








understanding why

IMMAS

LINZ 
TOURISMUS

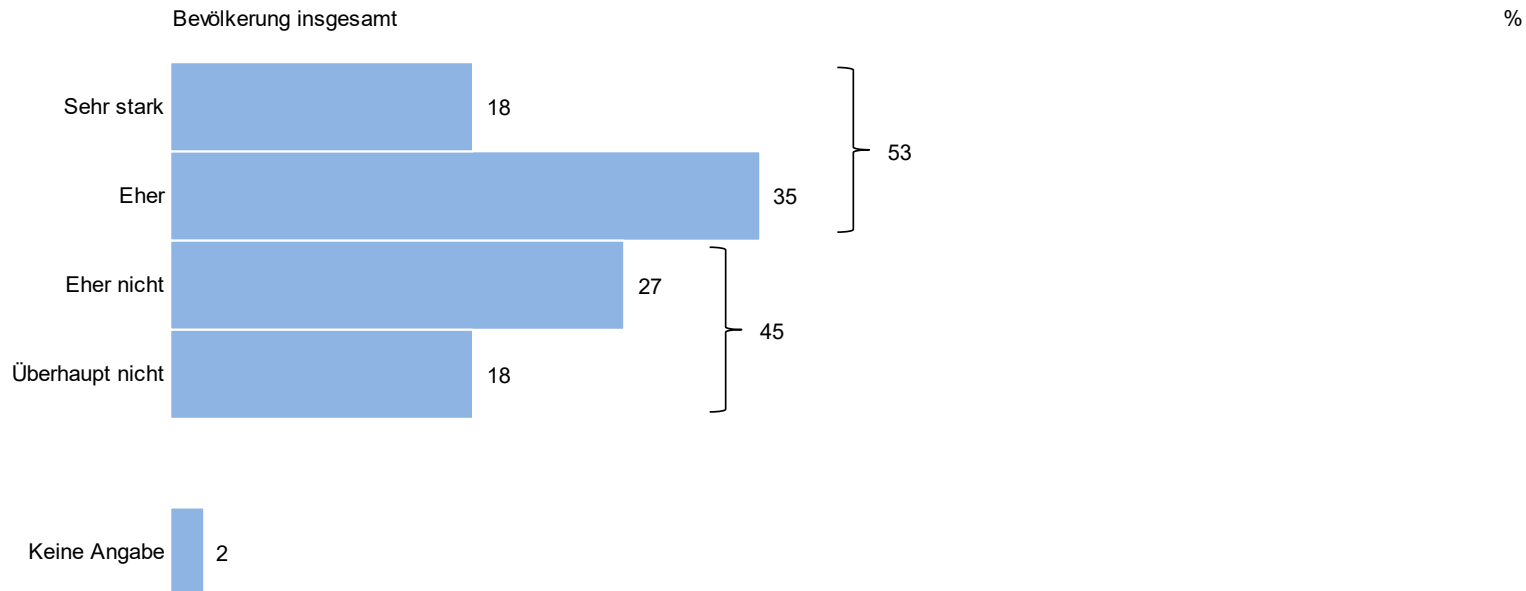
**DIE „LINZ IST LINZ KAMPAGNE“ IN DEN AUGEN DER ÖSTERREICHER
DIE ATTRAKTIVITÄT DER LANDESHAUPTSTADT OBERÖSTERREICHS**

Dezember 2021 / Jänner 2022

 Auftraggeber	 Tourismusverband Linz
 Forschungsziel	Ziel dieser empirischen Untersuchung war es, die Ansichten der Österreicher bezüglich der „Linz ist Linz Kampagne“ und des Eindrucks von Linz und weiteren Städten demoskopisch zu erheben.
 Methode	Persönliche Interviews (face-to-face), Mehr-Themen-Umfrage (MTU/Omnibus)
 Sample	n=1011 ; repräsentativ für die österreichische Bevölkerung ab 16 Jahren, Quotaauswahl, Quoten wurden auf Alter, Geschlecht und Region gesetzt Personenbezogene Ausdrücke umfassen alle Geschlechter gleichermaßen.
 Schwankungsbreite	Die maximale Schwankungsbreite für diese Gruppe beträgt +/- 3,1 Prozentpunkte bei einem Signifikanzniveau von 95,45 Prozent. Summen von Prozentwerten, die nicht genau 100% ergeben, resultieren aus Rundungsdifferenzen.
 Feldarbeit	Die Interviews wurden von 1. Dezember 2021 bis 3. Jänner 2022 erhoben.

Basis: Österreichische Bevölkerung ab 16 Jahren

Frage 2: "Wie sehr sind Sie an einem Städtetrip, Tagesausflug oder einem längeren Aufenthalt in einer österreichischen Landeshauptstadt interessiert? Würden Sie sagen sehr stark, eher, eher nicht oder überhaupt nicht?"



