

KULTURHAUPTSTADT ALS LANGFRIST-IMPULS DER STADT- UND REGIONALENTWICKLUNG?



Österreichisches Institut
für Raumplanung

10. Februar 2009



Tourismusverband Linz, Donau

LinZ
verändert



TOURISMUS

Was passiert nach 2009 in Linz?

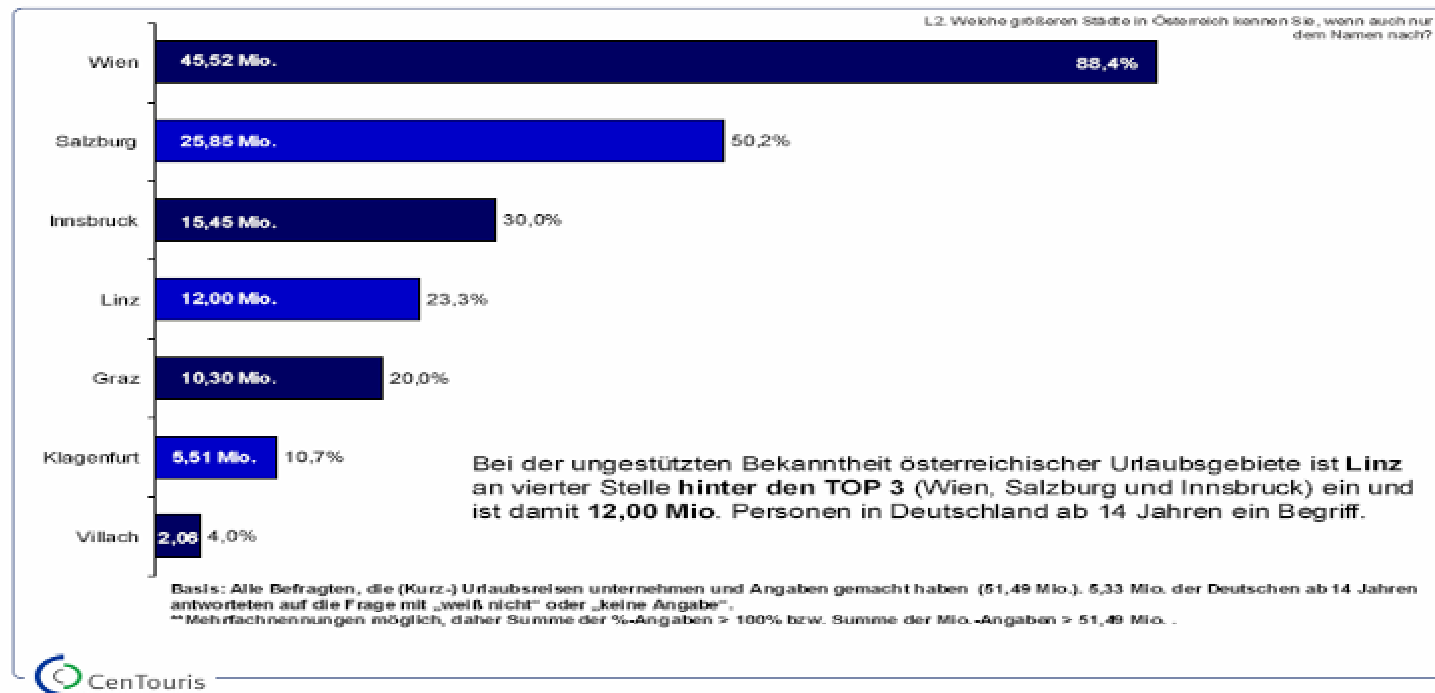
Neuorientierung für den Tourismus?

Ausführungen von
Georg Steiner, Tourismusdirektor

AUSGANGSSITUATION:



Ungestützte Bekanntheit von größeren österreichischen Städten (TOP 7)



AUSGANGSSITUATION:



Spontanassoziationen zur Stadt Linz (Top 13)

L4. Was fällt Ihnen spontan ein, wenn Sie an die Stadt Linz denken?

