

Thema: Prater Wien

Autor: k.A.

Laut Merlin Entertainment Group geht der Trend in Richtung ‚ungezwungene Veranstaltungen‘.

## Spielerische Events



Für das nächste Jahr plant Madame Tussauds die Präsentation weiterer Wachsfiguren.

© Madame Tussauds

Die Merlin Entertainments Group plant, baut und betreibt Freizeitattraktionen in Europa, Asien und den USA. Das Kerngeschäft der englischen Holding sind die über 60 Attraktionen und Hotels mit jährlich etwa 38 Millionen Besuchern. Legoland, Sea Life, Dungeons und Ma-

dam Tussauds zählen zu den bekanntesten Marken des Unternehmens. In Österreich steht das Wachsfigurenkabinett im Fokus. Im April 2011 wurde dieses im Wiener Prater eröffnet. „Bereits kurz nach der Eröffnung gab es Anfragen von Firmen, um die Räumlichkeiten zu buchen und hautnah mit Hollywood-Promis zu feiern“, so Sophie Moritzer, Marketing-Managerin Madame Tussauds. Sie führt aus: „Ab nächstem Jahr erweitern wir unser Angebot auch um gesetzte Dinner. Gesetzte Dinner sind für bis zu 45 Personen möglich, Steh-events für bis zu 130. Besonders beliebt ist die Terrasse von Madame Tussauds, die mit dem Blick auf das Wiener Riesenrad am Abend eine wunderbare Aussicht bietet.“ Als Highlights benennt die Managerin das Valentinstagsdinner, das

Genusslokal, das Muttertags- und Vatersdinner sowie das Halloween Dark Night Special. Finanziell scheint es „ganz hervorragend und noch besser, als wir es je erwartet hätten“ zu gehen. „Wir konnten bei unseren Besuchern einen guten Mix aus Einheimischen und Nicht-Österreichern ansprechen. Besonders gut hat sich die Vorausbuchung über das Internet entwickelt, über die wir bereits im Vorfeld auch über Gruppen informiert sind.“ Über die Pläne des kommenden Jahres klärt Moritzer auch auf: „Unsere Event-Location weiter etablieren und noch gezielter Unternehmen ansprechen. Auch externe Pressekonferenzen, Produkt- und Magazinpräsentationen haben bereits bei uns stattgefunden, und private Feiern werden ebenso immer populärer.“ **sd**