

Tirol:08 Team formiert sich für die Fußball-Euro

Utl.: "Tirol kann international rund um die Europameisterschaft enorm punkten", so fasst Prof. Alfons Madeja aktuelle Ergebnisse einer WM-Studie zusammen. =

Innsbruck (OTS) - Genau 500 Tage vor dem Ankick der Fußball-Europameisterschaft in Österreich und der Schweiz sammeln sich immer mehr Partner rund um die Marketingkampagne Tirol:08, die von der Tirol Werbung in Abstimmung mit der Host-City Innsbruck initiiert wurde - über 50 erfolgreiche Aktionen wurden bereits abgewickelt. Aktuelle Studien bestätigen Tirol - dem Herz der Euro 2008 - nicht nur einen geographischen Standortvorteil.

Prof. Alfons Madeja, Professor für Betriebswirtschaft und Sportmanagement an der Hochschule in Heilbronn/Baden Württemberg und Sachverständiger für den Sportausschuss des Deutschen Bundestages, präsentierte anlässlich der Informationsveranstaltung in Innsbruck aktuelle Ergebnisse einer WM-Studie bzw. Umfragen unter potentiellen Gästen rund um die EURO 2008. Tirol, so Madeja, habe einen gewaltigen Standortvorteil als Herz der EURO: "Fußball-Touristen sind sehr mobil. Tirol liegt inmitten des EURO-Landes und könnte den Slogan 'Pay one, geht eight!' forcieren. Zahle einmal und du kannst alle EM-Stadien erreichen!"

Fans als Wiederholungstäter

Fußballfans seien auch "Wiederholungstäter" was das Gastland von großen Sportveranstaltungen betreffe. So hätten 70% der WM-Besucher angegeben, Deutschland wieder besuchen zu wollen. Madeja: "Dieser Wert wurde in den Monaten nach der Weltmeisterschaft sogar noch übertroffen!" 64% aller WM-Besucher hätten bereits auch einen Besuch bei der EURO 2008 angekündigt. 85% der WM-Touristen waren laut Studie männlich, 3/4 aller Fans sind unter 40 Jahre. 73% reisen mit Freunden an, nur 13% mit Familien. Madeja: "Viele der Besucher kommen aber später mit ihrer gesamten Familie ins Gastgeberland!" Rund um die WM in Deutschland stiegen die Nächtigunzshahlen um rund 20%, wobei die WM-Touristen um rund 50% mehr als "normale" Touristen. Madeja warnte aber auch: "Die Fußballtouristen sind ein eigenes Klientel, die Chancen der Host City Innsbruck und der Region Tirol bestehe darin, diese Bedürfnisse bestmöglich abzudecken!"

Dreiheiligkeit Essen, Trinken, Feiern

EM-Touristen würden im Schnitt rund 9,2 Tage vor Ort bleiben, am meisten würde man sich auf Essen, Trinken und Feiern (92%) freuen. Ebenfalls für 92% der Befragten ist das Public-Viewing zentrales Element und eine Alternative zum Stadion-Besuch. Madeja: "Mit durchdachten Entertainment-Konzepten werden Emotionen transportiert, die in Summe das internationale Bild der EURO 2008 prägen werden. Die Wirtschaft und die Regionen müssen das Public Viewing nützen, um sich zu präsentieren. Nur wer aktiviert, gewinnt!"

Tirol:08 als Dach zur Standort-Präsentation

Das Hauptmedium zur Beschaffung von Informationen zur EM wird laut Madeja das Internet sein (81%) und zwar einerseits vor dem Event, andererseits aber auch während der Großereignisses. Josef Margreiter, GF der Tirol Werbung, verwies in diesem Zusammenhang auf die große Bedeutung der Website www.tirol08.at als zentrale Säule der Tirol:08 Kampagne. Bisher wären bereits über 50 Marketingauftritte mit der Aktionsmarke "Tirol:08" absolviert worden, rund 65 Millionen Kontakte konnten damit erreicht werden. Margreiter betonte, dass die umfangreiche Standortkampagne zusammen mit dem Land Tirol und Innsbruck Tourismus bereits erfolgreich angelaufen sei und die Positionierung Tirols als gastfreundliches Urlaubs- und Sportland Nr. 1 der Alpen im Mittelpunkt der Aktionen stehe. Margreiter: "Wir werden den Fans die steilsten Fankurven der EM bieten und mit vielen emotionsgeladenen Angeboten Lust auf Tirol entfachen. Viele größere aber auch kleinere Tiroler Regionen sind mit uns bereits am Ball, um im Tirol Team viele schöne Doppelpässe im Werbe- und Marketingbereich zu spielen!"

Politik steht hinter der Euro 2008

Auch Tirols Landeshauptmann DDr. Herwig van Staa zeigte sich im Rahmen der Pressekonferenz sehr zufrieden mit den Vorbereitungen auf das sportliche Großereignis: "Der Standort Tirol wird sich mit seinen vielen Vorzügen international ins Rampenlicht stellen, viele infrastrukturelle Maßnahmen, die dafür Voraussetzung sind, konnten bereits zeitgerecht abgeschlossen werden!"

Dr. Christoph Platzgummer, Innsbrucks Vizebürgermeister und EURO-Koordinator in Tirol, sowie Dr. Hubert Klingan, Obmann des TVB Innsbruck und seine Feriendörfer, betonten ebenfalls die große Chance

für Tirols Landeshauptstadt: "Am Mittwoch dieser Woche wird die Host-City-Charta unterschrieben, dann ist wieder ein wichtiger Meilenstein am Weg zur EURO 2008 erreicht. Mit attraktiven Public-Viewings, Fan-Meilen und unserem Standortvorteil wollen wir zum viel besuchten Mittelpunkt dieses Fußball-Festes werden!" Dr. Peter Trost, Sektionschef für Tourismus und Gastgewerbe der Wirtschaftskammer Innsbruck, wiederum betonte die Chance für Handel und Gewerbe: "Es hat sich gezeigt, dass EM-Touristen sehr ausgabefreudig sind - mit entsprechenden Angeboten können von der Europameisterschaft auch Klein- und Mittelbetriebe profitieren!"

Bildmaterial:

http://www.tourismuspresse.at/detail.html?id=307119&_lang=de

Rückfragehinweis:

~

Tirol Werbung
Mag. Fabienne Edenhauser
Pressesprecherin
Tel. +43.512.5320-317
<mailto:fabienne.edenhauser@tirolwerbung.at>
<http://www.tirol.at>

~

*** TP-ORIGINALTEXT PRESSEAUSSENDUNG UNTER AUSSCHLISSLICHER
INHALTLICHER VERANTWORTUNG DES AUSENDERS - WWW.TOURISMUSPRESSE.AT ***

TPT0215 2007-01-23/14:01

231401 Jän 07

Link zur Aussendung:

http://www.tourismuspresse.at/presseaussendung/TPT_20070123_TPT0215