Rang	Nennung	% der Fälle in der BRD	Entspricht xx,x Mio. Deutsche	% der Fälle in Bayern**
1.	Linzer Torte	37,8%	9,42	30,9%
2.	Donau	8,7%	2,17	10,5%
3.	Schokolade	3,5%	0,87	1,3%
4.	Süßigkeiten, Pralinen, Gebäck	2,7%	0,67	1,8%
5.	Österreich	2,7%	0,67	--
6.	(sehr) schöne Stadt	2,2%	0,55	4,0%
7.	Fussball, -verein	1,8%	0,45	0,9%
8.	Adolf Hitler	1,6%	0,40	--
9.	Industrie, -stadt	1,6%	0,40	2,7%
10.	Berge	1,5%	0,37	1,3%
11.	Bruckner, -haus	1,2%	0,30	1,6%
12.	(Donau-) Schifffahrt, Schifffahrt auf der Donau	1,2%	0,30	1,2%
13.	Stahlwerk, -konzern, -industrie	1,1%	0,27	1,1%

*Basis: Alle Befragten, die (Kurz-)Urlaubsreisen machen, die Stadt Linz kennen (wenn auch nur dem Namen nach) und Angaben zu den Assoziationen zur Stadt Linz gemacht haben (24,91 Mio.).

24,41 Mio. Deutsche ab 14 Jahren haben auf diese Frage mit „weiß nicht“ bzw. „keine Angabe“ geantwortet.

**Hinweis: Angaben basieren auf Fallzahlen <30, eine Hochrechnung ist nicht möglich.



49,32 Mio. Grundgesamtheit

24,41 Mio. (49,49 %) sagten: „weiß nicht“ oder „keine Angabe“.

13

KULTURHAUPTSTADT ALS IMPULSGEBER FÜR DEN TOURISMUS?!



Welchen Anteil hat das Programm am touristischen Erfolg?

Basis der gemeinsamen Kommunikation von Linz09 und Linz Tourismus sind:

Linz.verändert - Linz soll als ganzheitlich erfolgreiche und interessante Stadt wahrgenommen werden: von der schmutzigen Industriestadt zum Dreiklang Industrie, Kultur, Natur

BETRACHTUNGEN ZUM STÄDTETOURISMUS



- klassisch: geschichtlich orientierte romantisierende Suche nach ehemals erfolgreichen Bauten, Burgen, Schlössern, Ruinen
- Linz: Vermittlung der Faszination einer erfolgreichen Stadt der Gegenwart



ANGEBOTE DES LINZ TOURISMUS

- Museen, Attraktionspunkte, die das ganze Jahr über verfügbar sind
- punktuelle Ereignisse, Festivals
- individuell konfigurierbare Themen als Reiseanlässe (Hörstadt, Aspekte der Stadtentwicklung - Solarcity)

LINZ TOURISMUS UND KULTURHAUPTSTADT



- Kulturhauptstadt – 220 Projekte, die ungewichtet nebeneinander präsentiert werden
- Tourismus – Verdichtung, Thematisierung und Übersetzung zur Generierung von Reiseanlässen



NACHHALTIGKEIT

- Die neuen Bauten (Lentos, Ars electronica Center, Schlossmuseum u.a.)
- neue Programm-/Festivalformate
– welche werden sich weiter entwickeln?
Welche neuen Kooperationen finden sich?
(z.B. Zusammenarbeit aller Anbieter zeitgenössischer Kunst - Lentos, Landesgalerie, OK, Galerien)



NACHHALTIGKEIT

- Qualitätsprozesse im Bereich Gastronomie, Hotellerie, Taxis u.a.
- Konzept der Führungen Linz.verändert



PERSPEKTIVEN

- Zusammenarbeit Kultur, Handel und weitere (z.B. Flughafen)
- neue Netzwerke können genutzt werden (Projekt Linz, Botschafter)
- Linz wird nun auch touristisch stärker wahrgenommen – siehe Presseecho, siehe Publikationen wie Merian, GEO, Falter, KOMPASS
- Kulturhauptstadt als Basis/Rückenwind für die Entwicklung des Tagungstourismus



noch 324 Tage



LINZ 2009
KULTURHAUPTSTADT
EUROPAS

www.linz09.at