



01.07.2008 - 17:06 Uhr

Werbe-Effekte durch James Bond und EM werden optimal genutzt

Bregenz (ots) -

Vorarlbergs Touristiker lassen nicht locker und holen nun das Beste aus EM und Bond heraus

Zwei enorm werbewirksame Ereignisse, die ZDF-Arena bei der Fußball-EM und die Dreharbeiten zu James Bond, sind in Vorarlberg im Mai und Juni dieses Jahres erfolgreich über die Bühne gegangen. Nun arbeiten die Touristiker daran, die gewonnene Aufmerksamkeit optimal zu nutzen. Vorarlberg Tourismus, die Destinationen und das Stadtmarketing Bregenz setzen den Medien-Schwung für Marketing, Vertrieb und die Weiterentwicklung des touristischen Angebots ein.

Über 32 Millionen TV-Zuseher (Rekord!) sahen allein vergangenen Mittwoch die Bregenzer Festspielbühne und die ZDF-Moderatoren Kerner, Klopp und Meier im Licht des Sonnenuntergangs am Bodensee. Der Marktanteil lag mit 81,5 Prozent erstmals bei dieser EM oberhalb der 80-Prozent-Marke. Ab November wird mit der Premiere von "Quantum of Solace" ein weiteres Millionenpublikum auf die Seebühne blicken.

Mit dem Tosca-Auge auf Marketing-Tour

Viele Menschen werden die Kulisse wiedererkennen, denn das Tosca-Auge ist in Verbindung mit einem Bergmotiv seit Anfang dieses Jahres Blickfang für zahlreiche Werbemittel: angefangen von der großen Sommerkampagne in Frankreich, Italien und den Niederlanden über Newsletter, Direktmailings, Presseaktivitäten und Onlinemarketing bis zur geplanten Vorarlberg-Ausgabe des ADAC Reisemagazins, die ab Februar 2009 rund vier Millionen Leser erreichen wird (Details siehe Factbox). "Es ist uns gelungen, unsere Werbemittel für den Sommer 2008 in Vorarlberg optimal auf diese Ereignisse auszurichten", so Dir. Mag. Christian Schützinger, Geschäftsführer von Vorarlberg Tourismus. Es konnte außerdem eine weitere ZDF-Produktion gewonnen werden. Die Sendung "Zu Tisch in Vorarlberg" ist in diesen Tagen in Produktion und ab September bei ZDF und Arte zu sehen. Selbstverständlich werden die Touristiker auch mit der ZDF-Sportredaktion in Kontakt bleiben, denn eine Wiederholung der ZDF-Arena zur Fußball-WM im Jahr 2010 wurde ja bereits offiziell in Erwägung gezogen.

Beherberger bieten Kultur und Wanderurlaub als Paket

Viele Vorarlberger Hotels bieten ihren Gästen einen Urlaub in einer Bergregion in Kombination mit einer Kulturveranstaltung: Bregenzer Festspiele, Schubertiade oder eine Angelika-Kauffmann-Ausstellung. Diese Packages kommen schon seit mehreren Jahren sehr gut an und werden durch die jüngsten Entwicklungen noch mehr punkten. Auch der Bregenzerwald sieht in dieser Situation Potenzial. "Durch unsere kulturelle Prägung können wir diesen Schwung ebenfalls nutzen", meint Herlinde Moosbrugger, Direktorin von Bregenzerwald Tourismus.

Fußballtourismus im Montafon

Ein weiteres touristisches Segment, das von der EM profitieren könnte, ist die Fußballszene Montafon. In Schruns-Tschagguns trainieren regelmäßig Profi-Mannschaften wie der FC Zürich, SC Freiburg, Werder Bremen und viele andere. Seit dem 28. Juni finden die alljährlichen Montafoner Goldschlüsselspiele mit internationalen

Profimannschaften statt. Im Juli und August trainiert die zweite. Karlsruher Fußballschule mit Jungen und Mädchen von 8 bis 17 Jahren unter der Leitung von Lothar Strehlau.

Bond und das Tosca-Auge werden Bregenz weiter prägen

Der Geschäftsführer des Stadtmarketings Bregenz, Michael Dünser, betont: "Bond und das Tosca-Auge werden in Bregenz weiterhin erlebbar sein." Rund um die "Quantum of Solace"-Premiere im November sind spezielle Marketing-Aktionen in Planung, auch danach werden Fangruppen aus der ganzen Welt angesprochen.

