

## **"Mozart 2006" als Gästemagnet für Österreichs Tourismus**

Wien (OTS) - Am 27. Jänner 2006 jährt sich zum 250. Mal der Geburtstag des Musikgenies Wolfgang Amadeus Mozart. Grund genug für die Österreich Werbung, den Wien-Tourismus, die SalzburgerLand Tourismus Gesellschaft und die Tourismus Salzburg GmbH, sich zu einer Arbeitsgemeinschaft, der ArGe Mozart 2006, zusammenzuschließen, um Österreichs touristische Angebote rund um Mozart weltweit zu präsentieren und zu vermarkten.

"Das künstlerische und touristische Angebot Österreichs im Mozart-Jahr 2006 birgt ein enormes Gästepotenzial, das die ArGe Mozart 2006 mit gemeinsamen Aktivitäten intensiv nützen wird", erklärte ÖW-Geschäftsführer Dr. Arthur Oberascher anlässlich der heutigen Pressekonferenz. Als einen der ersten großen Schritte im Rahmen des touristischen Marketings ließ die ArGe Mozart 2006 ein gemeinsames Corporate Design und ein spezielles Logo erarbeiten: Das Mozart-2006-Logo, vom Designbüro section.d. Managing Partner kreiert, wird das optische Leitmotiv bei allen von der ArGe gemeinsam gesetzten Marketingmaßnahmen sein. Die Verwendung des Logos durch österreichische Anbieter im Bereich Kultur und Tourismus wird angestrebt.

"Für den Wien-Tourismus hat sich bereits im Mozart-Jahr 1991 (200. Todestag) die Kooperation mit Salzburg bestens bewährt", so Mag. Karl Seitlinger, Geschäftsführer des Wien-Tourismus, und weiter: "Dass bei der "Neuaufgabe" dieser Partnerschaft nun die ÖW als Verstärkung hinzukommt, erhöht den Impact auf den Zielmärkten für alle Beteiligten. Wien verspricht sich viel davon, denn das Mozart-Jahr 2006 ist ein wichtiger Meilenstein bei der Umsetzung des im Tourismuskonzept Wien 2010 verfolgten Ziels, die jährlichen Nächtigungen bis 2010 auf 10 Millionen zu steigern."

"Geballte Marketingkraft, gebündelte Budgets und vor allem ein einzigartiges Kultur-Angebot in und rund um die Mozartstadt sollen den touristischen Erfolg des Jubiläumsjahres sichern", so Leo Bauernberger, Geschäftsführer der SalzburgerLand Tourismus Gesellschaft. "Die Bandbreite des Kulturangebotes in Stadt und Land Salzburg wird im Mozart-Jahr noch vielfältiger und außergewöhnlicher sein als sonst. Mit attraktiven Packages wird auch dem nicht typischen Kulturpublikum ein Besuch im SalzburgerLand schmackhaft

gemacht werden."

Der "internationale Startschuss" für die Aktivitäten der ArGe fällt bei der atb 2004 in Wien (25. - 27.1.): Das Thema "Mozart 2006" wird auf Österreichs größter Tourismus-Fachmesse mit einem Gemeinschaftsstand aller ArGe-Partner vertreten sein. Ebenso präsentiert sich die ArGe 2004 auf den Fachmessen ITB in Berlin (12. - 16.3.) und WTM in London (8. - 11.11.). 2004 konzentrieren sich die Aktivitäten der ArGe auf Multiplikatoren (internationale Reiseindustrie und Medien) aber auch auf Partner außerhalb des touristischen Kerngeschäftes, die für das Thema sensibilisiert und auf die kommende Fülle der Angebote hingewiesen werden sollen. Weiters ist eine Mozart-Homepage, die, laufend über neueste Reise-Angebote rund um Mozart informiert, in Vorbereitung.

Das Jahr 2005 steht im Zeichen der Angebots-Kommunikation in wichtigen kulturrainen Märkten wie Deutschland, Frankreich, der Schweiz, Großbritannien, den Überseemärkten, aber auch ausgewählten zentral- und osteuropäischen Quellmärkten. Im Spätsommer 2005 startet die ArGe Mozart 2006 in definierten Märkten ihre an den Endverbraucher gerichtete Werbekampagne, die bis etwa September 2006 laufen wird.

Die Zielgruppe der Kultur- und vor allem der Musikinteressierten kann im Mozart-Jahr 2006 besonders effizient durch ein vollkommen neues System der Österreich Werbung, dem Market Intelligence System (MINT), erreicht werden. Dieses datenbankgestützte Marketing-Tool ermöglicht dank umfangreicher Vernetzung die Identifikation relevanter Zielgruppen in den Märkten und das Eingehen auf deren spezielle Bedürfnisse. Die Liebhaber klassischer Musik wurden dabei als Affinity Group definiert, die nun weltweit erfasst wird. Aufbereitet werden ebenso Mozart-Events, Festivals, Konzerthäuser, Musikschulen, potentielle Marketing- und Promotion Partner, Affinity Group Medien, etc. in aller Welt. Mittels MINT wird das Markt- und Angebotswissen gebündelt und für die Entwicklung und Umsetzung von Marketing-Maßnahmen zur Verfügung stehen.

~

Rückfragehinweis:

Österreich Werbung

Unternehmenssprecherin

Dr. Christa Lausenhammer

Tel.: 01/588 66-299

mailto:christa.lausenhammer@austria.info

~

\*\*\* TPT-ORIGINALTEXT UNTER AUSSCHLISSLICHER INHALTLICHER  
VERANTWORTUNG DES AUSENDERS - WWW.TOURISMUSPRESSE.AT \*\*\*

~

TPT0077 2003-11-17/11:33

~

171133 Nov 03

Link zur Aussendung:

[http://www.tourismuspresse.at/presseaussendung/TPT\\_20031117\\_TPT0077](http://www.tourismuspresse.at/presseaussendung/TPT_20031117_TPT0077)