Spontane Bekanntheit österreichischer Städte

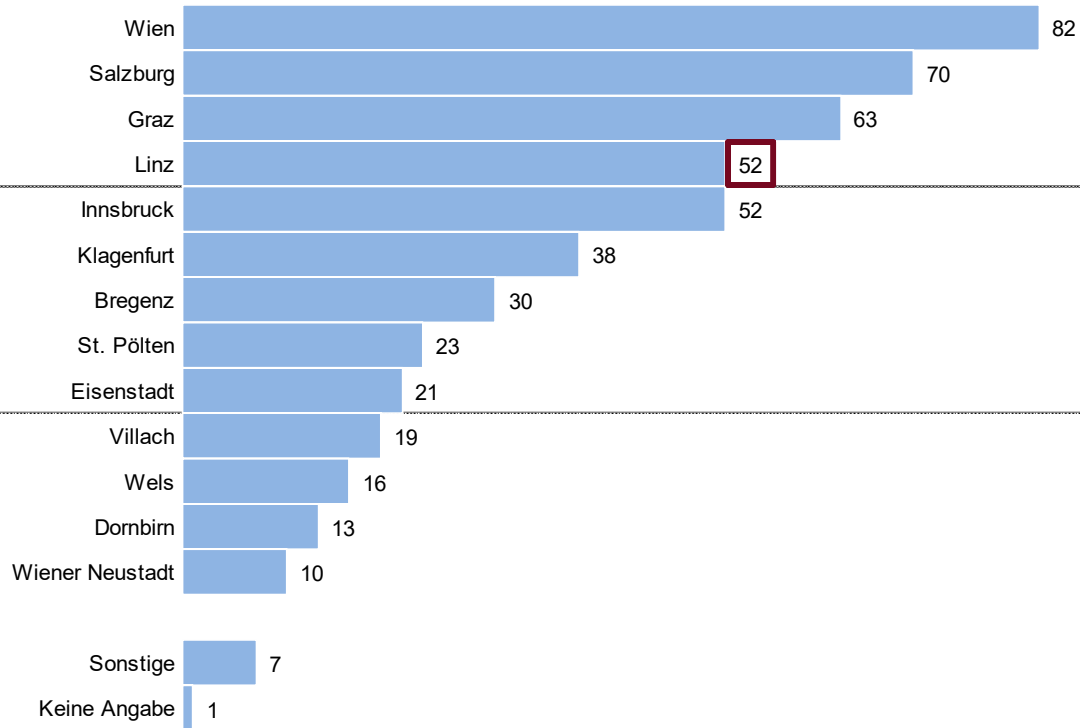
Jeder zweite Österreicher kann Linz spontan nennen!

Basis: Österreichische Bevölkerung ab 16 Jahren

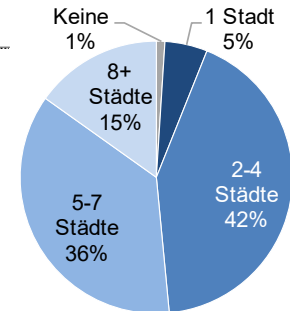
Frage 3: "Welche größeren österreichischen Städte fallen Ihnen spontan ein?"