Multiplikatoren lernten Kulisse persönlich kennen

Wichtige Multiplikatoren konnten sich im Juni vor Ort von der Attraktivität der Kulisse überzeugen. Bodensee-Vorarlberg-Tourismus beispielsweise lud Eventagenturen und Unternehmen aus dem In- und Ausland ein. Die für die Vermarktung und Abwicklung des Kongresstourismus gegründete Firma "Convention Partner Vorarlberg" wird weiterhin europaweit mit dem attraktiven Angebot werben. Dir. Harald Köhlmeier freut sich, dass heuer noch neben einer Hallenradsport-WM in Dornbirn und zahlreichen weiteren Veranstaltungen auch ein großes Medienevent eines Bondponsors abgewickelt werden kann. Die Arbeitsgemeinschaft zur Anwerbung von Großveranstaltungen, bestehend aus Vorarlberg Tourismus, Bodensee-Vorarlberg-Tourismus und dem Gymnastrada-Team rund um Erwin Reis nutzt die mediale Aufmerksamkeit zur Akquise.

Nächstes Großprojekt mit internationaler Aufmerksamkeit ist bereits in Planung

Die Bregenzer Festspiele haben 62 Jahre lang hart daran gearbeitet, um diesen Grad der Attraktivität zu erlangen. Weitere Vorarlberger Anbieter sind ebenfalls international auf dem Vormarsch. Zum Beispiel wird das Kunsthhaus Bregenz im Sommer 2009 mit Antony Gormley ein Kunstprojekt in den Vorarlberger Bergen realisieren, das in den Köpfen der Kunst- und Naturinteressierten Menschen hängen bleiben und in den internationalen Medien seinen Platz finden wird.

Plattform Kultur und Tourismus wird weiter arbeiten

Die im Vorjahr gegründete Plattform "Kultur und Tourismus" wird weiter daran arbeiten, die beiden Bereiche noch enger zu verbinden und weitere Synergie-Effekte zu nutzen. "Kulturelles Angebot schaffen die Vorarlberger Kultur-Verantwortlichen, wir bieten optimalen Support. Gemeinsam machen wir das Angebot für ein internationales Publikum attraktiv", erklärt Schützinger.

Ein Auszug der Marketing-Aktivitäten von Vorarlberg Tourismus und den Destinationen zum Thema:

- Sommerkampagne in Frankreich, Italien, Niederlande mit insgesamt einer halben Million Folder - Persönlicher Newsletter an 500.000 Vorarlberg-Interessenten zum Thema "Sinnliche Augen.Blicke" - Roadshow, bei der 1.000 Journalisten und Reiseveranstalter im Februar in London, Amsterdam, Paris, München und Mailand persönlich informiert wurden - Pressefahrt zum Thema "Wandern - direkt an der Mittellinie" mit Medienvertretern aus Deutschland.
- Weitere 20.000 Vorarlberg-Kenner oder Stammgäste erhielten im April die neuesten Informationen. - Im Wiener EM-Medienzentrum, bei dem 3.500 Journalisten akkreditiert waren, gab es ausreichend Vorarlberg-Informationen, Film- und Bildmaterial. - Rund vier Millionen deutsche Leser werden schließlich ab Februar 2009 mit dem ADAC Reisemagazin Vorarlberg an die einzigartige Kulisse in Vorarlberg erinnert und zu einem persönlichen Besuch animiert werden. - Vorarlberg-Treff während der EM mit einer Präsentation des Urlaubslandes Vorarlberg und einer Ausstellung des Frauenmuseums Hittisau "Spiele in den Alpen". - Ticket-Konzept zur ZDF-Arena: Beim Kauf eines Tickets um 6,50 Euro waren verschiedene Freizeitleistungen, wie Pfänderbahn oder Schifffahrt inkludiert. Außerdem beinhaltet jedes Ticket einen Fünf-Euro-Gutschein für

eine Aufführung der Tosca.

Bildmaterial unter:

<http://www.tourismuspresse.at/redirect.php?vorarlberg5>

Rückfragehinweis:

Medieninformation von Vorarlberg Tourismus

Postfach 302

A-6901 Bregenz

Tel.: +43 (0)5574 42525-25

<mailto:info@vorarlberg.travel>

<http://www.vorarlberg.travel>

Diese Meldung kann unter <https://www.presseportal.ch/de/pm/100003072/100565103> abgerufen werden.