

ITB: Österreich wirbt um deutsche Gäste



Vertreter der Allianz der Zehn auf der ITB 2012 mit Wirtschafts- und Tourismusminister Dr. Reinhold Mitterlehner v.l.n.r.: Dir. Georg Bliem (Steiermark Tourismus), Dir. Mario Baier (Burgenland Tourismus), Dir. Leo Bauernberger (SalzburgerLand Tourismus), Dir. Christoph Madl (Niederösterreich Werbung), BM Reinhold Mitterlehner, Dir. Karl Pramendorfer (Oberösterreich Tourismus), GF Petra Stolba (Österreich Werbung), Dir. Christian Kresse (Kärnten Werbung) und Dir. Josef Margreiter (Tirol Werbung)

Credit: Österreich Werbung
Fotograf: Paulenz

Utl.: Gemeinsame Kampagne der "Allianz der 10" soll Familien für Sommerurlaub in Österreich begeistern. =

Wien/Berlin (TP/OTS) - "Sommerglücksmomente" lautet das Motto der diesjährigen Österreich-Kampagne in Deutschland, die von Dr. Petra Stolba, Geschäftsführerin der Österreich Werbung (ÖW), heute Vormittag im Rahmen der Internationalen Pressekonferenz der ÖW auf der ITB präsentiert wurde.

Kernstück des gemeinsamen Werbeauftritts der Österreich Werbung und der neun Landestourismusorganisationen sind individuelle Glücksmomente, die Gäste bei einem Urlaub in Österreich erleben können. "Wir zeigen Emotionen und Urlaubserfahrungen, die unter die Haut gehen und gleichzeitig Sehnsucht beim Gast wecken, diese auch erleben zu wollen. Durch starke Bilder, persönliche Geschichten und authentische Gastgeber, die in der Kampagne vorkommen, sollen vor allem Familien angesprochen und der Haupturlaub in Österreich forciert werden", erläutert Stolba.

Zentrales Kampagnenelement ist das Sommerglücksmomente-Magazin in einer Auflage von zwei Millionen Stück, das namhaften deutschen Printmedien wie Die Zeit oder der Süddeutschen Zeitung beigelegt wird. "Besonders freut uns auch die Kooperation mit ServusTV. Der Sender hat für seine Reportagen insgesamt 9 Kurzfilme von besonderen Glücksmomenten in Österreich produziert", so Stolba. Insgesamt werden mit allen Marketinginstrumenten rund 67 Mio. Kontakte in der Zielgruppe der deutschen Gäste erreicht.

Als besonderen Gast auf der ITB konnte die ÖW heuer die Grazer Designerin Lena Hoschek gewinnen. Ihr Auftritt bei der internationalen Pressekonferenz bot den über 100 internationalen Medienvertretern lebendige Einblicke in ihre Arbeit. "Menschen wie Lena Hoschek formen unser Land und vermitteln sehr glaubwürdig, wie ein Aufenthalt in Österreich prägen und verändern kann. Ihre Arbeit spiegelt in großartiger Art und Weise das Zusammenspiel von Tradition und Moderne wider", zeigt sich Stolba begeistert.

Die "Leidenschaft für Tradition" ist übrigens auch Schwerpunkt der laufenden ÖW-Kulturkampagne. Stellvertretend für viele mehr werden 39 österreichische Traditionen in die Auslage gestellt. "Denn diese überlieferten Bräuche, Handwerkskünste und Alltagskultur sind nicht nur für Österreich selbst von großem Wert, sondern oft auch touristische Highlights. Unsere Gäste sind fasziniert und begeistert von unseren bis heute lebendigen und einzigartigen Traditionen", so Stolba abschließend.

Die Kampagne "Sommerglücksmomente" finden Sie unter www.austria.info/sommer.

Informationen zum Kulturschwerpunkt "Leidenschaft für Traditionen" finden Sie unter www.austria.info/at/leidenschaft-fuer-tradition

Pressetexte und Impressionen zur ITB 2012:
www.newsroom.austriatourism.com

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

Rückfragehinweis:

Mag. Ulrike Rauch-Keschmann
Österreich Werbung
Unternehmenskommunikation
Tel.: (01) 588 66-299
Mobil: (0664) 614 29 89
ulrike.rauch-keschmann@austria.info
www.austriatourism.com

Digitale Pressemappe: <http://www.ots.at/pressemappe/161/aom>

*** TP-ORIGINALTEXT PRESSEAUSSENDUNG UNTER AUSSCHLIESSLICHER

INHALTLICHER VERANTWORTUNG DES AUSENDERS - WWW.TOURISMUSPRESSE.AT ***

TPT0004 2012-03-08/14:00

081400 Mär 12

Link zur Aussendung:

http://www.tourismuspresse.at/presseaussendung/TPT_20120308_TPT0004