Bevölkerung insgesamt

%



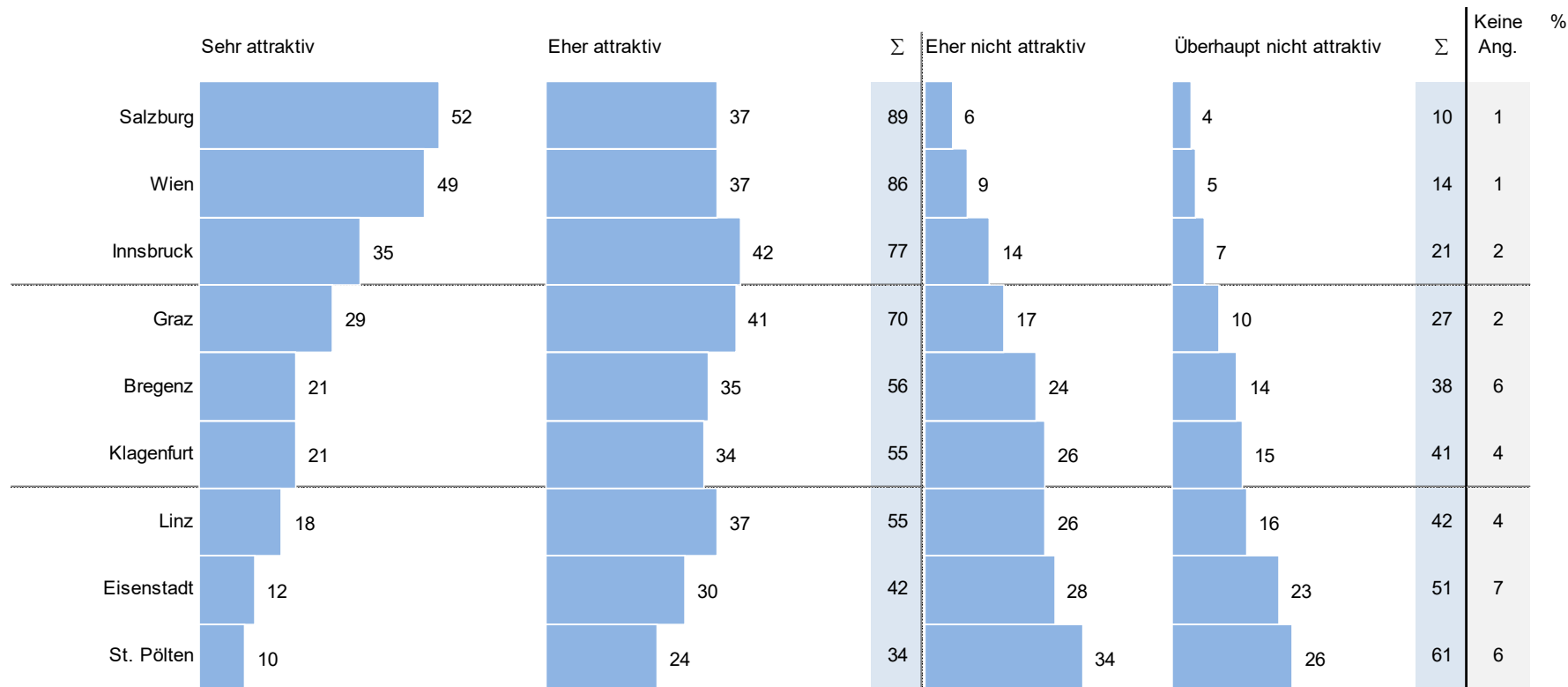
Alle Nennungen
Ø = 4,8



Attraktivität österreichischer Landeshauptstädte

Basis: Österreichische Bevölkerung ab 16 Jahren

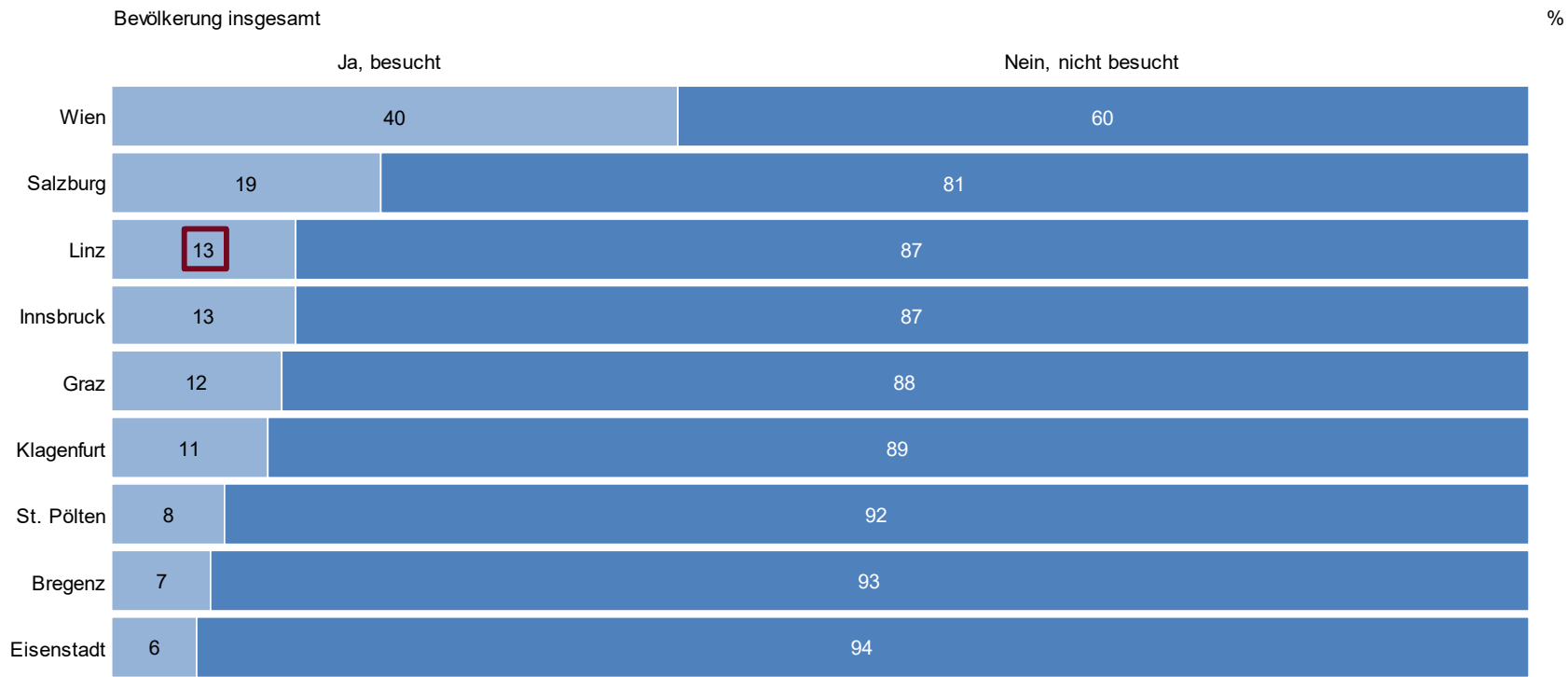
Frage 5: "Wie attraktiv sind Ihrer Meinung nach folgende Landeshauptstädte für einen Städtetrip, Tagesausflug oder einen längeren Aufenthalt? Würden Sie sagen sehr attraktiv, eher attraktiv, eher nicht oder überhaupt nicht attraktiv? Wenn Sie eine Stadt nicht kennen, sagen Sie bitte einfach 'unbekannt!'"



Besuch von österreichischen Landeshauptstädten in den letzten 3-4 Monaten

Basis: Kenner der jeweiligen Stadt

Frage 6: "Welche österreichischen Landeshauptstädte haben Sie in den letzten 3 bis 4 Monaten besucht?"



