

09.04.2013 - 13:40 Uhr

Imagekampagne stärkt Zusammenarbeit und bringt neue Gäste für Oberösterreich - ANHÄNGE



Linz (ots) -

Oberösterreich Tourismus und die Markendestinationen Donau Oberösterreich, Linz, Pyhrn-Priel und Salzkammergut bündeln Mittel, um gemeinsam für den Sommer in Oberösterreich zu werben. So startete kürzlich eine groß angelegte Imagekampagne mit Magazinen für jede Markendestination in einer Gesamtauflage von 3 Millionen Stück. Dafür bringen Oberösterreich Tourismus, die Markendestinationen und 64 Partner aus den Destinationen in Summe 500.000 Euro Gesamtbudget auf. "Für Oberösterreich ist das eine enorme Summe, vergleicht man beispielsweise die Sommerglücksmomente-Kampagne der Österreich Werbung, an der sich alle Bundesländer beteiligen und die ein Gesamtvolumen von 1 Mio. Euro hat." schwärmt Mag. Karl Pramendorfer, Geschäftsführer des Oberösterreich Tourismus.

Die Imagekampagne wurde für die Hauptherkunftsmärkte Österreich und Deutschland konzipiert und läuft im Zeitraum März bis Mai 2013. Vier Destinationszeitungen mit einem Seitenumfang von 24 bzw. 32 Seiten werden dazu in auflagenstarken und zielgruppenrelevanten Medien in Österreich und Deutschland beigelegt und zusätzlich über Imageinserate beworben:

- "Linz. Verändert, Magazin"
- "Sommerfrisch im Salzkammergut"
- "Bewegt. Berührt. Sagenhaftes Naturerlebnis entlang der Donau zwischen Passau und Grein"
- "Natürlich in der Urlaubsregion Pyhrn-Priel"

Darin werden die touristischen Besonderheiten und attraktive Kurzreiseangebote der jeweiligen Destination vorgestellt. Gleichzeitig wird im abschließenden Oberösterreich-Teil "Für die vielen Seiten in mir" auch das Urlaubs- und Freizeitangebot der jeweils anderen drei Markendestinationen präsentiert. Sowohl in der Auswahl der Magazin-Inhalte als auch bei den Vertriebspartnern wurden die Interessen und Basismotive der definierten Zielgruppen berücksichtigt. So spiegeln die Imagebeileger Oberösterreichs vielfältiges Angebot in Hinblick auf Entspannung, Genuss, kulturelle Erlebnisse und leichte körperliche Aktivität in der Natur wieder. Neben der Imagestärkung sollen damit neue Gästegruppen angesprochen, Kurzreiseangebote vertrieben und Zugriffe auf die Destinationsseiten im Internet sowie auf www.oberoesterreich.at gesteigert werden.

Die Bündelung der Mittel wirkt sich für alle Beteiligten positiv auf: Destinationen haben den Vorteil, neben ihrer

eigenen Ausgabe auch in den Magazinen der anderen Partner präsent zu sein und erreichen damit eine extrem hohe mediale Präsenz bzw. noch mehr Personen in den relevanten Zielgruppen. Gleichzeitig wird dem Gast - durch die Vereinheitlichung im Auftritt - die Wiedererkennbarkeit für Oberösterreich ermöglicht und das Image des Tourismuslandes in den Köpfen der Gäste gestärkt. Nicht zuletzt bringt die operative Abwicklung durch den Oberösterreich Tourismus (von der Layoutgestaltung bis hin zur Tarifverhandlung für Beilagen) den Destinationen auch hier Einsparungen bei ihren budgetären und zeitlichen Ressourcen.

Weitere Informationen zur Markenallianz Oberösterreich entnehmen Sie bitte der Presseunterlage (PDF-Datei).

Anhänge zu dieser Aussendung finden Sie als Verknüpfung im AOM / Originaltext-Service sowie im Volltext der Aussendung auf <http://www.ots.at>

Rückfragehinweis:

Elisabeth Kierner, MSc
Unternehmenskommunikation
Oberösterreich Tourismus
Freistädter Straße 119, A-4041 Linz
Tel: 0732/7277-123
Fax: 0732/7277-9123
Mobil: 0664/30 30 444
Email: elisabeth.kierner@lto.at
B2B: www.oberoesterreich-tourismus.at
B2C: www.oberoesterreich.at
UID-Nr. ATU 45341401

Digitale Pressemappe: <http://www.ots.at/pressemappe/3952/aom>

*** TP-ORIGINALTEXT PRESSEAUSSENDUNG UNTER AUSSCHLIESSLICHER INHALTLICHER VERANTWORTUNG
DES AUSSENDERS - WWW.TOURISMUSPRESSE.AT ***

TPT0008 2013-04-09/11:37

Medieninhalte



BILD zu TP/OTS - Bild (v.l.n.r.): Mag. Karl Pramendorfer (Oberösterreich Tourismus), DI Herbert Gosweiner (Pyhrn-Priel), KR Manfred Grubauer (Linz), Wirtschafts- und Tourismuslandesrat Viktor Sigl, LT-Praes. Friedrich Bernhofer (WG Donau OOE) und KR Johann Panhuber (Salzkammergut) präsentieren die aktuelle Imagekampagne für das Urlaubsland Oberösterreich. / Weiterer Text ueber ots und auf <http://www.presseportal.ch>. Die Verwendung dieses Bildes ist fuer redaktionelle Zwecke honorarfrei. Veroeffentlichung unter Quellenangabe: "OTS.Bild/Oberoesterreich Tourismus".

Diese Meldung kann unter <https://www.presseportal.ch/de/pm/100012529/100735902> abgerufen werden.