

08.08.2006 - 14:21 Uhr

Tirol gewinnt bei der Deutschland Tour ein Millionenpublikum

Wien (ots) -

Die beiden Tirol-Etappen am vergangenen Wochenende wurden allein bei der Live-Übertragung im deutschen Fernsehen von jeweils mehr als einer Million Zusehern verfolgt

Noch rollen die Stars des Radsport-Klassikers Deutschland Tour dem Finale entgegen - doch ein Sieger steht bereits fest: das Sportland Tirol hat sich mit den beiden Etappenorten Seefeld und St. Anton in das Herz von Millionen Radsportfans gesprintet.

Josef Margreiter, GF der Tirol Werbung, zieht eine erfreuliche Bilanz: "Die Präsenz der Marke Tirol ist spektakulär, die TV-Übertragungen haben noch höhere Einschaltquoten als im Vorjahr." Den größten Coup landete Tirol gemeinsam mit der Olympiaregion Seefeld durch die Übernahme der Patronanz für die Bergwertung und damit auch das Bergtrikot - die Logos von Tirol und Seefeld prangen publikums- und medienwirksam auf dem begehrten rot-weiß gepunkteten Trikot. Margreiter: "Dadurch ist sichergestellt, dass die jeweils besten Bergfahrer als Werbeträger für Tirol fungieren. Zudem konnten wir das Tirol-Logo am Streckenrand, im Zielraum und bei den Siegerehrungen perfekt platzieren und so in Summe viele Millionen Kontakte für die Marke Tirol erzielen. Gemeinsam mit Seefeld und St. Anton haben wir über Medienkooperationen mit führenden deutschen Magazinen, Verlosung von VIP-Tickets und Online-Kampagnen unsere regionalen Rad- und Urlaubsangebote zusätzlich beworben!" Neben den beiden Marken Tirol und Seefeld wird zudem ein Tiroler Spitzenprodukt in Szene gesetzt: der jeweilige Träger des Bergtrikot darf sich über ein Paar brandneue Kneissl-Tirol-Ski freuen.

Die Königsetappe der Deutschland Tour führte heuer nach Seefeld und brachte die bekannte Olympiaregion einmal mehr ins Rampenlicht der internationalen Sportszene. Die Seefelder Tourismusdirektoren Markus Graf und Markus Tschoner konnten demnach ebenfalls ein erfreuliches Fazit ziehen: "Der Radsport ist ein perfektes Mittel, um unsere Urlaubsregion medienwirksam zu vermarkten und das facettenreiche Angebot aller Orte am Plateau einem interessierten Publikum vorzustellen!" Und auch Martin Ebster, Tourismusdirektor von St. Anton, freut sich über die nachhaltige Wirkung des Engagements: "Wir waren bereits 2004 Königsetappe der Deutschland Tour und wissen um den langfristigen Effekt beim Publikum. Viele Zuschauer lassen sich durch die TV-Bilder vom Radfieber anstecken und fahren in den Folgejahren selbst die Tiroler Alpenetappen der Tour nach!"

Alle aktuellen Presseaussendungen der pro.media finden sich unter <http://www.pressezone.at>

Gesamttext mit Foto:
http://www.tourismuspresse.at/detail.html?id=301300&_lang=de

Rückfragehinweis:

Mag. Fabienne Edenhauser-Riede
Pressesprecherin
Tirol Werbung - Tirol Tourist Board
Maria-Theresien-Str. 55

A-6010 Innsbruck
Tel: +43(0)512 5320 317
Fax: +43(0)512 5320 92317
mailto:fabienne.riede@tirolwerbung.at
www.tirol.at

Diese Meldung kann unter <https://www.presseportal.ch/de/pm/100000449/100513939> abgerufen werden.