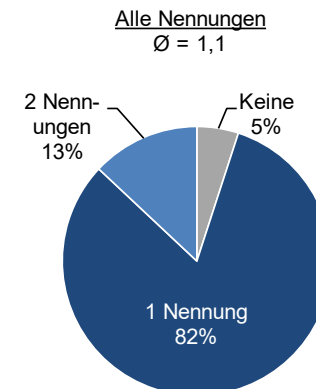
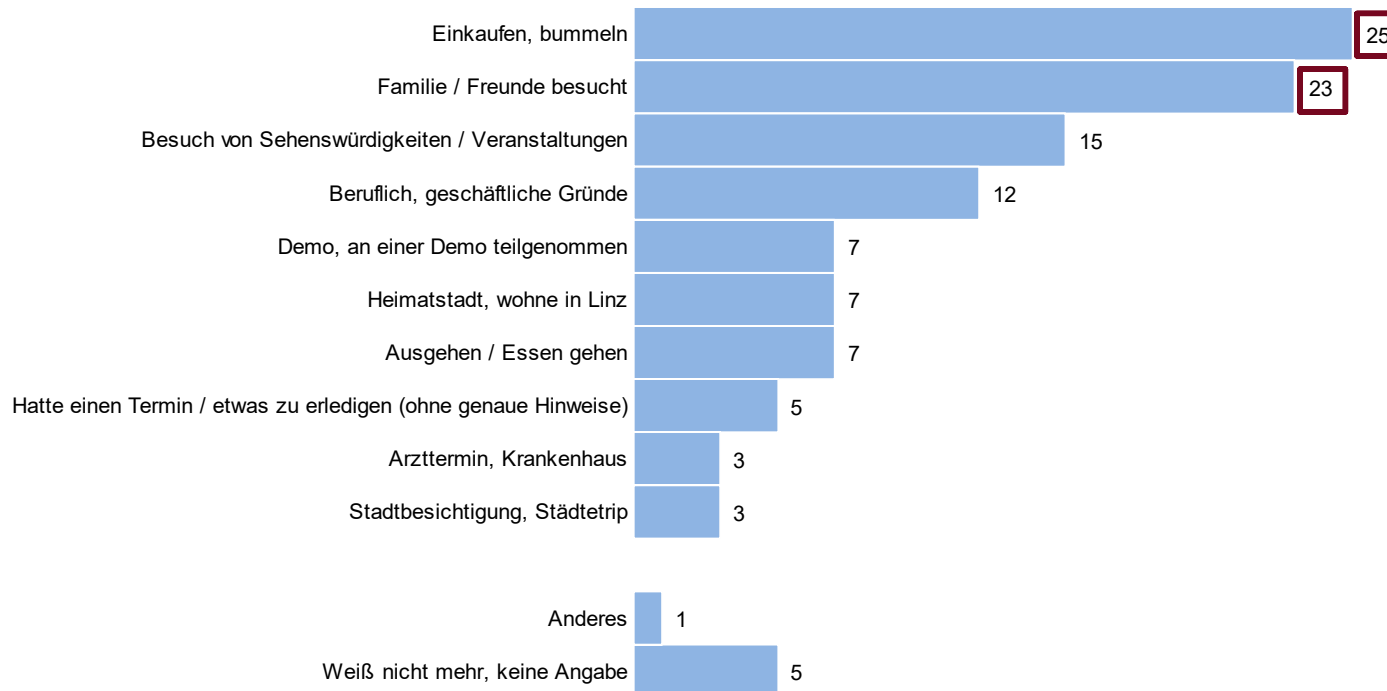
Gründe für den Linz-Besuch in den letzten 3-4 Monaten

Basis: Linz-Besucher (12%=100%)

Frage 7a: "Sie haben gerade angegeben, dass Sie in den letzten 3 bis 4 Monaten Linz besucht haben. Können Sie mir bitte in Stichworten sagen, warum Sie Linz besucht haben, was also der Auslöser für diesen Besuch war?" (offene Fragestellung)

Linz-Besucher (12%=100%)

