

"ankommen und aufleben" bei der actb 2012

Dr. Petra Stolba, Geschäftsführerin der Österreich Werbung; KR Johann Schenner, Obmann der Bundessparte Tourismus und Freizeitwirtschaft, WKÖ

Credit: ÖW
Fotograf: Christandl

Utl.: Die größte heimische Tourismusfachmesse präsentiert vom 22. bis 24. Jänner in der Messe Wien das touristische Angebot Österreichs und der zentraleuropäischen Partnerländer. =

Wien (TP/OTS) - Die austrian and central european travel business (actb) 2012 hat heute offiziell ihre Tore geöffnet: bis morgen präsentieren 422 Unternehmen aus Österreich, Slowenien, Ungarn, der Slowakei, der Tschechischen Republik und dem Donauraum den rund 800 Einkäufern und internationalen Medienvertretern aus insgesamt 48 Nationen ihr touristisches Angebot. "Wesentliche Aufgabe der Österreich Werbung ist es, das österreichische touristische Angebot und die Marktnachfrage zusammenzubringen und so unsere Partner beim Verkauf ihrer Produkte bestmöglich zu unterstützen. Mit der heurigen actb haben wir einmal mehr die besten Voraussetzungen für eine erfolgreiche Messe geschaffen", erklärte Dr. Petra Stolba, Geschäftsführerin der Österreich Werbung (ÖW), bei der heutigen Eröffnungs-Pressekonferenz vor nationalen und internationalen Medienvertretern.

Der Tourismus hat sich in den vergangenen Jahren als krisenresistente Wachstumsbranche präsentiert. Und auch wenn die Auswirkungen einer weiteren Wirtschafts- bzw. Finanzkrise oder möglichen Abschwächung der Konjunktur in Europa nicht vorhersehbar sind, zeigt sich die Branche optimistisch. Bis 2030 sollte sich, so die jüngste UNWTO-Prognose, die Zahl der internationalen Ankünfte auf 1,8 Mrd. erhöhen, was beinahe einer Verdoppelung der Ankünfte gegenüber 2010 entspricht. Auch Österreich wird von dieser Entwicklung profitieren. "Österreich ist gut aufgestellt, um sich im

internationalen Wettbewerb zu behaupten", so Stolba.

Rückenwind bekommt dieser Optimismus aus den positiven Ergebnissen des vergangenen Tourismusjahres. "Von Jänner bis November 2011 konnte mit knapp 32 Mio. Ankünften ein Plus von 3,6% erzielt werden. Bei den Nächtigungen konnte mit rund 117 Mio. Übernachtungen, eine Steigerung zum Vorjahr mit 1,2% verzeichnet werden.", erklärte Hans Schenner, Obmann der Bundessparte Tourismus und Freizeitwirtschaft in der Wirtschaftskammer Österreich (WKÖ). Schenner geht davon aus, dass das Tourismusjahr 2011 mit rd. 125 Mio. Nächtigungen ein hervorragendes Ergebnis bringen wird. Zufrieden zeigt sich Schenner als Sprecher von 90.000 Betrieben der Tourismus- und Freizeitwirtschaft mit der Arbeit der Österreich Werbung: "Die Österreich Werbung liefert mit der actb die Plattform, damit das betriebliche Angebot, die Vertriebspartner und die Tourismuswerbung perfekt zusammen spielen können." Für 2012 ist Hans Schenner ebenfalls optimistisch: "Wirtschaftsminister Reinhold Mitterlehner hat gerade wichtige Impulse für die Wettbewerbsfähigkeit unseres Tourismusstandortes initiiert. So wurden u.a. die Mittel für Kredite an die heimische Hotellerie aufgestockt sowie mit einer Sonderförderung für den Ausbau des Angebots an Familien ein thematischer Schwerpunkt für 2012 gesetzt."

