

Presseinformation | 22. August 2023

Neue Kampagne des Linz Tourismus: Der Prinz von Linz

Der Planet Linz dreht sich weiter: Die neue Kampagne des Linz Tourismus greift aktuelle Themen auf und erzählt mit einer ordentlichen Portion Humor die Geschichte von Otto, der zum „Prinz von Linz“ wird. Die Botschaft dahinter: Bei außergewöhnlichen Erlebnissen können die Gäste in Linz reich an besonderen Erfahrungen werden.

Ähnlich einer Trilogie verhalten sich die drei Kampagnen des Linz Tourismus seit 2021, bauen aufeinander auf, ergänzen und sind dennoch jede für sich individuell in Aufbau und Botschaft. Nach „Linz ist Linz“ und „Planet Linz“ startet der Linz Tourismus am 23. August 2023 „Prinz von Linz“. Dabei begibt sich Otto Normalverbraucher auf eine fantastische Reise voller liebenswerter Begegnungen und unwirklicher Erlebnisse. Er entdeckt die schrägsten, wildesten und lustigsten Seiten der Stadt, ihrer Menschen und von sich selbst. Linz holt das Beste aus ihm heraus, bringt neue Freundschaften und macht Träume wahr. „Super-rich“ wird Otto nicht, dafür reich an Erfahrungen. Er wird Teil der Stadt und schließt sie in sein Herz. Als krönender Abschluss wird Otto der „Prinz von Linz“ und feiert die Party seines Lebens.

Marie-Louise Schnurpfeil, Geschäftsführerin des Linz Tourismus erzählt die Hintergründe der Kampagne: „Wir setzen den eingeschlagenen Weg im Marketing des Linz Tourismus fort. Dabei möchten wir mit außergewöhnlichen Maßnahmen punkten und nicht mit ‚more of the same‘. Mit unserer neuen Kampagne ‚Der Prinz von Linz‘ setzen wir auf verschiedene aktuelle Themen auf: die allgemeine Teuerung, die Klimaprobleme oder den Trend, sich

kurze Auszeiten vom Alltag zu nehmen. Linz ist ein guter Ort, Neues auszuprobieren, ums Eck zu denken und eine schöne Zeit zu verbringen, die auch in Erinnerung bleibt.“

Linz ist ein guter Ort für Mikroabenteuer aller Art

Herzstück der Kampagne ist erneut ein Video, das die Geschichte von Otto erzählt. Dabei wird Linz zum Ort, wo Unmögliches möglich wird. „Im Kampagnenfilm setzen wir wieder auf sehr hohes filmisches Know-How in allen Bereichen – dank unserer Film- und Kreativagentur FORAFILM – und auf einen humorvollen Ansatz. Unser Hauptprotagonist Otto erlebt so manch außergewöhnliches Erlebnis, das durchaus auch mit einem Augenzwinkern zu sehen ist. Gleichzeitig soll die Handlung dazu anregen, wirklich einmal Neues auszuprobieren“, sagt Marie-Louise Schnurpfeil. Ein aktueller Trend sind Mikroerlebnisse – dabei sind viele kleinere „Abenteuer“, die den Alltag durchbrechen für Reisende attraktiver als der „eine“ große Urlaub im Jahr. Die so genannten Mikroerlebnisse sind oft unkompliziert in den Alltag oder in einen Kurztrip eingebaut. Linz mit seinen vielfältigen Angeboten ist dafür perfekt geeignet.

Überraschungsgast im neuen Video ist auch der Linzer **Bürgermeister Klaus Luger**. Zur aktuellen Kampagne sagt er: „Linz macht Unmögliches - die neue Kampagne untermauert allemal, wie vielfältig Linz ist und wie viel Potenzial in dieser Stadt steckt. Dieses Potenzial nutzen wir, um Innovationen zu pushen und für alle Generationen ein ausgewogenes Angebot zu schaffen. In Linz stehen ‚Neues zulassen‘, Modernität und Weltoffenheit ganz oben im städtischen Leitbild. Und Linz scheut sich nicht davor, Veränderungen anzunehmen und Visionen zu realisieren.“

Die breit aufgesetzte Online-Kampagne verstärkt der Linz Tourismus auch analog mittels eines eigenen Magazins mit einer Auflage von 250.000 Stück. Dieses wird in Österreich und Deutschland über die Beilage in verschiedenen Medien verteilt. Weitere Werbemitteln sind Plakate, Postkarten, Tattoos und eine Otto-Maske. Alle, die sie tragen, können sich letztlich wie Otto fühlen. Dreh- und Angelpunkt der Kampagne ist die Website www.prinzvonlinz.at.

Hier gibt es auch einen eigenen Generator für Kurzerlebnisse. Zusätzlich wurden auch zwei attraktive Nächtigungskpakete auf den Spuren von Otto geschnürt. Eine außergewöhnliche

Linz-Reise erleben Gäste im Rahmen der Packages „Linz royal“ und „Linz deluxe“ (ab 164 Euro): www.linztourismus.at/packages

Langjährige Zusammenarbeit mit FORAFILM

Für die Umsetzung des Kampagnenfilms setzt der Linz Tourismus erneut auf die bewährte Zusammenarbeit mit der renommierten Linzer Kreativagentur FORAFILM. Diese langjährige und erfolgreiche Partnerschaft wird somit nahtlos fortgesetzt. **Sinisa Vidovic**, kreatives Mastermind hinter der Kampagnenidee, hat gemeinsam mit seinem Kollegen **Dinko Draganovic** das Drehbuch verfasst und Regie geführt: „Für diese Kampagne wollten wir erneut etwas Neues schaffen und unsere kreativen Grenzen erweitern. Das kreative Narrativ 'eat the rich' zieht sich als roter Faden durch den Film, während wir gleichzeitig die Vielfalt und den Charme von Linz hervorheben. Es geht darum, dass außergewöhnliche Erfahrungen in Linz nicht nur unvergesslich, sondern auch reich an Bedeutung sind.“ Das erfahrene Duo zeichnet sich außerdem verantwortlich für die vorigen zwei Kampagnen „Linz ist Linz“ und „Planet Linz“. Die Zusammenarbeit reicht noch weiter zurück – verschiedene Projekte im Filmbereich wurden bereits seit 2017 gemeinsam realisiert.

Pressekontakt Linz Tourismus

Elisabeth Stephan, Marketing & Presse

0732/7070 2937

elisabeth.stephan@linztourismus.at