

„Bregenzer Festspiel- und Kongresshaus GmbH“ wird „Kongresskultur Bregenz GmbH“

Neues Erscheinungsbild soll Marktvorteile schaffen

Bregenz, 15.7.14. Das Festspielhaus Bregenz erhält nicht nur ein neues Logo und Erscheinungsbild, sondern firmiert zukünftig auch unter einem neuen Firmennamen. Aus der bisherigen „Bregenzer Festspiel- und Kongresshaus GmbH“ wird neu „Kongresskultur Bregenz GmbH“. Damit soll einerseits die positive Entwicklung im Kongress- und Tagungsbereich weiter ausgebaut und zusätzliche Marktchancen in diesem Segment geschaffen sowie andererseits die hohe Kulturkompetenz des Standorts Festspielhaus unterstrichen werden.

Ganzjährig besuchen rund 400.000 Gäste das direkt am Bodensee gelegene Veranstaltungszentrum anlässlich von Tagungen, Kongressen sowie kulturellen und gesellschaftlichen Anlässen. Die Bregenzer Festspiele zeigen neben dem Spiel auf dem See den Großteil ihrer Aufführungen in den Räumen des Festspielhauses Bregenz. Die Bregenzer Festspiele GmbH bleibt von der Umfirmierung unberührt.

Stark an Profil gewonnen

Auch weit über den Bereich der Kulturveranstaltungen hinaus hat das Festspielhaus Bregenz in den vergangenen Jahren an Profil gewonnen und sich zu einem gefragten Ort für nationale und internationale Kongresse und Tagungen entwickelt. Dieser erfolgreiche Trend soll weiter verstärkt und mit dem neuen Logo und der neuen Firmenbezeichnung klarer und prägnanter dargestellt werden können. Mit der Gestaltung des Designs wurde die in Wien ansässige Markenagentur brands beauftragt, die zu den renommiertesten Markenexperten im deutschsprachigen Raum zählt. Die reduzierte Ästhetik soll einerseits die innovative und ebenso formklare Architektur des Festspielhauses versinnbildlichen und dabei merkfähig sein sowie andererseits das zweisame und partnerschaftliche Dienstleistungsverständnis der Kongresskultur Bregenz GmbH zu ihre Kunden unterstreichen. Die bewährte und etablierte Ortsbezeichnung Festspielhaus Bregenz bleibt weiterhin bestehen.

Bregenz hat Nase vorn

Die ökonomischen Vorteile von Kongressen und Tagungen reichen weit über das Festspielhaus hinaus, da dieses Segment eine hohe Umwegrentabilität in der gesamten Region erwirtschaftet. Mehr als die Hälfte der im Jahr 2013 durch Kongresse und Tagungen ausgelösten Hotelbuchungen in Vorarlberg entfielen auf die Landeshauptstadt, was einem Anteil von 12,1 Prozent aller touristischen Nächtigungen entspricht. Damit liegt Bregenz auf Platz eins vor allen anderen Landeshauptstädten. Dieser Anteil soll zukünftig weiter erhöht werden.

Der Bregenzer Bürgermeister Markus Linhart: "Das neue Corporate Design drückt aus, dass Kultur in Bregenz ein weit gefächerter Begriff ist. Sie ist mehr als die Summe der künstlerischen Aufführungen, die die Augen und Ohren zahlreicher Gäste verwöhnen. Diese Kultur schließt auch die höchst professionelle Durchführung von Kongressen, Tagungen, Messen und dergleichen mit ein. Name und Logo verweisen auf den guten Ruf des Hauses, das modernste Veranstaltungszentrum im Bodenseeraum zu sein."

"Kongresskultur Bregenz sagt genau das, was das Unternehmen im Kern ist: Ein Dienstleistungsunternehmen im Bereich der Kultur, Meetings, Kongresse, Incentives und Events mit hohem Anspruch. Unser Bestreben dabei ist, allen Kunden in Form partnerschaftlicher Beziehung ihren Event hoch professionell zu einem unvergesslichen Ereignis zu machen. Mit dem neuen Namen Kongresskultur Bregenz wollen wir das noch deutlicher machen und verstärken, was wir sind und was wir können", erklärt der Aufsichtsratsvorsitzende Michael Rauth.

„Der neue Name und das neue Erscheinungsbild sind genauso prägnant wie klar und dadurch merkfähig, was heutzutage im Zeitalter der Informationsflut ein wesentlicher Erfolgsfaktor im internationalen Wettbewerb ist. Darüber hinaus wird eine besondere Unternehmenskultur aller hier im Hause Mitarbeitenden signalisiert. Kongresskultur Bregenz soll eine moderne und wettbewerbsfähige Dienstleistungsmarke sein“, erklärt Kongresskultur-Direktor Gerhard Stübe.

Festspielhaus bis Jahresende sehr gut gebucht

Bei einer Gesamtauslastung von 98 Prozent besuchten im vergangenen Jahr mehr als 34.000 Kongress-, Tagungs- und Messegäste anlässlich teils mehrtägiger Veranstaltungen das Festspielhaus Bregenz. Hinzu kommen die Besucher kultureller Anlässe wie beispielsweise Bregenzer Frühling oder Bregenzer Festspiele. Höhepunkte waren das dreitägige LED-Symposium mit 1.200 Teilnehmenden und die viertägige Österreichische Arbeitsmedizinische Tagung mit 700 Gästen. Und auch für die kommenden Monate ist die Buchungslage in dem Veranstaltungszentrum am Bodensee bestens: Zum internationalen Blum-Forum im September werden 450 Teilnehmende aus aller Welt in Bregenz erwartet, das LED-Symposium sowie der führende deutschsprachige Bildungskongress im November locken insgesamt bis zu 3.000 Gäste an den Bodensee.

Green Meeting macht Karriere

Eine steile Karriere legt weiterhin das Umweltzeichen „Green Meetings“ hin: Wurden 2009 im Jahr der Einführung österreichweit vier Lizenznehmer mit vier Veranstaltungen zertifiziert, so sind es im Jahr 2013 bereits 17 Lizenznehmer, zu denen auch das Festspielhaus Bregenz gehört. Mehr als neun Veranstaltungen gingen 2013 erfolgreich unter dem vom Lebensministerium verliehenen Gütesiegel über die Bühnen des Bregenzer Festspielhauses. Für 2014 sind zum aktuellen Zeitpunkt bereits acht „grüne“ Veranstaltungen fixiert. Das Festspielhaus Bregenz ist ein direkt am Bodensee gelegenes internationales Veranstaltungszentrum, das mehrfach für sein ökologisches und nachhaltiges Engagement sowie für die hohe Qualität seines Veranstaltungsbetriebes ausgezeichnet wurde.

Kongresskultur Bregenz

Platz der Wiener Symphoniker 1, 6900 Bregenz, Austria

T +43 5574 413-228, F 413-223, presse@kongresskultur.com, www.kongresskultur.com