

## Gemeinsame Schwerpunktthemen für Österreichs Sommertourismus 2006

Utl.: Sommeraktionsplan von ÖW und touristischen Partnern beschlossen

- Erstmals werden drei Schwerpunktthemen gemeinsam kommuniziert
- Rad-WM und Mozart-Jubiläum werden gesondert beworben =

Wien (OTS) - Der Marketingbeirat der Österreich Werbung (ÖW), dem alle wichtigen Träger des heimischen Tourismus angehören, hat Anfang November einen Aktionsplan für die kommende Sommersaison 2006 beschlossen. Erstmals vereinbarten auf Initiative der Österreich Werbung die Landestourismusvertreter der Bundesländer eine einheitliche Vorgehensweise in der Kommunikation von Schwerpunktthemen.

In der Sommersaison 2005 (Mai bis September) zählte die Statistik Austria 13,7 Mio. Ankünfte (plus 1,2 Prozent) und 54 Mio. Nächtigungen (minus 1 Prozent). Die Umsätze sind um 2,4 Prozent gestiegen (Quelle: Wifo). Besonders der Inlandsmarkt hat sich erfreulich entwickelt: Plus 2,8 Prozent mehr Österreicher urlaubten im eigenen Land.

Eine Analyse der abgelaufenen Saison stellte die Basis für weitere Maßnahmen im kommenden Jahr dar. Der Fokus der Kommunikationsmaßnahmen wird international auf drei Schwerpunktthemen liegen: "Stadt & Kultur", "Wandern & Outdoor Sport", "Gesundheit & Wellness". In allen drei Themenbereichen wird der Aspekt des Genießens, der Kulinarik und des Weins einfließen. Darüber hinaus werden die anlassbezogenen Themen des Jahres 2006 - der 250. Geburtstag von Wolfgang Amadeus Mozart sowie die Rad-WM in Salzburg - zusätzlich kommuniziert.

"Für die konkrete Umsetzung der themenbezogenen Kampagnen steht die geballte touristische Stärke der Mitglieder des ÖW-Marketingbeirates", so Oberascher. Bereits erfolgreich verwirklichte Aktionen in verschiedenen Ländern liefern konkrete Vorgaben: So wurden für den Bereich "Wandern & Outdoor Sports" in Belgien spezielle Wanderpakete geschnürt und Studienreisen für Wanderclubpräsidenten organisiert. Unter dem Titel "Charming Oostenrijk" wurde eine große Kooperation mit belgischen Medien verwirklicht.

Mit einem Walzerbuch und der tatkräftigen Unterstützung des Deutschen Tanzlehrerverbands und 700 deutschen Tanzschulen wurde unter dem Motto "Alles Walzer" das Kulturland Österreich beworben.

In Großbritannien steht die Positionierung Österreichs als Spa & Wellbeing Destination im Vordergrund. Hier werden die "Best of" der heimischen Spa-Angebote breit kommuniziert. Medienwirksam bewirbt Oscar-Preisträger Jeremy Irons das Mozartjahr in den USA. Als Moderator präsentiert Irons eine 13-teilige Radioserie in 200 Klassiksender, die wöchentlich ein Millionenpublikum vor die Radiogeräte locken.

Der Marketingbeirat plant nach einer Analyse der Sommeraktion 2006 eine Fortsetzung dieser Maßnahmen. Aus der strategischen Zusammenarbeit 2006 sollen dann Marketingmaßnahmen für die konkrete Umsetzung für das Jahr 2007 abgeleitet werden.

Info: ÖW-Marketingbeirat:

Der 25-köpfige Marketingbeirat umfasst die Landestourismusedirektoren der neun Bundesländer, Vertreter der Seilbahnwirtschaft, der Reisebürowirtschaft, der Österreichischen Hotelierversammlung, des Bundes Österreichische Kur- und Tourismusedirektoren, der Casinos Austria, der Urlaubsspezialisten, des Austria Convention Büros, der Austrian Airlines, der ARGE Städte sowie den sechs Mitgliedern des ÖW-Präsidiums und der ÖW-Geschäftsführung.

Rückfragehinweis:

Dr. Christa Lausenhammer, Unternehmenssprecherin  
Österreich Werbung  
Tel.: 01/588 66-299  
mailto:christa.lausenhammer@austria.info

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

TPT0056 2005-11-14/09:52

140952 Nov 05

Link zur Aussendung:

[http://www.tourismuspresse.at/presseaussendung/TPT\\_20051114\\_TPT0056](http://www.tourismuspresse.at/presseaussendung/TPT_20051114_TPT0056)