

Touristisches Maßnahmenpaket zur Vermarktung von Linz 2009 Kulturhauptstadt Europas fixiert



Vizebürgermeister Dr. Erich WATZL (Tourismusreferent und Aufsichtsratsvorsitzender der Linz 2009 OrganisationsGmbH), Dr. Petra STOLBA (Geschäftsführerin Österreich Werbung), Wirtschaftslandesrat KommR Viktor SIGL und Mag. Karl PRAMENDORFER, Vorstand OÖ. Tourismus, präsentieren das gemeinsame touristische Maßnahmenpaket zur Vermarktung von Linz 2009 Kulturhauptstadt Europas.

Credit: OÖ. Tourismus
Fotograf: OÖ. Tourismus

Linz (TP/OTS) - Knapp ein Jahr bevor die oberösterreichische Landeshauptstadt Linz gemeinsam mit der litauischen Stadt Vilnius den Titel "Kulturhauptstadt Europas" von den Briten und Skandinavien übernimmt, startet die Werbeoffensive für Kultur-touristen. Um Synergien optimal zu nutzen, bündeln die Linz 2009 Kulturhauptstadt Europas OrganisationsGmbH, der Tourismusverband Linz, der Oberösterreich Tourismus und die Österreich Werbung ihre Kräfte und ermöglichen mit einem umfangreichen Maßnahmenpaket, dass Oberösterreichs Tourismusbetriebe ihre Gastgeberrolle bestmöglich wahrnehmen können. Im Rahmen der abgestimmten Marketing- und Kommunikationsplanung bringen die Partner jeweils spezifisches Know-How und auch unentgeltliche Dienstleistungen für Linz09 ein.

Abgestimmte Marketing- und Kommunikationsplanung

Linz als Portal zu Oberösterreich steht bereits 2008 im Mittelpunkt der Marketingaktivitäten, die sich 2009 intensivieren werden. Eine Vielzahl an internationalen Messeauftritten, Workshops und anderen Präsentationen des touristischen Angebotes von Linz und Oberösterreich, Presseeinladungen für Journalisten, Studienreisen für Reiseveranstalter, Insertionen, Printbeilagen, Broschüren, Internetseiten, Emarketingkampagnen, Direct Mailings, Beziehungs- und Szenemarketing und viele andere Maßnahmen finden sich im Marketing-Mix wieder. Auch Kooperationen mit Low Cost Airlines - der OÖ. Tourismus leistet jährliche Marketingbeiträge an TUIfly (Köln-Linz) und Ryanair (London-Linz, Barcelona-Linz) - werden bereits zur Vorbereitung auf das Kulturhauptstadtjahr genutzt bzw.

das heimische Urlaubsangebot aktiv im Einzugsgebiet der Flug-Destinationen umworben.

Kreative Einbindung des Kulturprogramms gefragt

Touristische Organisationen, Betriebe, Freizeit- und Infrastrukturanbieter sowie Incomingagenturen sind gemeinsam gefordert, die von Linz09 angebotenen kulturellen Projekte in kreative Urlaubsprodukte zu verpacken und sie ihren Gästen schmackhaft zu machen. Neben der Entwicklung von buchbaren Produkten zum Kulturhauptstadtjahr und deren Bewerbung geht es vor allem um die Bewusstseinsbildung für die Bedeutung des Kulturhauptstadtjahres innerhalb der Branche.

Mit dem Kulturhauptstadtjahr eröffnen sich für den Tourismus in Linz bzw. ganz Oberösterreich Chancen in mehrfacher Hinsicht: Durch die Schaffung neuer Infrastruktur wird nachhaltig Wertschöpfung für die Tourismus- und Freizeit-wirtschaft generiert. Gleichzeitig ist mit einer Steigerung der Nächtigungen und des tages-touristischen Umsatzes zu rechnen. Internationale Auftritte und Präsentationen bzw. die mediale Präsenz sorgen für eine Steigerung des Bekanntheitsgrades und einen Imagegewinn für Linz und Oberösterreich in den touristisch relevanten Herkunftsmärkten.

Weitere Details finden sich unter www.oberoesterreich-tourismus.at bzw. www.linz09.at

Bild(er) zu dieser Meldung finden Sie im AOM/Original Bild Service, sowie im APA-OTS Bildarchiv unter <http://bild.ots.at>

Rückfragehinweis:

Elisabeth Kierner
Oberösterreich Tourismus
Tel.: +43 (0)732 7277-123
Mobil: +43 (0)664 30 30 444
<mailto:elisabeth.kierner@lto.at>

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

TPT0006 2008-02-07/14:06

071406 Feb 08

Link zur Aussendung:

http://www.tourismuspresse.at/presseaussendung/TPT_20080207_TPT0006