

# **Erster ÖW Tourismustag widmet sich dem Tourismusmarketing der Zukunft**

**Am 26. April fand in Schladming der erste Tourismustag der Österreich Werbung statt. Experten der ÖW gewährten ihren wichtigsten Partnern einen Tag lang Einblicke in ihre Arbeit und warfen gemeinsam mit der Branche einen Blick in die Zukunft.**

„Einblicke. Ausblicke. Weitblicke: Tourismusmarketing der Zukunft“ – unter diesem Motto stand der erste ÖW Tourismustag, der am 26. April in Schladming über die Bühne ging. Mehr als 150 Gäste folgten der Einladung der Österreich Werbung (ÖW), darunter die hundert wichtigsten Top-Partner der ÖW – von Hotel-Betrieben, Reiseveranstaltern und Incomern über Kultur-Anbieter, Seilbahnen bis hin zu den LTOs und Destinationen – sowie zahlreiche Branchenvertreter und –experten. Im Fokus des Branchenmeetings stand hoher Praxis-Wert, wie Dr. Petra Stolba, Geschäftsführerin der Österreich Werbung, in ihrer Begrüßung formulierte: „Zukunftsfähigkeit ist der rote Faden durch das heutige Programm. Welche Herausforderungen kommen im Tourismusmarketing auf uns zu – und was tut die Österreich Werbung, um sie dabei zu unterstützen.“

Der ÖW Tourismustag ist ein Ergebnis der letzten Tourismuskonferenz im April 2011 in Linz. Dort wurden im Aktionsplan, der von Wirtschafts- und Tourismusminister Dr. Reinhold Mitterlehner und den neun Tourismus-Landesräten verabschiedet wurde, zahlreiche Maßnahmen zur Kräftebündelung im Tourismusmarketing festgehalten. Neben der Optimierung der operativen Zusammenarbeit im Tourismusmarketing wurde auch ein jährliches Forum unter Federführung der ÖW beschlossen, um die längerfristige Ausrichtung der Marken- und Marktbearbeitung besser abzustimmen. Ziel dieses Forums ist laut Aktionsplan, in einem größeren Rahmen grundsätzliche Fragen des Tourismusmarketings sowie strategische Allianzen zu diskutieren, die über das Tagesgeschäft hinausgehen.

## **Wichtige Schritte zur Kräftebündelung im Tourismusmarketing**

Die ÖW ist dieser Aufgabe sehr gerne nachgekommen und sieht mit dem ÖW Tourismustag einen weiteren wichtigen Schritt bei der Kräftebündelung im Tourismusmarketing erfüllt. „In der operativen Zusammenarbeit wurden im vergangenen Jahr durch die Reform des Marketingbeirats und die Vertiefung innerhalb der Allianz der Zehn wichtige Schritte gesetzt. Hier hat ein Wandel von einer breiten Informationsplattform hin zu einer effizienten Arbeitsplattform zur Koordinierung des Tourismusmarketings stattgefunden“, so Stolba. Neben der Arbeit in der Allianz der Zehn entsteht derzeit durch die verschiedenen Formen der Zusammenarbeit mit der Praxis, wie z.B. dem Runden Tisch der Incomer oder bilateralen Plattformen, ein immer regerer Austausch mit der Branche, durch den viel direkter und genauer auf die Notwendigkeiten und Bedürfnisse eingegangen werden kann. Der ÖW Tourismustag ist für Stolba die ideale Gelegenheit, um mit jenen in einen Dialog zu treten, die gemeinsam mit der ÖW im Auslandmarketing aktiv sind. „Wir wollen unseren hundert wichtigsten Partnern exklusive Einblicke in unsere Kernbereiche Marke, Marketing und Märkte geben und gemeinsam mit ihnen einen Blick in die Zukunft werfen. Sie erfahren aus erster Hand, welche Veränderungen Tourismusmarketing ausgesetzt ist – und wie wir von der ÖW darauf antworten. Es geht aber auch um gemeinsame Diskussion, die direkte Beteiligung an der Weiterentwicklung unserer Arbeit. Und schließlich geht es auch ums Netzwerken und die Kontaktpflege“, erläutert Stolba die Zielsetzung des neuen Forums.

