

Mitterlehner: Mit "Marke Österreich" den Standort absichern

Utl.: "Nation Branding": Wirtschaftsminister will internationales Image Österreichs nachhaltig stärken sowie unverwechselbaren Außenauftritt schaffen - Ministerrat hat Auftrag dazu erteilt =

Wien (OTS/BMWFJ) - Auf Initiative von Wirtschaftsminister Reinhold Mitterlehner hat der Ministerrat am Dienstag den Umsetzungsplan für die neue "Marke Österreich" und die Entwicklung einer modernen "Nation Brand" beschlossen. "Ziel ist es, in einem strukturierten Prozess eine Vision und Markendefinition von Österreich zu erarbeiten, die nach außen und innen wirkt", erläutert Mitterlehner. "Angesichts der Globalisierung und des härter werdenden Standort-Wettbewerbs wollen wir das Image Österreichs nachhaltig stärken. Gleichzeitig geht es darum, einen möglichst einheitlichen und unverwechselbaren Außenauftritt zu gewährleisten. Nation Branding zahlt sich aus: Je positiver unser Außenbild ist, desto attraktiver sind wir für Investoren, Touristen, Geschäftsreisende und qualifizierte Zuwanderer. Dazu kommen Vorteile beim Vermarkten von Produkten, Dienstleistungen und Innovationen", so Mitterlehner weiter.

Das internationale Image Österreichs ist derzeit zwar gut, dennoch sind angesichts der steigenden internationalen Konkurrenz Weiterentwicklungen notwendig, wie Mitterlehner betont. Im "Roper-GfK Nation Brand Index 2011", an dessen Erhebung Österreich als Vorarbeit und Positionsbestimmung für das "Nation Branding" erstmals teilgenommen hat und der die Wahrnehmung von 50 Ländern durch rund 20.000 Befragte gemessen hat, nimmt Österreich den guten 13. Rang ein, liegt jedoch hinter Ländern wie Deutschland (2. Platz), Schweiz (9.) und Schweden (10.). Dazu kommt die zunehmende Professionalisierung des "Nation Branding", das immer mehr Länder für sich entdecken und umsetzen.

Zwtl: Europaweite Ausschreibung für Projektbetreuung

Nächster Schritt in Richtung einer neuen "Marke Österreich" ist die europaweite Ausschreibung für die Projektbetreuung, die über die Bundesbeschaffungsagentur erfolgen wird. Nach erfolgter Vergabe wird der Markenkern Österreichs und dessen Stärken definiert, wofür unter Federführung des Wirtschaftsministeriums die Bevölkerung sowie alle

relevanten österreichischen Stakeholder einbezogen werden. Dazu gehören unter anderem alle Ressorts der Bundesregierung, Vertreter von Wirtschaft, Industrie, Tourismus und Kultur sowie die Ansiedlungsagentur ABA-Invest in Austria. Die Ergebnisse dieses Prozesses sollen im 1. Quartal 2013 vorgestellt werden. Vergleichbare Prozesse in anderen Ländern wie zum Beispiel Finnland, Schweiz und Liechtenstein haben zwischen zwei und drei Jahren in Anspruch genommen.

Rückfragehinweis:

~

Bundesministerium für Wirtschaft, Familie und Jugend
Pressesprecher des Bundesministers:

Mag. Waltraud Kaserer

Tel.: +43 (01) 71100-5108 / Mobil: +43 664 813 18 34

mailto:waltraud.kaserer@bmwfj.gv.at

www.bmwfj.gv.at

Mag. Volker Hollenstein

Tel.: +43 (01) 71100-5193 / Mobil: +43 664 501 31 58

volker.hollenstein@bmwfj.gv.at

~

Digitale Pressemappe: <http://www.ots.at/pressemappe/48/aom>

*** OTS-ORIGINALTEXT PRESSEAUSSENDUNG UNTER AUSSCHLISSLICHER
INHALTLICHER VERANTWORTUNG DES AUSENDERS - WWW.OTS.AT ***

OTS0097 2011-10-25/11:28

251128 Okt 11

Link zur Aussendung:

http://www.ots.at/presseaussendung/OTS_20111025_OTS0097