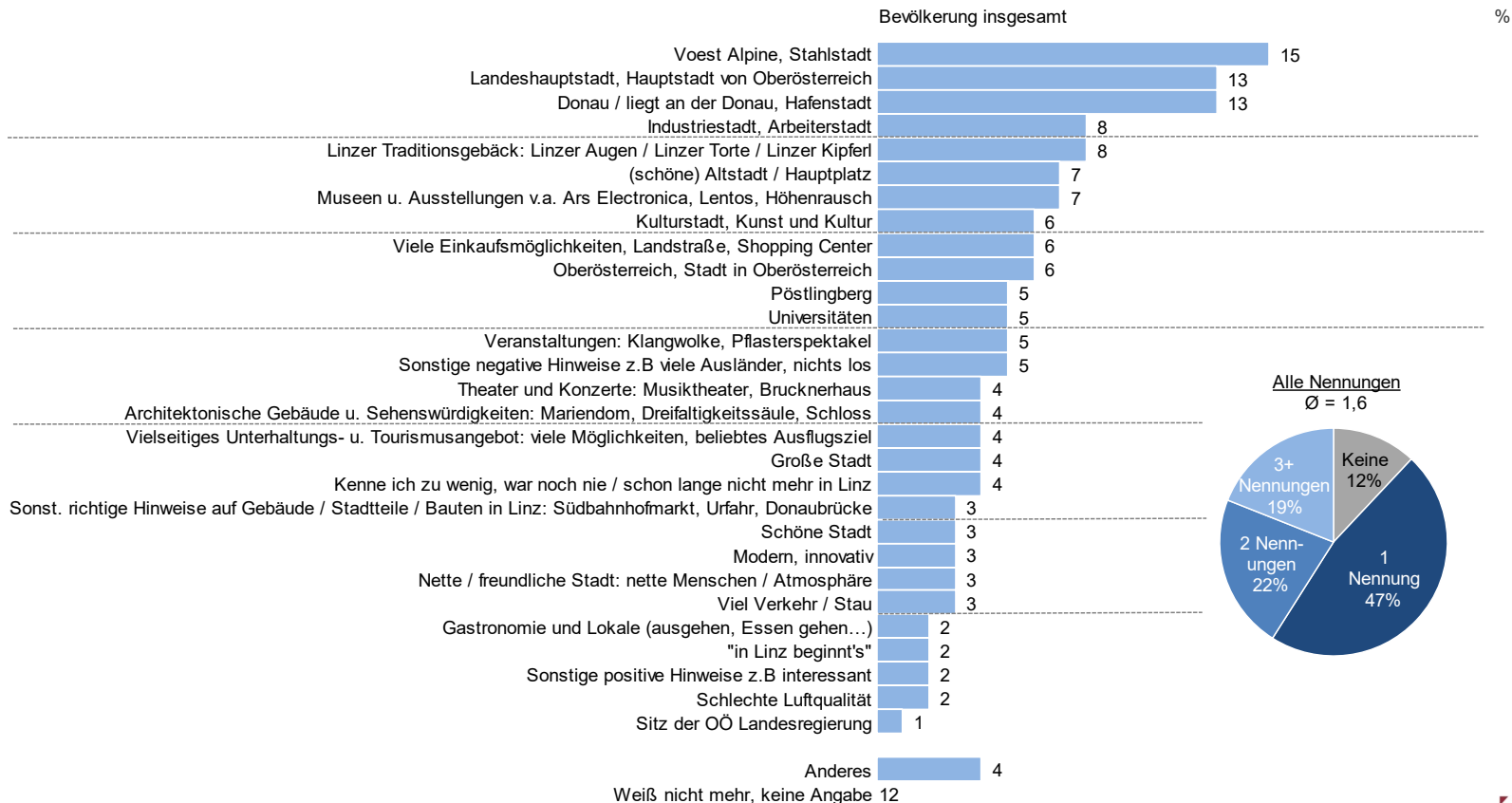
%



Spontane Assoziationen zur Stadt Linz

Basis: Österreichische Bevölkerung ab 16 Jahren

Frage 8: "Was fällt Ihnen spontan ein, wenn Sie an die Stadt Linz denken? Bitte nennen Sie mir dazu ein paar Stichworte!" (*offene Fragestellung*)

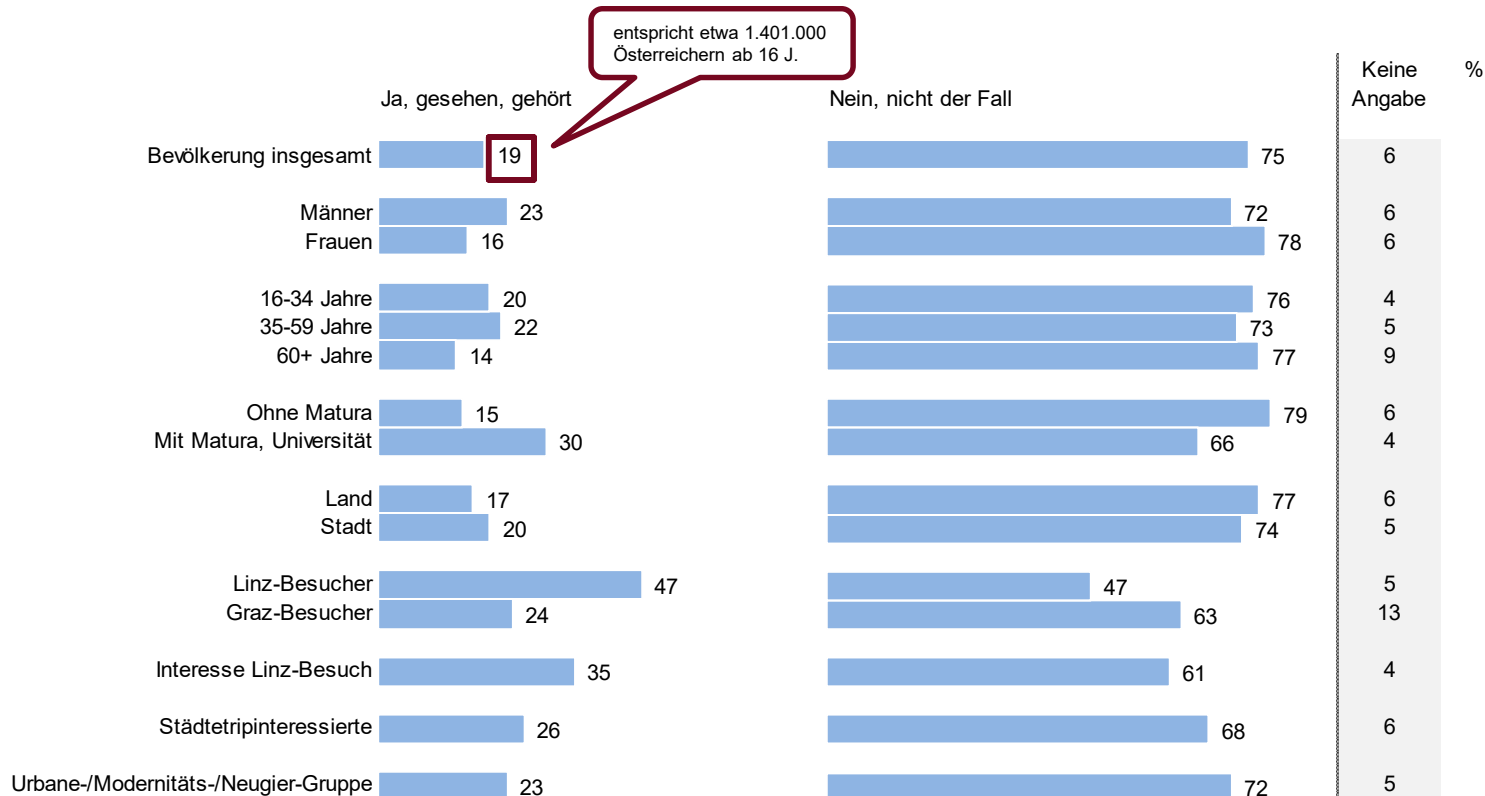
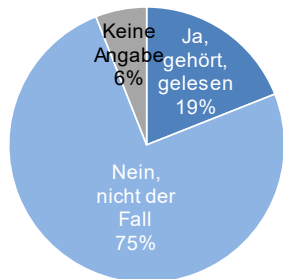