Eröffnet wurde der ÖW Tourismustag mit der Key Note des Vorstandsvorsitzenden der Daimler&Benz-Stiftung Prof. Dr. Eckard Minx zur Zukunftsorientierung im Tourismus. Wie wichtig die Einschätzung der Zukunft ist, bewies Prof. Minx anhand bisheriger Technologieentwicklungen, die zeigen, „dass Utopien vom Vormittag die Realität vom Nachmittag sind“. Um Zukunft zu erleben, muss Wandel möglich gemacht werden, so sein Credo. Im Anschluss ging ÖW-Geschäftsführerin Stolba darauf ein, wie die ÖW diesen

Herausforderungen nun begegnet und skizzierte gemeinsam mit den drei Bereichsleitern die Kernaufgaben der ÖW am Weg in die Zukunft. Am Nachmittag wurden diese – also die Markenführung, das Marketing auf den wichtigsten Märkten und die Aufgabe der ÖW als Netzwerkknoten - und die damit verbundenen wesentlichen Unterstützungsmöglichkeiten für die Branche in kleinen Gruppen vertiefend präsentiert und individuelle Schwerpunkte der Partner herausgearbeitet.

### **Neue Werbelinie ermöglicht stärkere Zusammenarbeit**

Im Rahmen des ÖW Tourismustags wurde auch erstmals die neue Werbelinie für „Urlaub in Österreich“ öffentlich präsentiert. Und auch diese leistet einen Beitrag zur stärkeren Zusammenarbeit der Tourismusorganisationen und damit zur Steigerung des Werbedrucks. Denn seitens der ÖW gab es zwei wesentliche inhaltliche Anforderungen an die neue Werbekampagne. Neben der Fokussierung auf den Kern der Marke ‚Urlaub in Österreich‘ sollte sie integrationsfähig für Partner sein. „Das heißt einerseits, Partner sollen den Absender „Österreich“ flexibel in ihre Werbebotschaften einbauen können. Dafür ist das neue Markenzeichen mit dem Zusatz „ankommen und aufleben“ bestens geeignet. Andererseits bildet die neue Werbelinie eine hervorragende Basis, um im Rahmen von Kampagnen gemeinsam mit touristischen Partnern aufzutreten. Das ist wichtig, denn so können Synergien in der Kommunikation und im Budgeteinsatz genutzt werden – und das wird zukünftig mehr denn je wettbewerbsentscheidend sein“, so Stolba zur neuen Werbelinie.

Am Abend des ÖW Tourismustags, für den seitens der Österreich Werbung übrigens eine Green Meeting Zertifizierung angestrebt wird, lud das Bundesministerium für Wirtschaft, Familie und Jugend zur Tourismuskonferenz 2012 mit anschließendem Get Together im Planet Planai.

#### **Bildhinweis:**

Erster ÖW Tourismustag – Publikumsansicht

Erster ÖW Tourismustag – Vortragende:

v.l.n.r.: Mag. Birgit Fenderl, Moderatorin, Dr. Eckard Minx, Vorstandsvorsitzender der Daimler&Benz-Stiftung, Dr. Petra Stolba, Geschäftsführerin der Österreich Werbung;

*Copyright: ÖW/Lendl*

#### **Rückfragehinweis:**

Mag. Ulrike Rauch-Keschmann

Österreich Werbung

Unternehmenskommunikation

Tel.: (01) 588 66-299

[ulrike.rauch-keschmann@austria.info](mailto:ulrike.rauch-keschmann@austria.info)

<http://newsroom.austriatourism.com>

[www.austriatourism.com](http://www.austriatourism.com)