

Einreichung zum Best Practice Award XII

## Projekt: Die Kinder Krone vom Christkindlmarkt am Wiener Rathausplatz

**Auftraggeber:** Sozialdemokratischer Wirtschaftsverband

**Agentur/Umsetzung:** communication matters

**Zeitraum:** September bis Dezember 2007

**Ansprechpartnerin:** Mag. Petra Eibensteiner

Wien, am 06. Juni 2008

© communication matters

## **Ausgangslage**

Der Wiener Christkindlmarkt am Rathausplatz lockt inzwischen drei bis vier Millionen Besucher aus der ganzen Welt an (2/3 der Besucher sind Touristen). Damit ist der Markt ein wichtiger Wirtschaftsfaktor geworden, der Arbeitsplätze schafft und Steuereinnahmen bringt.

Trotz positiver Eindrücke bei Touristen wird der Christkindlmarkt von der heimischen Bevölkerung nicht gut angenommen.

Aufgabe von communication matters war es, das Landesgremium Wien des Markt-, Straßen- und Wanderhandels in folgenden Bereichen zu unterstützen:

1. Positive Darstellung des Christkindlmarktes nach Außen:
  - Organisatorische Hilfe und Unterstützung bei der Umsetzung
  - Betreuung und Verbesserung der medialen Berichterstattung
  - Vorbereitung auf Krisen für 2007: Auf Anregung von communication matters nahm der Christkindlmarkt am Wiener Rathausplatz einen alkoholfreien Jugendpunsch in sein Sortiment auf und reagierte damit auf die Diskussionen in der Öffentlichkeit rund um das Thema Jugendliche und Alkoholkonsum („Komatrinken“)
  
2. Unterteilung der PR-Arbeit in folgende Bereiche:
  - PR-Betreuung zur Förderung des Marktgewerbes
  - Kooperationen mit Medienpartnern

## **Ziele und Dialoggruppen**

Ziel von communication matters und dem Landesgremium Wien des Markt-, Straßen- und Wanderhandels war es, allen begeisterten Besuchern von Weihnachtsmärkten die Beschaulichkeit und Besinnlichkeit des Christkindlmarktes am Wiener Rathausplatz aufzuzeigen. Die Kooperation mit der führenden österreichischen Tageszeitung, der Kronen Zeitung, ermöglichte es der breiten Bevölkerung dieses Bild zu vermitteln. Dafür wurde die Kinder Krone vom Christkindlmarkt am Wiener Rathausplatz konzipiert. Kinder sollten Geschichten suchen, Standler und Besucher interviewen oder über Geschehnisse am Christkindlmarkt berichten und dies in der Kinder Krone veröffentlichen. Einige Beiträge der Kinder wurden von der Kronen Zeitung (Stammausgabe) übernommen. Die Verteilung der Zeitungen auf dem Markt und im Umfeld der jungen Reporter schuf zusätzlich Aufmerksamkeit. Im Zentrum stand dabei immer die Botschaft, dass der Christkindlmarkt am Wiener Rathausplatz Besinnlichkeit statt Kitsch bietet.

## **Maßnahmen**

- Pressearbeit
- Projekt Kinder Krone vom Christkindmarkt am Wiener Rathausplatz

### *Pressekonferenz*

Die Pressekonferenz fand am 14. November um 11:00 Uhr im Rathauskeller statt. communication matters war für die Inhalte und die Gestaltung der Pressemappe verantwortlich.

### *Presseaussendungen*

Es wurden vier Presseaussendungen in Englisch und Deutsch vor, nach und während des Christkindmarktes an die Medien versandt. Betont wurde in allen Presseaussendungen das neue Logo, das einheitliche Erscheinungsbild des Marktes, der Wandel hin zu einem Markt mit Kunsthandwerk, sowie die vorbildliche Mülltrennung.

## **Projekt Kinder Krone vom Christkindmarkt am Wiener Rathausplatz**

### *Daten und Fakten*

- Zeitraum: 17. November bis 24. Dezember 2007, jeweils Montag bis Samstag
- Detaillierter Ablaufplan für alle Beteiligten (Aktion von 12.30 Uhr bis 17.30 Uhr)
- Teilnehmer: 12-14 Kinder im Alter von 9 bis 13 Jahren
- Verteilung der Zeitungen durch den Abostand der Kronen Zeitung, Marktstandler und Kinder gegen eine freie Spende für die karitative Weihnachtsaktion „Ein Funken Wärme“

### *Umsetzung*

Anmeldung: Aufruf in der Kronen Zeitung - Organisation der Anmeldung und Zuteilung der Teilnehmertage durch communication matters und Kronen Zeitung.

Briefing: Information der Rathauswachen, Marktstandler und organisatorisch Beteiligten – Austeilen von Telefonlisten und Informationsblatt (für den reibungslosen Ablauf und die Sicherheit der Kinder).

Ausstattung der Redaktionsräume und der Redakteure: Bereitstellung von Räumlichkeiten durch das Wiener Rathaus – Bereitstellung von drei PCs mit E-Mail-Programm, Internetanschluss, Word bzw. Kameras, Aufnahmegeräte und Drucker durch die Kronen Zeitung – Gelbe Jacken mit Kronen Zeitung-Logo für die Kinder.

Produktion: Produktion einer 0-Nummer (Test bzw. Fehlerbehebung).

### *Produktion der Kinder Krone*

Betreuung: Betreuung vor Ort durch communication matters und die Kronen Zeitung - drei Personen stellten eine Rundumbetreuung der Kinder sicher - Verpflegung durch Marktstandler des Christkindlmarktes.

Druck: Typo Druck Sares

Layouts: Gestaltung durch die Kronen Zeitung - die Kinder schrieben direkt in das Layout - Unterstützung durch Grafikerin bei der Fotoredaktion.

Ablauf: Fertigstellung durch RedakteurIn vor Ort - Versand an die Druckerei - Verteilung der Zeitung durch die Kinder am Abostand, Infostand und Markt.

Interviews: Erstellung der Interviewliste durch communication matters - Interviewpartner: Landeshauptmann und Bürgermeister von Wien Michael Häupl, die Landeshauptfrau von Salzburg Gabi Burgstaller und die Wiener Stadträtin für Integration, Frauen, Konsumentenschutz und Personal Sandra Frauenberger.

### **Erfolgskontrolle**

Ziel von communication matters und dem Landesgremium des Markt-, Straßen- und Wanderhandels war es, allen begeisterten Besuchern von Weihnachtsmärkten die Besinnlichkeit des Christkindlmarktes am Wiener Rathausplatz zu veranschaulichen und den jungen Besuchern einen interessanten „Workshop“ zu bieten.

Durch die Idee der Kinder Krone und somit der Kooperation mit der Kronen Zeitung und der verstärkt positiven Berichterstattung rückte der Christkindlmarkt am Wiener Rathausplatz in den Fokus der Bevölkerung und Maßnahmen zu Verschönerung und Verbesserung des Ablaufs des Marktes wurden von der Bevölkerung wahrgenommen.