

Presseinformation

29. Juni 2007

„Klänge On Tour“ als attraktives Paket des NTO

Vermarktungsstrategie Image heben

Im Spannungsfeld des Auftrages, für das ganze Land da zu sein und trotz kleiner Säle ein hohes Niveau zu halten und vergleichsweise geringem Interesse an klassischer Musik auf der anderen Seite, hat sich das NÖ Tonkünstlerorchester (NTO) eine Vermarktungsstrategie einfallen lassen. Das neue Produkt, den Gemeinden als „Klänge On Tour“-Gesamtpaket offeriert, beinhaltet nicht nur ein besonders qualitätsvolles Konzert des NTO in bester Besetzung. Es ist in eine attraktive Gesamtveranstaltung eingebunden, die eine VIP-Gala mit Buffet ebenso enthält wie intensive Werbung in der Region, Vertrieb der Eintrittskarten und den Werbeauftritt einer neu gegründeten Tonkünstler-Band. Vorgestellt wird der neue Veranstaltungstypus mit den politischen Spitzen des Landes am 20. Mai im St.Pöltner Festspielhaus. Eingeladen sind die Vertreter der Gemeinden ebenso wie jene aus der Wirtschaft, die sich stärker als bisher als Kultursponsor betätigen könnte. Die Gegenleistung des NTO ist erstklassig und umfassend. „Wir hoffen, mit unserer Marketing-Offensive das Image des Orchesters zu heben, mehr Menschen als bisher zur Klassik zu bringen und bewusst zu machen, dass es sich beim NTO um das NÖ Landesorchester handelt, das das Land für seine Bevölkerung besitzt und auch massiv unterstützt“, unterstreicht Dr. Theo Zeh, Präsident des NTO, die Ziele der neuen Marketing-Aktion.