**Presseinformation**

28. Dezember 2007

# City Airport Train (CAT) wird immer beliebter

## Flughafen Schwechat wird bei der Fußball-EM zur Werbebühne

Die Eisenbahn findet große Akzeptanz bei den Fluggästen, die zum Flughafen Schwechat oder von dort zurück in die Stadt Wien fahren. 30 Prozent der Passagiere nutzen die Schiene als Transportweg, fast die Hälfte davon entfällt auf den City Airport Train (CAT).

Die Österreich Werbung startet ab Jänner 2008 eine neue Tourismuskampagne auf dem Flughafen Schwechat. So werden charakteristische Sujets mit Bildmotiven, die auch Lust auf Urlaub in Niederösterreich machen sollen, den Ankunft- und Abflugbereich des Flughafens neu gestalten. Die Printkampagne mit dem Titel „Das muss Österreich sein" versucht, den Passagieren auf dem Vienna International Airport die Werte u. a. des Urlaubslandes Niederösterreich zu vermitteln - mit Bildern von intakter Natur, gewachsener Kultur, Begegnung, Kulinarik und Regeneration.

Auch die Euro 2008 ist Thema auf den Plakaten, werden doch zu dem sportlichen Großereignis im kommenden Juni zehntausende Besucher aus dem Ausland am Flughafen Schwechat erwartet. Die Euro 2008 soll Niederösterreichs Tourismus und der nationalen Wirtschaft einen möglichst hohen Wertschöpfungszuwachs bringen. Mittel- bis langfristig will man eine dauerhafte Imageverbesserung sowie eine Steigerung des Bekanntheitsgrades im Ausland erreichen.

Nähere Informationen: http://www.cityairporttrain.com/, http://www.viennaairport.com/

Amt der Niederösterreichischen Landesregierung
Landesamtsdirektion – Pressedienst
www.noe.gv.at/presse
E-Mail: presse@noel.gv.at
E-Mail: presse@noel.gv.at