Bekanntheit der 'Linz ist Linz'-Kampagne

Jeder Fünfte hat von der 'Linz ist Linz' Kampagne gehört

Basis: Österreichische Bevölkerung ab 16 Jahren

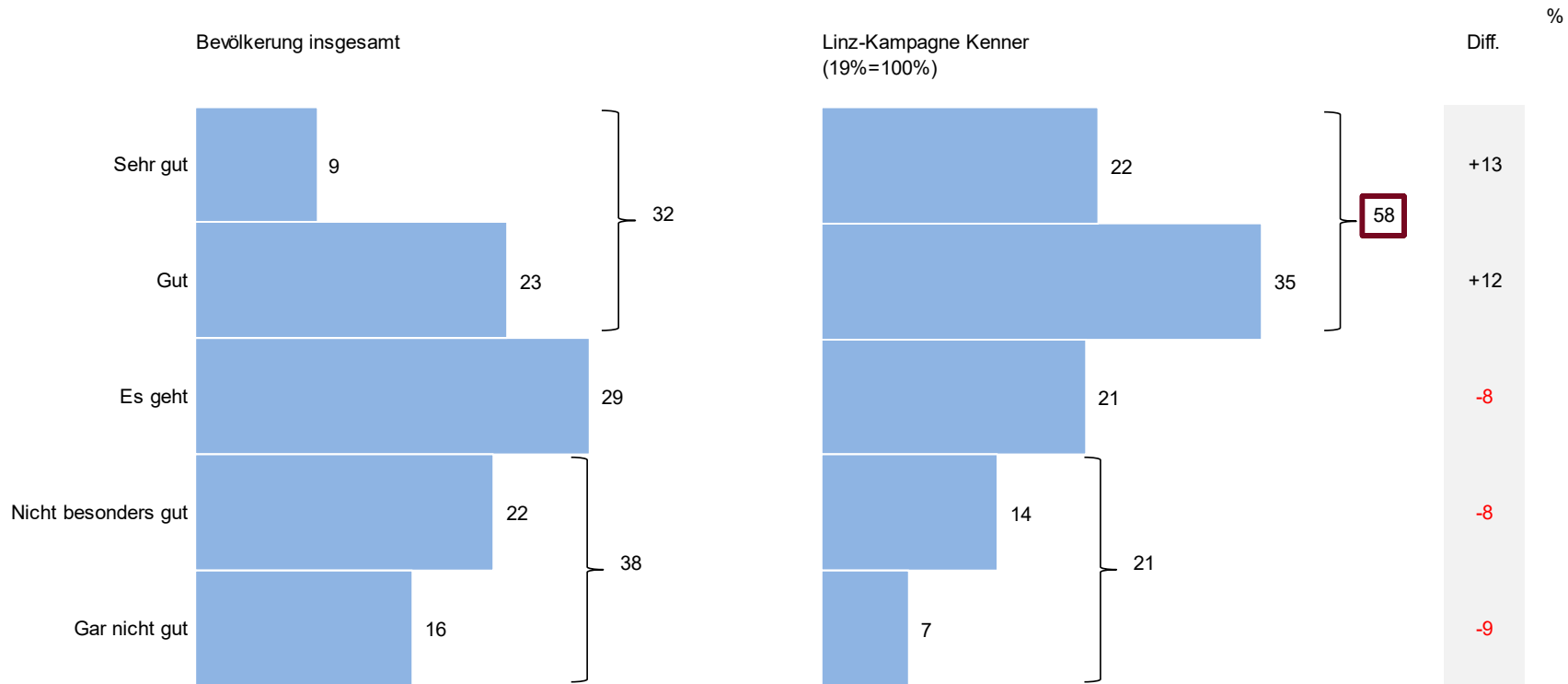
Frage 9: "Hier sehen Sie nun unterschiedliche Plakate und Szenenbilder des Videos der 'Linz ist Linz'-Kampagne. Haben Sie davon bisher schon etwas gesehen oder gehört, oder ist dies nicht der Fall?"



Gefallen der 'Linz ist Linz'-Kampagne

Basis: Österreichische Bevölkerung ab 16 Jahren / Kenner

Frage 10: "Wie gut hat Ihnen diese Werbung von Linz, diese 'Linz ist Linz'-Kampagne, gefallen? Würden Sie sagen –"



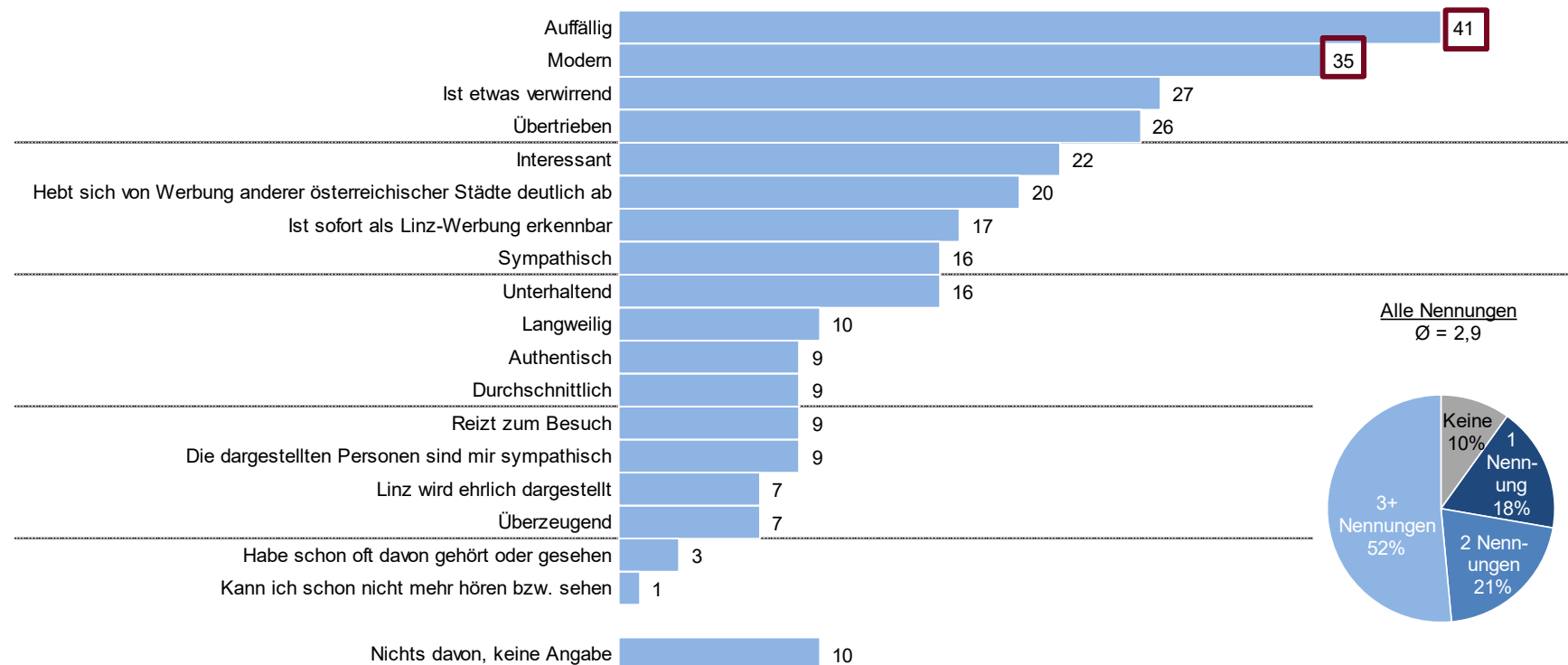
Detallierter Eindruck der 'Linz ist Linz'-Kampagne