Generalthema 2012 "ankommen und aufleben"

Neben den Angeboten der zentraleuropäischen Partner präsentiert sich natürlich auch das österreichische Urlaubsangebot auf der actb. Das Generalthema 2012 ist gleichzeitig ein zentrales Versprechen der Marke "Urlaub in Österreich", nämlich "ankommen und aufleben". "Mit diesem Urlaubsversprechen entspricht Österreichs Tourismus auch dem permanenten Wertewandel unserer Gesellschaft. Ausgehend von der Akzeptanz- und Pflichtkultur der Nachkriegszeit geht es heute um Selbstverwirklichung und Sinn. Auf diese geänderten Wertehaltungen muss der Tourismus Antworten haben, um Gäste gewinnen und begeistern zu können", so Stolba. Die ÖW tut dies unter anderem auch mit dem Kulturschwerpunkt 2012, der unter dem Motto "Leidenschaft für Tradition" 39 bis heute lebendige und einzigartige Traditionen Österreichs in die Auslage stellt und in die weltweite Kommunikation integriert. Denn überlieferte Traditionen sind nicht nur für Österreich selbst von großem Wert, sondern auch touristisch: Gäste sind fasziniert und begeistert von altem Handwerk, Bräuchen und Alltagskultur.

Formate der Zukunft

Bei der actb 2012 handelt es sich nach einer jahrzehntelangen Erfolgsgeschichte um die letzte Messe in gewohnter Form. Denn der Verkauf und Vertrieb touristischer Produkte hat sich in den vergangenen Jahren grundlegend geändert.

Das neue Gesamtkonzept für den Absatz touristischer Produkte, an dem in den letzten Monaten auch gemeinsam mit den neun Landestourismusorganisationen innerhalb der "Allianz der 10" intensiv gearbeitet wurde, beruht auf drei Säulen und sieht auch in Zukunft eine jährliche Großveranstaltung in Österreich vor.

In einem Jahr steht dabei für internationale Meinungsbildner das persönliche Erleben des Urlaubslandes Österreich im Vordergrund: bei der atb_experience treffen ab 2013 alle zwei Jahre internationale CEOs, Produktentwickler und Multiplikatoren aus den wichtigsten touristischen Herkunftsmärkten auf die "besten Köpfe" des österreichischen Tourismus. In geraden Jahren, beginnend ab 2014, liegt bei der atb_sales der erklärte Fokus auf dem Verkauf. Die bisherige actb wird dabei zum exklusiven Handelsplatz weiterentwickelt, der ausschließlich auf das österreichische Angebot fokussiert. "Im permanent stärker werdenden Wettbewerb wird die Konzentration auf die eigenen Stärken immer wichtiger. Diesem Trend kann sich Österreich genauso wenig entziehen wie unsere zentral- und osteuropäischen Partner der actb", erläuterte Stolba.

Neben den beiden Veranstaltungen im Inland gibt es das ganze Jahr über, in geraden wie in ungeraden Jahren, verschiedenste Verkaufsförderungsplattformen im Ausland. "Wir sind überzeugt, mit diesen drei Säulen - atb_sales und atb_experience im Inland sowie den Verkaufsförderungsplattformen im Ausland - unsere österreichischen Partner beim Verkauf ihrer touristischen Produkte bestmöglich zu unterstützen. Angesichts der rasanten Entwicklung heißt es aber, ständig am Ball bleiben, um im internationalen Wettbewerb auch weiterhin die Nase vorn zu haben", so Stolba abschließend.

Weitere Informationen zur actb sowie Fotos zum Download sind unter <http://www.actb.eu> zu finden.

Bild(er) zu dieser Aussendung finden Sie im AOM / Originalbild-Service sowie im OTS-Bildarchiv unter <http://bild.ots.at>

Rückfragehinweis:

~

Mag. Ulrike Rauch-Keschmann
Leiterin Unternehmenskommunikation
Österreich Werbung
Tel.: +43 (0)1 588 66-299
ulrike.rauch-keschmann@austria.info
<http://www.austriatourism.com>

~

Digitale Pressemappe: <http://www.ots.at/pressemappe/161/aom>

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

OTS0159 2012-01-23/13:03

231303 Jän 12

Link zur Aussendung:

http://www.ots.at/presseaussendung/OTS_20120123_OTS0159