20.10.2006 – 12:42 Uhr

Tirol - Herz der Euro 08

Innsbruck (ots) -

Mit den "steilsten Fankurven" und einer eigens konzipierten Kampagne will Tirol die internationale Aufmerksamkeit rund um die Euro nutzen, um eine nachhaltige Imagesteigerung für die Marke Tirol und den gesamten Standort zu erzielen. Gleichzeitig möchte sich Tirol bei der drittgrößten Sportveranstaltung der Welt um den Titel "Europameister der Herzlichkeit" bewerben.

"Die Fußball-Europameisterschaft 2008 ist ein großes Sportereignis. Die Öffentlichkeit hat das etwas unterschätzt, das hat sich aber seit der Weltmeisterschaft in Deutschland geändert", erklärte Tirols LH DDr. Herwig van Staa anlässlich einer Pressekonferenz im VIP-Raum des Tivolistadions in Innsbruck. "Innsbruck und Tirol sind jedenfalls bereit, und aus Sicht des Landes wird alles getan, um einen nationalen Erfolg zu gewährleisten." "Die Chance, dass zwei Jahre vor der EM im eigenen Land eine derart erfolgreiche WM im Nachbarland über die Bühne geht, ist einmalig. Die Euro ist ein wohl noch größerer Scheinwerfer auf Tirol als die zweimaligen Olympischen Winterspiele" ist sich auch Josef Margreiter, Chef der Tirol Werbung, sicher. Dass die Euro nicht nur eine einzigartige Möglichkeit zur nachhaltigen Positionierung und Profilierung des Sportland Tirols auch im Sommer darstellt, sondern ebenso große Impulse für den heimischen Fußball mit 150 Tiroler Fußballvereinen, 186 Nachwuchs-Mannschaften, 17 Damen- Mannschaften und sieben Damen-Nachwuchs-Mannschaften bringen kann, davon ist LHStv. und Sportreferent Hannes Gschwentner überzeugt.

Tirol - geografisches und emotionales Herz der Euro.

Tirol liegt mit der Host City Innsbruck innerhalb der beiden Austragungsländer Österreich und Schweiz zwischen Genf und Wien genau in der Mitte. "Wir sind aber nicht nur geografisch das Herz der Euro, wir möchten uns mit der perfekten Erfüllung der Gastgeberrolle auch um den Titel als Europameister der Herzlichkeit bewerben" kündigte Margreiter an. Dr. Christoph Platzgummer, Sportstadtrat und Vizebürgermeister von Innsbruck, möchte den Fans jedenfalls ein attraktives Programm in der Landeshauptstadt bieten: "Wir wollen eine Top-Fanzone und ein attraktives Fan-Dorf mit Übernachtungs-Möglichkeit einrichten, aber auch die Begeisterung innerhalb der Bevölkerung wird erfolgsentscheidend sein, damit der Funke überspringt. Ab Jänner 2007 beginnen wir mit der Dekoration von Flughafen, Bahnhof und großen Einzugsstraßen, um rechtzeitig für Euro-Furore zu sorgen."

Unterzeichnung des Host-City-Vertrags noch 2006.

Auch das sich gerade in den Erweiterungsbauarbeiten befindliche Innsbrucker Tivoli-Stadion lässt die Dimension des Großereignisses schon heute erahnen, mit 500 Millionen Zuschauern pro Spiel bei der WM in Deutschland ist das Potential der Fußballbegeisterten, die ihre Augen auch auf die drei Spiele im Tivoli-Stadion richten könnten, jedenfalls sehr groß. Dr. Michael Bielowski, Geschäftsführer der Olympiaworld und Tirols Euro-Koordinator meint dazu: "Das Tivoli-Stadion vor der beeindruckenden Kulisse der Tiroler Bergwelt wird einen einmaligen Rahmen für die Spiele bieten. Die Erweiterung auf 30.000 Zuschauerplätze wird kommendes Jahr zeitgerecht fertiggestellt sein. Und noch heuer wird es zum Abschluss des Host City Vertrags mit der UEFA kommen, dann sind die Rahmenbedingungen, innerhalb derer wir uns auch werbetechnisch bewegen können, ganz klar definiert."

Euro - Schlüsselprojekt für "Marke Tirol".

Die Tirol Werbung startet mit vier "Bs" in die eigens konzipierte Kampagne: Bewusstsein, Bekenntnis, Bewegung und Begeisterung. "Wir sehen die Euro aber nicht nur als Chance aus touristischer Sicht, das Sportgroßereignis ist ein Schlüsselprojekt in der Bewerbung des gesamten Standorts Tirol mit all seinen Facetten. Deshalb ist die Kampagne auch als Kooperationskampagne mit Integrationsmöglichkeiten für viele Partner aus Tirol konzipiert, wir laden alle Interessierten dazu ein, mit uns in Kontakt zu treten und mitzumachen" so der TW-Chef. Bereits jetzt sind 60 Aktionsprogramme in Ausarbeitung, beim Snowboard-und Ski-Weltcup-Auftakt in Sölden geht Tirol mit der Euro-Bewerbung erstmals auch "auf die Piste".

Bildmaterial:
http://www.tourismuspresse.at/detail.html?id=304273&_lang=de

Rückfragehinweis:

Mag. Fabienne Edenhauser
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.edenhauser@tirolwerbung.at
http://www.tirol.at

Diese Meldung kann unter https://www.presseportal.ch/de/pm/100000449/100517938 abgerufen werden.