

Österreich wird im Mai zum Treffpunkt Europas



Sujet "Building Bridges"

Credit: Österreich Werbung

Fotograf: Peter Burgstaller

Utl.: ÖW präsentiert eigenes Sujet zum Song Contest. Im weltweiten Marketing wird besonders die junge Musikszene Österreichs in Szene gesetzt, um für das Urlaubsland Österreich zu begeistern. =

Wien (TP/OTS) - Den 60. Eurovision Song Contest, der von 18. bis 23. Mai in Wien stattfinden wird, nutzt auch die Österreich Werbung (ÖW), um auf das Urlaubsland Österreich aufmerksam zu machen. Dank eines Sonderbudgets des Wirtschaftsministeriums in der Höhe von 900.000 Euro und eigenen Budgetmitteln ist es möglich, zahlreiche Aktivitäten umzusetzen - ist das musikalische Großereignis aus Sicht des Tourismus doch eine tolle Gelegenheit, sich vor einem Millionenpublikum zu präsentieren und vom Medieninteresse aus ganz Europa zu profitieren, wie Wirtschafts- und Tourismusminister Reinhold Mitterlehner erklärt: "Neben den unmittelbaren Wertschöpfungseffekten, die eine solche Großveranstaltung mit sich bringt, sehen wir zwei Ebenen, die sich positiv auf das Image Österreichs auswirken werden: Die professionelle und sympathische Gastgeberfunktion und ein spannendes und zeitgemäßes Bild von Österreich, von dem nicht nur der Tourismus, sondern der gesamte Standort im Sinne eines Brückenbauers profitiert."

Zwtl.: Eigenes ESC-ÖW-Sujet: Alt trifft auf Neu

Der Song Contest, der unter dem Motto "Building Bridges" über die Bühne gehen wird, passt ideal zum aktuellen Themenschwerpunkt der Österreich Werbung "Österreich. Treffpunkt Europas", der heuer einen Scheinwerfer auf Österreichs Musikvielfalt - von Klassik bis

Electronic - legt. Passend dazu präsentiert die ÖW ein eigenes Sujet: "Walzerkönig" Johann Strauss Sohn, einer der bedeutendsten österreichischen Komponisten, und sein modernes Gegenstück Julia Lacherstorfer, eine aufstrebende Violinistin, die traditionelle Musik neu interpretiert. "Die Sujetidee vermittelt auf sympathische Weise die Verbindung von Alt und Neu. Es soll veranschaulichen, dass Vergangenes zu neuen Ansätzen und Ideen inspiriert und so das Vorwärtsdenken der jungen Kulturszene fördert", erläutert ÖW-Geschäftsführerin Petra Stolba. Das Sujet kommt bereits jetzt am Flughafen Wien großflächig zum Einsatz, ab 1. Mai wird auch der Flughafen-Tower bespielt. "So heißen wir die internationalen Teilnehmer und Besucher des Song Contest mit der Marke "Urlaub in Österreich" willkommen."

Zwtl.: Junges, dynamisches und modernes Bild von Österreich

"Der Song-Contest ist auch eine sehr gute Gelegenheit, ein zeitgemäßes Österreich-Bild in die Welt zu tragen", so Stolba weiter. Daher wird der Fokus des ÖW-Marketing auf die vielseitige junge Musikszene Österreichs gelegt. Auf der Website www.austria.info/esc stehen in diesen Wochen moderne österreichische Künstler aus ganz Österreich im Mittelpunkt. Rund um den Song Contest im Mai werden diese Inhalte auch breit über Facebook, Newsletter und die Pressearbeit gestreut. Zusätzlich nutzt die ÖW den Event auch als Netzwerkplattform und lädt gemeinsam mit WienTourismus rund 110 internationale Reiseveranstalter und Top-Medienkontakte aus dem Reise- und Lifestyle-Bereich aus 20 Ländern von 20.-24. Mai nach Österreich ein. Den Teilnehmern wird ein facettenreiches Programm inklusive kulturellen und kulinarischen Aspekten, ESC Backstage-Erlebnis, Stadtführungen und ESC-Finale geboten. Darunter auch ausgewählte Live-Musicacts, unter anderem wird auch Julia Lacherstorfer mit ihrer Band "Alma" begeistern. "Ziel ist es, diesen für unser Tourismusmarketing wichtigen Multiplikatoren ein junges, dynamisches und modernes Bild von Österreich mittels zeitgenössischer Musik und gelebter Kreativität in Kunst und Kultur zu vermitteln", so Stolba.

Zwtl.: Austria Guides vermitteln überraschende Aspekte von Österreich

Als "Official Partner" unterstützt die ÖW den ORF bei der professionellen Umsetzung der Veranstaltung. Am stärksten sichtbar wird dies im Medienzentrum werden, wo die ÖW über 1500 internationale Medienvertreter und Blogger für ganz Österreich begeistern will.

Neben der visuellen Gestaltung dieses "Österreich-Zentrums" als Arbeits- und Rückzugsort werden professionelle "Austria Guides" vor Ort Geschichten zum Themenschwerpunkt "Österreich. Treffpunkt Europas." erzählen. So können auch den Medienvertretern moderne und vielleicht auch überraschende Aspekte von Österreich vermittelt werden, die zum erneuten Besuch anregen.

Weitere Informationen und Fotos finden Sie im ÖW-Newsroom unter <http://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.: +43 (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 AUSSCHLISSLICHER
INHALTLICHER VERANTWORTUNG DES AUSENDERS - WWW.TOURISMUSPRESSE.AT ***

TPT0004 2015-04-23/11:30

231130 Apr 15

Link zur Aussendung:

http://www.tourismuspresse.at/presseaussendung/TPT_20150423_TPT0004