Basis: Österreichische Bevölkerung ab 16 Jahren

Frage 11: "Was trifft Ihrem Eindruck nach auf die Werbung von 'Linz ist Linz' zu? Bitte klicken Sie die entsprechenden Eigenschaften einfach selbst an!"

Bevölkerung insgesamt

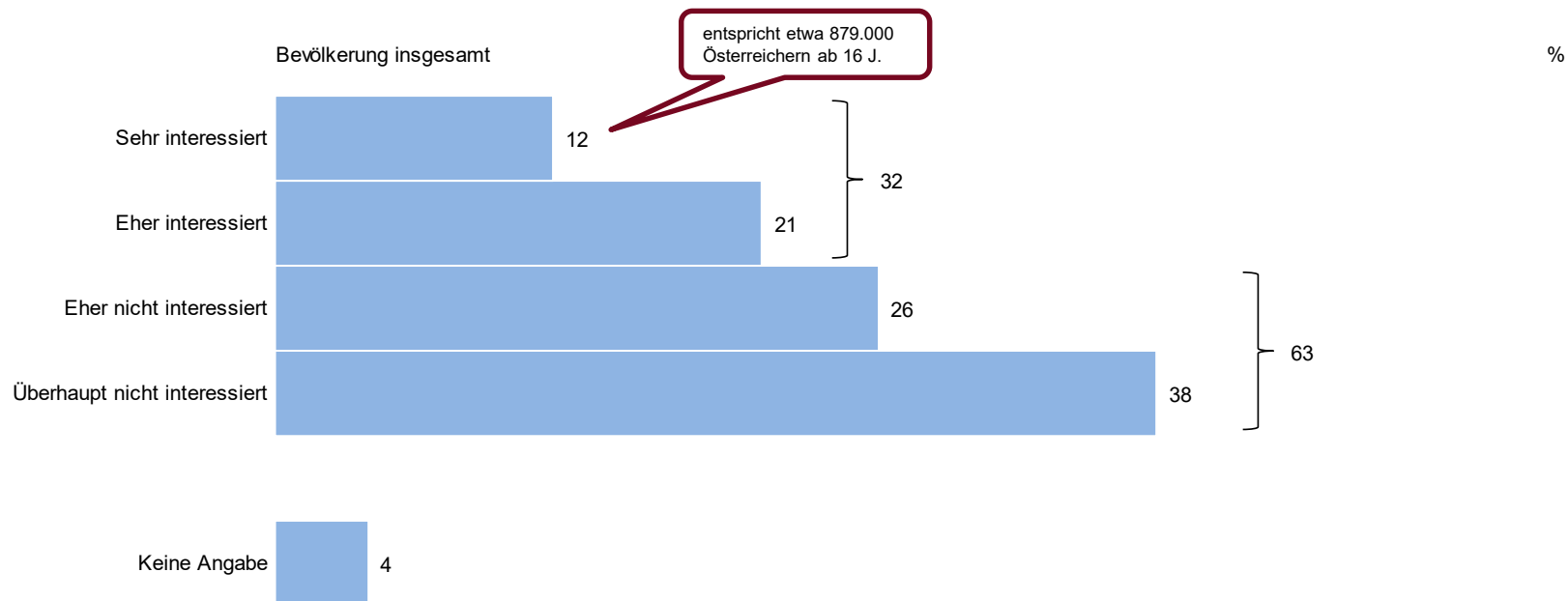
%



Interesse an einem Linz-Besuch in den nächsten 12 Monaten

Basis: Österreichische Bevölkerung ab 16 Jahren

Frage 12: "Wie sehr sind Sie daran interessiert, Linz in den kommenden 12 Monaten zu besuchen? Würden Sie sagen, Sie sind –"



Interesse an Städtetrips ist bei mehr als der Hälfte vorhanden – bei knapp einem Fünftel großes Interesse

- Rund jeder sechste Österreicher ab 16 Jahren äußert sehr starkes Interesse an einem Städtetrip. Etwa ein weiteres Drittel zeigt sich interessiert daran. Bei etwa jedem Sechsten ist überhaupt kein Interesse vorhanden.
- 16-34 Jährige, Personen mit höheren formellen Bildungsabschlüssen und Linz-Video-Kenner zeigen hier überdurchschnittlich großes Interesse. Auch jene, die in den letzten 3-4 Monaten Graz bzw. Linz besucht haben, sind häufiger interessiert an einem Städtetrip.

