu allen Kanälen vertreten. Mit offensichtlich viel Erfolg. Denn: „Die BRmedia ist ganz sicher mit ihren innovativen Ideen, maßgeschneiderten Angeboten und Auftritten auch weiterhin unser wichtigster Partner“, so die umtriebige Marketingchefin.

Und wenn Anita Baumgartner von „Partnerschaft“ spricht, dann meint sie bei weitem nicht etwa ausschließlich die „normalen“ Module einer klassischen Hörfunk- oder Fernseh-Kampagne. „Mit den Programmangeboten des BR verbindet uns viel mehr, haben wir einen echten Motor für unseren Winter- und Sommerbetrieb. Die Zusammenarbeit ist langfristig und nachhaltig ausgelegt. Entsprechend veranstalten wir sowohl in Bayern als auch direkt bei uns seit Jahren Events.“ Die ebenso exklusiv wie erfolgreich sind. Zum Beispiel die ie „Bayern 3-Pistenparty“, die als eine der begehrtesten und responsestärksten Aktionen der Sendeanstalt gilt. Zudem wurden attraktive Partner mit großer Bekanntheit im bayerischen Markt von Baumgartner selbst mit dem Sender verlinkt: „Unseren erfolgreichen Kooperationspartnern wie die Therme Erding und der Flughafen München konnte ich der BRmedia auch nur wärmstens ans Herz legen...“ Kein Wunder also, dass Anita Baumgartner auch in den nächsten Jahren keine Alternativen auf dem bayerischen Markt plant...

Doch nicht nur im Tourismus ist das so: Der Bayerische Rundfunk, eine der erfolgreichsten Rundfunkanstalten der ARD, wird sich zukünftig über die Vermarktungstochter BRmedia mit seinen Programmen und den darin beinhalteten In- und Off-Air-Werbemöglichkeiten noch stärker dem gesamten Österreichischen Markt und allen Branchen widmen. Schließlich ist der Zielmarkt Bayern für viele heimische Unternehmen hochinteressant. Die öffentlich-rechtliche Rundfunkanstalt besitzt die besten Voraussetzungen, die Werbewirtschaft in Österreich mit ihrem umfassenden und bestens strukturierten Portfolio entsprechend zu ergänzen. Vorreiter in der Nutzung der medialen Angebote der BRmedia ist zwar die österreichische Tourismus-Wirtschaft, die - siehe Skiwelt Wilder Kaiser aber auch etwa Ski-Amadè - bereits seit einigen Jahren erfolgreich die starken Hörfunk- und Fernsehprogramme in Bayern für die Bewerbung des bayerischen Zielpublikums einsetzt. Die Vermarktungsgesellschaft des Bayerischen Rundfunks, tritt ab sofort noch intensiver in der Alpenrepublik auf, bietet den wohl interessantesten Markt in Deutschland den Werbetreibenden in Österreich mit einem umfassenden Portfolio an.

Die Zahlen sind aber auch wirklich beeindruckend: Nahezu 6,1 Millionen Menschen hörenwerktätlich laut deutscher Medienanalyse 2017 Radioprogramme des Bayerischen Rundfunks. Bei etwa 12 Millionen Einwohnern also jeder Zweite im Freistaat. Das dritte Fernsehprogramm der ARD über den Bayerischen Rundfunk, hat nicht nur rund um München, Nürnberg und Augsburg einen hohen täglichen Seheranteil, sondern z.B. ob seiner beliebten Serien auch in Österreich durchaus „Kultstatus“!

Was die Tourismusmanager also bereits seit Jahren erfolgreich nutzen, sollten nun auch verstärkt österreichische Markenartikler und Unternehmen für die der bayerische Markt Potenzial hat bzw. bereits ein wichtiges Zielgebiet ist, für sich verwenden. Die Münchner haben dazu natürlich nicht nur Ideen, sondern eben auch einen Mann direkt vor Ort, der die Firmen direkt berät: Heinz Brückl, Medien-Profi aus dem oberösterreichischen Innviertel, ist schon seit zehn Jahren die exklusive Vertretung von BRmedia in Österreich.

Infos unter:

BRmedia GmbH, Hopfengasse 4, 80335 München, Tel. 0049 89 5900 10600
oder www.br-media.de

Heinz Brückl, Brückl GmbH, 4753 Taiskirchen, Tel. 07764 61242 oder
brueckl@brueckl.eu

Bild(er) zu dieser Aussendung finden Sie im AOM / Originalbild-Service sowie im OTS-Bildarchiv unter <http://bild.ots.at>

~

Rückfragehinweis:

Andreas@pangerl-pangerl.at

~

Digitale Pressemappe: <http://www.ots.at/pressemappe/16910/aom>

*** TP-ORIGINALTEXT PRESSEAUSSENDUNG UNTER AUSSCHLISSLICHER
INHALTLICHER VERANTWORTUNG DES AUSENDERS - WWW.TOURISMUSPRESSE.AT ***

TPT0008 2017-11-09/12:07

091207 Nov 17

Link zur Aussendung:

https://www.tourismuspresse.at/presseaussendung/TPT_20171109_TPT0008