

Geballte Welser Handelskraft zieht an einem Strang



Im Bild v.l.oben n.r. unten: Vizebgm. Dr. Bernhard Ploier, Prok. Egbert Holz (Centerleiter max.center), Stadtmarketingdirektor Peter Jungreithmair, Mag.(FH) Maria Gruber (Centerleiterin SCW), Bgm. Dr. Peter Koits, Christa Raggl-Mühlberger (Modehaus Mühlberger/Shoppen mitten in Wels), Robert Strasser (Centerleiter X-Garden), Herta Reitberger (Welas-Park) und Oliver Schernhammer (C.Strauch/Shoppen mitten in Wels)

Credit: STADTMARKETING WELS GMBH
Fotograf: STADTMARKETING WELS GMBH

Utl.: Neue Herbstkampagne für den Handel enthüllt =

Wels (OTS) - Wels schafft, was für andere Städte undenkbar ist: Alle vier Shoppingcenter (max.center, SCW, X-Garden, Welas-Park) wie auch die städtische Einzelhandelsvereinigung "Shoppen mitten in Wels" werben mit einer gemeinsamen Kampagne für den Handelsstandort Wels. Ein Zusammenschluss in dieser Dimension ist österreichweit einzigartig.

Bei einem gemeinsamen Fotoshooting im Welser Rathaus wurde die aktuelle Herbstkampagne für den Welser Handel eingeleitet. Bürgermeister, Vizebürgermeister und Stadtmarketingdirektor sowie die einzelnen Vertreter der Handelszentren SCW, max.center, Welas-Park und X-Garden als auch der neuen innerstädtischen Vereinigung "Shoppen mitten in Wels" präsentierten stolz die Sujets der Kampagne.

Hochwertigkeit und Markenvielfalt als Botschaft

Das Bemerkenswerte daran ist, dass erstmals an einem Strang gezogen wird. Sowohl Einkaufszentren wie auch städtischer Einzelhandel werben nun nicht mehr bloß mit dem gleichen Ziel, sondern auch mit ein und derselben Botschaft: "Der Handelsstandort Wels hat's in sich." Auf 4 verschiedenen Sujets, die unterschiedliche Branchen repräsentieren, wird dem Konsumenten die Hochwertigkeit und Markenvielfalt der Stadt nahe gebracht. "Es bedarf einer Vision, will man viele Mitbewerber unter einen Hut bringen. Die Kraft der Dachmarke "Wels hat's in sich" und der Weitblick der verantwortlichen CentermanagerInnen macht diese ungewöhnliche Allianz möglich", freut

sich Stadtmarketingdirektor Peter Jungreithmair.

Allgemeine und individuelle Plakataktion

Die Kampagne zielt grundsätzlich in zwei Stoßrichtungen: mit einer übergreifenden Plakataktion, die die Einkaufscenter sowie "Shoppen mitten in Wels" als geballte Welser Handelskraft bewirbt, wird der Konsument in der Region Wels, speziell im hart umkämpften Einzugsgebiet, angesprochen. Gleichzeitig wird das Vertrauen des Kunden durch individuelle Plakate in den einzelnen Geschäften mit dem eigenen Logo sowie jenem der zugehörigen Handelsvereinigung gestärkt. Start der Kampagne ist Mitte September.

Einkaufsstadt Nr.1 im Zentralraum

Mit einem jährlichen Umsatz von Euro 725 Mio auf einer Fläche von 245.000 m2 verfügt Wels über ein gesamtheitliches Angebot innerhalb des Stadtgebiets und festigt so weiterhin seine Stellung als Einkaufsstadt Nr.1 im Zentralraum. Flächen- und Umsatzzuwachs in Kombination mit steigender Quadratmeterproduktivität sind deutliche Signale für eine erfolgreiche Zukunft.

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

Rückfragehinweis:

Stadtmarketing Wels GmbH
A-4600 Wels, Kaiser-Josef-Platz 22
Tel.: +43 7242/67722-0
<mailto:office@stadtmarketing-wels.at>;
www.wels.at/stadtmarketing

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

TPT0001 2008-09-04/08:00

040800 Sep 08

Link zur Aussendung:

http://www.tourismuspresse.at/presseaussendung/TPT_20080904_TPT0001