

Mit geballter Kraft weiter in Richtung Internationalisierung



Vorarlberg Tourismus schafft diesen Sommer einen besonders sinnlichen Zugang zur beeindruckenden Bergwelt des Landes. "Spürsinnig" ist das Motto. Statt schweißtreibender Gipfelstürme steht das entspannende, inspirierende Erlebnis am und auf dem Berg im Mittelpunkt - sei es bei einer Barfußwanderung, beim eigenhändigen Sammeln und Zubereiten eines Kräutertees oder auf erhebenden Panoramawegen.

Credit: Vorarlberg Tourismus
Fotograf: Vorarlberg Tourismus



Der Präsident, LAbg. Walter Lingg (re.), und der Direktor, Mag. Christian Schützinger (li.), forcieren die Zusammenarbeit zwischen Vorarlberg Tourismus und den Destinationen. "International Chancen nützen und im Nahraum Profil gewinnen", so lautet die Doppelstrategie, die der Landesverband Vorarlberg Tourismus zum Sommerstart 2007 präsentiert.

Credit: Vorarlberg Tourismus
Fotograf: Vorarlberg Tourismus

Utl.: Vorarlberg Tourismus und die Destinationen sind aber auch im Nahraum mit originellen Reiseangeboten präsent =

Bregenz (TP/OTS) - "International Chancen nützen und im Nahraum Profil gewinnen", so lautet die Doppelstrategie, die der Landesverband Vorarlberg Tourismus zum Sommerstart 2007 präsentiert. Der Präsident, LAbg. Walter Lingg, und der Direktor, Mag. Christian Schützinger, forcieren die Zusammenarbeit mit den Vorarlberger Destinationen.

Vorarlberg - Vorzeigeland in Sachen Wanderwegekonzept, Architekturland und kulinarisches Mekka - wird auch im Sommer 2007 wieder ein herzlicher und professioneller Gastgeber sein. Davon sind nicht nur die Vorarlberger Touristiker überzeugt, sondern auch zahlreiche Stammgäste, die mit 54 % einen erfreulichen Anteil ausmachen.

Marketingoffensive in Frankreich, Italien und Niederlande

Mit großen Werbeauftritten ist Vorarlberg heuer in Frankreich, Niederlande und Italien präsent. Es handelt sich um Beileger-Aktionen mit einer Auflage von insgesamt 400.000 Stück. Diese Aktion ist durch eine Kooperation mit den Tourismusregionen ermöglicht worden. Zuwächse aus diesen Märkten zeigen, dass Vorarlberg das richtige Produkt anbietet.

Kampagne in Zentraleuropa: 20 Millionen Leser(innen)

Vorarlberg beteiligt sich an einer groß angelegten Kampagne der Österreich Werbung in Zentraleuropa, die im Herbst 2007 startet und bis 2009 läuft. Den Schwerpunkt bilden die Länder Polen, Tschechien und Ungarn. Adressaten sind 20 Millionen Leser(innen) der obersten Einkommensschicht mit erhöhtem Reiseinteresse.

"Spürsinnige" Angebote für den Nahraum

"Spürsinnig" ist das Motto des Bergsommers: Statt schweißtreibender Gipfelstürme steht das entspannende, inspirierende Erlebnis am und auf dem Berg im Mittelpunkt - sei es bei einer Barfußwanderung, beim eigenhändigen Sammeln und Zubereiten eines Kräutertees oder auf erhebenden Panoramawegen. Schöngeister genießen das reizvolle Nebeneinander aus traditioneller Alpenkulisse und moderner Architektur.

Euro 2008: Vorarlberg - direkt an der Mittellinie

Auf dem Fußball-EM-Spielfeld Schweiz-Österreich liegt Vorarlberg an der virtuellen Mittellinie. In strategisch bester Position, nahe am Geschehen und doch in angenehmer Distanz zum größten Rummel. Ein pffiffiges Sport-Kultur-Programm, das zur Marke "Vorarlberg" passt, wird diese Idee während der Euro 2008 aufgreifen. Im Vorfeld rührt Vorarlberg Tourismus gemeinsam mit der Österreich Werbung kräftig die Werbetrommel.

Bild(er) zu dieser Meldung finden Sie im AOM/Original Bild Service, sowie im APA-OTS Bildarchiv unter <http://bild.ots.at>

Rückfragehinweis:

~

Mag. Christina Fußenegger, PR
Vorarlberg Tourismus, Tourismushaus,

Bahnhofstrasse 14/4, Postfach 302, A-6901 Bregenz
T +43 5574 42525-26, F +43 5574 42525-5
mailto:christina.fussenegger@vorarlberg.travel
<http://www.vorarlberg.travel>

~

*** OTS-ORIGINALTEXT PRESSEAUSSENDUNG UNTER AUSSCHLISSLICHER
INHALTLICHER VERANTWORTUNG DES AUSENDERS - WWW.OTS.AT ***

OTS0096 2007-05-11/10:32

111032 Mai 07

Link zur Aussendung:

http://www.ots.at/presseaussendung/OTS_20070511_OTS0096