Wien, Salzburg und Graz sind die bekanntesten Städte Österreichs in der spontanen Abfrage

- Während Wien etwa 8 von 10 Österreicher ab 16 Jahren spontan angeben, wenn sie nach größeren österreichischen Städten gefragt werden, wird Salzburg von 7 von 10 Personen und Graz von rund 6 von 10 Personen zu Protokoll gegeben. Linz wird, gleichauf mit Innsbruck, von etwa der Hälfte der Österreicher spontan genannt. Neben Landeshauptstädten werden auch Villach, Wels, Dornbirn oder Wiener Neustadt von der österreichischen Bevölkerung spontan geäußert. Im Durchschnitt werden knapp 5 Städte spontan genannt.

Attraktivität der Städte in Österreich – Salzburg und Wien schneiden am besten ab

- Während Wien und Salzburg jeweils rund die Hälfte als sehr attraktiv für einen Städtetrip, Tagesausflug oder einen längeren Aufenthalt erachten, vergibt rund ein Drittel die Bestnote für Innsbruck oder Graz. Linz wird von etwa jedem Sechsten als sehr attraktiv eingestuft. St. Pölten liegt am letzten Platz, rund jeder Zehnte findet diese Landeshauptstadt sehr attraktiv für einen Städtetrip, Tagesausflug oder einen längeren Aufenthalt.

Besuch von österreichischen Landeshauptstädten: Wien klar auf Platz 1

- Rund zwei Fünftel der Personen, die Wien kennen, geben an, in den letzten 3-4 Monaten Wien besucht zu haben. Etwa jeder fünfte Salzburg-Kenner war in dieser Zeit in Salzburg. Innsbruck, Linz, Graz und Klagenfurt liegen auf einer Ebene und wurden jeweils von einem Achtel ihrer jeweiligen Kenner in den letzten 3-4 Monaten besucht.
- Als Grund für den angegebenen Linz Besuch werden vor allem das Einkaufen, bummeln, der Besuch von Freunden und Familie, aber auch der Besuch von Sehenswürdigkeiten und Veranstaltungen oder berufliche Gründe geäußert.

Spontane Assoziationen zu Linz

- Es werden unterschiedliche Dinge genannt, wenn die Österreicher an die Stadt Linz denken. Zu den am häufigsten genannten Aspekten zählen: voestalpine, Stahlstadt, Landeshauptstadt, Hauptstadt von Oberösterreich, Donau, Hafenstadt, Industriestadt bzw. Arbeiterstadt, Linzer Traditionsgebäck, Altstadt, Museen, Kulturstadt, Einkaufsmöglichkeiten, etc. Rund die Hälfte äußert einen Aspekt.

„Linz-ist Linz“-Kampagne wird von jedem Fünften gestützt gekannt

- Etwa jeder Fünfte gibt nach Vorlage von Plakaten und Szenenbildern der „Linz-ist Linz“-Kampagne an, bereits davon gehört oder gesehen zu haben. Drei Viertel verneinen dies.
- Personen mit höheren formellen Bildungsabschlüssen und Linz Besuchern und auch jenen, die Interesse an einem Linz-Besuch haben, ist diese Kampagne überdurchschnittlich häufig bekannt.

Gefallen der ‚Linz ist Linz‘-Kampagne: unter den Kennern deutlich positiv

- In der Bevölkerung schneidet die ‚Linz-ist Linz‘-Kampagne eher durchschnittlich ab (es überwiegt leicht der negative Eindruck), unter den Linz-Kampagne Kennern hingegen deutlich besser. Rund ein Fünftel der Kenner gefällt die Kampagne sehr gut, ein weiteres Drittel gut. Nur ein kleiner Teil dieser Gruppe der Kampagne Kenner gefällt diese gar nicht gut.

‚Linz ist Linz‘-Kampagne ist vor allem auffällig und modern

- Unter den 18 abgefragten Aspekten, finden die Österreicher am häufigsten, dass diese Kampagne *auffällig* und *modern* ist. Zudem werden auch negative Eigenschaften wie *ist etwas verwirrend* oder auch *übertrieben* von jeweils rund einem Viertel als zutreffend erachtet. Danach folgen weitere folgende fünf Aspekte, die von rund einem Sechstel bis zu einem Fünftel gewählt werden: interessant, hebt sich von Werbung anderer österreichischen Städte deutlich ab, ist sofort als Linz-Werbung erkennbar, ist sympathisch und unterhaltend. Die restlichen neun Aspekte, werden von maximal 10 Prozent der Österreicher als zutreffend erachtet.




Rund ein Drittel zeigt Interesse an einem Linz-Besuch in den kommenden 12 Monaten

- Rund jeder achte Österreicher ab 16 Jahren äußert sehr starkes Interesse an einem Linz-Besuch in den nächsten 12 Monaten. Etwa ein weiteres Fünftel zeigt sich als eher interessiert daran. Bei zwei Fünfteln ist überhaupt kein Interesse vorhanden.
- Linz-Video-Kenner und Städtetripinteressierte zeigen hier überdurchschnittlich großes Interesse. Auch jene, die in den letzten 3-4 Monaten Linz besucht haben, sind überdurchschnittlich stark interessiert an einem Linz-Besuch.



KONTAKT

IMAS International
Institut für Markt- und Sozialanalysen GmbH
Gruberstraße 2-6
A-4020 Linz

 +43 / 732 / 77 22 55 – 0
 office@imas.at
 www.imas.at