

Linz lockt Wagemutige: „Take a risk“ mit avantgardistischer Kampagne!

Linz präsentiert mit „Take a risk, visit Linz“ eine innovative Tourismuswerbung, um mutige Besucher anzuziehen und nachhaltigen Tourismus zu fördern.



Linz, Österreich - In Linz wird die Werbung für den Tourismus neu aufgemischt. Die Stadt setzt künftig auf das kraftvolle Motto „Take a risk, visit Linz“, das wagemutige Besucher anziehen soll. Produziert von Fora Ultra 4000, bietet die neue Kampagne auch eine Prise Selbstironie, eine ihrer zentralen Komponenten wird durch den Einsatz generativer KI sichtbar, die Teile des Films kreierte. **Die Presse** berichtet, dass diese unkonventionelle Strategie bereits auf den bisherigen Werbekampagnen der Stadt basiert, die oft für Aufsehen sorgten, wie die Slogans „Linz ist a bissi rassistisch“ und „alles andere als perfekt“. Obwohl solche Ansätze gemischte Reaktionen im Rathaus hervorriefen, hat Linz damit zahlreiche Werbepreise gewonnen.

Doch das ist nicht der einzige Schritt, den Linz macht. Wie auch **Kurier** berichtet, erfolgt gleichzeitig eine strategische Neuausrichtung im Tourismus. Linz wird als Ganzjahres-Destination mit kulturellem und gastronomischem Schwerpunkt positioniert. Die neue Strategie enthält ein schönes Farbkonzept und ansprechenden Markenauftritt, der die Besucher anlocken und gleichzeitig den Einheimischen zugutekommen soll. Bürgermeister Dietmar Prammer hebt dabei die Offenheit der Stadt hervor und spricht von einer stärkeren Bindung zur heimischen Wirtschaft.

Nachhaltigkeit als Schlüssel

Ein entscheidender Aspekt dieser neuen Kampagne ist die Fokussierung auf nachhaltigen Tourismus. Dabei wird auf umweltverträgliche, wirtschaftliche und sozial gerechte Konzepte gesetzt. Nachhaltigkeit im Tourismus, wie von **Comdirect** beschrieben, zielt darauf ab, die Natur so zu erleben, dass sie nicht geschädigt wird, und die Menschen vor Ort zu respektieren. Von der Förderung nachhaltiger Mobilität bis hin zur Reduktion des CO₂-Ausstoßes, Linz verfolgt klare Ziele.

Die Tourismus-Geschäftsführerin Marie-Louise Schnurpfeil erklärt, dass die frisch eröffnete Touristinfo im Alten Rathaus am Hauptplatz dazu beiträgt, Gästen alle Event- und Freizeitangebote näherzubringen. Der Anstieg der Nächtigungen in Linz seit 2009 um 40 Prozent zeigt bereits, dass das Interesse an der attraktiven Stadt wächst und das Konzept fruchtet.

Das neue Konzept orientiert sich an fünf Schwerpunkten: nachhaltige Entwicklung, Digitalisierung und Innovation, Erlebnis- und Aufenthaltsqualität, Netzwerk-Entwicklung sowie eine resiliente Destination, die flexibel auf globale Herausforderungen reagieren kann. Durch die Mischung von Kultur und Gastronomie sowie die Einbindung lokaler Anbieter und deren Produkte wird Linz zu einem Magneten für Touristen, die authentische Erlebnisse suchen.

Mit dieser aufmutigen Werbekampagne und dem klaren Fokus auf Nachhaltigkeit wird Linz nicht nur als interessanter Ort zwischen Wien und Salzburg positioniert, sondern schafft auch ein attraktives Angebot für alle, die ein wenig Risiko in ihrem Leben suchen. Bleibt zu hoffen, dass die Stadt weiterhin erfolgreich mitmutig bleibt und die neue Strategie auf fruchtbaren Boden fällt.

Details	
Ort	Linz, Österreich
Quellen	<ul style="list-style-type: none">• www.diepresse.com• kurier.at• magazin.comdirect.de

Besuchen Sie uns auf: aktuelle-nachrichten.at