

## Preise für MuseumsQuartier Wien

Nach der „goldenen Venus“ für die „Winter im MQ“-Kampagne folgte nun die nächste Auszeichnung auf internationaler Ebene: Im Rahmen des „Place Marketing Forum 2016“ in Aix-en-Provence wurde das MuseumsQuartier aus insgesamt 400 Projekten weltweit ausgewählt und für seine Leistungen im „Place Marketing“ sowie die Maßnahmen zur „Attraktivierung eines Standortes“ in der Kategorie „Sector-Specific Marketing / Place Branding and Brand Strategy“ als Sieger ausgezeichnet.

Das MuseumsQuartier ist damit einer von acht internationalen Preisträgern, die beim zum dritten Mal stattfindenden „Place Marketing Forum“ präsentiert und mit dem „Place Marketing Forum Award 2016“ geehrt wurden.

„Aus insgesamt 400 Marketing-Projekten weltweit ausgewählt zu werden ist eine ganz besondere Ehre und Anerkennung für das MuseumsQuartier. Gleichzeitig wird dadurch einmal mehr der Erfolg des MuseumsQuartier als einzigartiges Gesamtkunstwerk bestätigt und wir werden unser Konzept – die Verbindung von Kunstgenuss und Lebenslust – auch in Zukunft fortsetzen“, so Christian Strasser, Direktor MuseumsQuartier Wien.

Im Zuge eines 3-stufigen Auswahlverfahrens wurden vom „Regional Attractiveness and Place Marketing Chair“ des Public Management Instituts der Universität Aix-Marseille rund 400 Projekte aus aller Welt untersucht, 30 davon wurden in verschiedenen Marketing-Kategorien für die finale Auswahl nominiert. Bewertet wurden innovative Ideen zur Verbesserung des Angebots, die Kommunikationsstrategie, der Aufbau von neuen Kundenbeziehungen, der Einsatz von neuen Marketing-Tools sowie die daraus resultierenden Ergebnisse zur Steigerung des Bekanntheitsgrades, Stärken der Marke oder Gewinnung neuer Besucherschichten.

Das MuseumsQuartier ging dabei in der Kategorie „Sector-Specific Marketing / Place Branding and Brand Strategy“ als Sieger hervor. Die Jury begründete ihre Entscheidung damit: „The MuseumsQuartier created a new urban and cultural district by combining the artistic dimension, innovation and accommodation. MuseumsQuartier Wien reinforced the attractiveness of the city and became quickly a remarkable case of a successful cultural strategy.“

Die PreisträgerInnen 2016 sind: „Torino City (Italy) for his program ‘Innova.To’, the collaborative project ‘Seoul Sharing City’ of South Korea, ‘St Joseph University’ (Connecticut, USA) for its digital marketing strategy, the program of Detroit City (Michigan, USA) ‘Detroit Homecoming’, the ‘Barcelona Metropolis’ (Spain) for his global strategy of attractiveness, the Picardie Regional Tourist Committee and the brand ‘Esprit de Picardie’ (France), the program ‘123 Subsidie’ of 3 north provinces in Netherlands and the brand strategy led by Vienna City (Austria) with his MuseumsQuartier“.

### **Place Marketing Forum**

Das „Place Marketing Forum“ ist eine internationale Konferenz, die jährlich vom „Regional Attractiveness and Place Marketing Chair“ veranstaltet wird. Unter der Leitung des Public Management Instituts der Universität Aix-Marseille werden laufend Marketing-Strategien in aller Welt beobachtet und untersucht. Die besten Projekte werden beim „Place Marketing Forum“ präsentiert und ausgezeichnet. 2016 nahmen rund 400 Marketing-Experten an der Konferenz teil.

Rückfragehinweis:

Presse MQ: Mag. Irene Preißler  
Tel. [+43] (0)1 / 523 58 81 - 1712  
E-Mail: [ipreissler@mqw.at](mailto:ipreissler@mqw.at)