

Österreich Werbung präsentiert neue Werbekampagne

Utl.: Völlig neuer Werbeauftritt für Urlaub in Österreich =

Wien (TP/OTS) - Bei ihrer heutigen Pressekonferenz präsentierte die Österreich Werbung das neue Erscheinungsbild von Urlaub in Österreich. Nach einem aufwändigen Markenvertiefungsprozess und einer ebensolchen Ausschreibung wurden nun Sommerkampagne 2008 und UEFA EURO 2008(TM)-Kampagne präsentiert: "Das muss Österreich sein" zeigt die Werte des Urlaubslandes - die besondere Verbindung aus gewachsener Kultur, intakter Natur, freundlicher Begegnung, der Kulinarik und der einzigartigen Möglichkeit der Regeneration. Gestaltungsmittel der Kampagne ist der Spannungsbogen aus einer augenzwinkernden Textzeile (zB "Die älteste Boygroup der Welt") und dem Lesezeichen, mit dem das Bild markiert ist. Es trägt den Claim "Das muss Österreich sein" und das rotweißrote Logo.

"Mit dieser Werbekampagne ist es uns gelungen, einen Imagewandel zu vollziehen. Wir haben das rotweißkarierte Tischtuch abgezogen, und vor uns steht nun ein Tisch aus edlem Holz. Formschön und ansprechend," sagt Dr. Petra Stolba, Geschäftsführerin der Österreich Werbung über die Kampagne, deren Pre-Tests Reaktionen wie "spannend, vielschichtig, mit etwas Selbstironie und Augenzwinkern, unerwartet" hervorbrachten. Mag. Christian Schützinger, Sprecher der neun Landestourismusorganisationen, hob die perfekte Anschlussfähigkeit der neuen ÖW-Kampagne für die Bundesländer hervor: "Sie ist geschmeidig, da sie nicht provoziert aber viel freches Potential hat." Auch KR Johann Schenner, Obmann der Bundessparte Tourismus und Freizeitwirtschaft der Wirtschaftskammer Österreich zeigte sich von der Qualität der Kampagne überzeugt. Die Kampagne sei Basis für hervorragende Zusammenarbeit aller Kräfte im Tourismus - vor allem was die Internationalisierung betreffe. Über die Zusammenarbeit zwischen ÖW und den Landestourismusorganisationen sagte er: "Aus einem schweren Tanker, wurde unter "Admiral" Stolba ein schlagkräftiger und wendiger Werbeflottenverband." Christian Schmid, Managing Director der TBWA, stellte die Wichtigkeit des Etatgewinns für seine Agentur dar: "Als Werber hat man zwei Träume: Den Gewinn eines goldenen Löwen in Cannes und für das Land zu werben, in dem man aufgewachsen ist."

Die neue Sommerkampagne der ÖW startet im Februar 2008 und läuft

bis Mai. In den Märkten Österreich, Deutschland, der Schweiz, Großbritannien, Italien, Frankreich, Niederlande, Belgien, Ungarn, Polen, Tschechische Republik, Kroatien, Rumänien, Slowenien, der Slowakei wird sie eingesetzt. In den oben genannten Märkten (exklusive der Schweiz) sowie in Spanien, Schweden und Russland wird zusätzlich auch Stimmung für die UEFA EURO 2008(TM) gemacht. Das Budget für die klassische Werbekampagne (Sommer 2008) beträgt 3,18 Millionen Euro. Für die UEFA EURO 2008(TM)-Kampagne werden 1,85 Millionen Euro in klassische Werbung fließen.

Abdruckfreie Bilder der Pressekonferenz und die neuen Sujets unter www.austriatourism.com / Pressecenter

Rückfragehinweis:

Mag. Eleonore Gudmundsson
Unternehmenssprecherin
Österreich Werbung
Tel.: +43 (0)1 58866-299
<mailto:eleonore.gudmundsson@austria.info>

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

TPT0009 2007-12-05/13:11

051311 Dez 07

Link zur Aussendung:

http://www.tourismuspresse.at/presseaussendung/TPT_20071205_TPT0009