

Österreich Werbung und 9 Landestourismusorganisationen bei Internationalisierung im Gleichschritt



Christian Schützinger, Petra Stolba

Credit: Österreich Werbung

Fotograf: Christandl

Utl.: Gemeinsame strategische Ziele beschlossen =

Wien/Bregenz (TP/OTS) - Vor kurzem haben die neun Landestourismusorganisationen (LTOs) und die Österreich Werbung (ÖW) gemeinsam konkrete Ziele zur Internationalisierung des österreichischen Tourismus beschlossen: Die langfristige Wettbewerbsfähigkeit des Urlaubslandes Österreich gegenüber ausländischen Destinationen wird als oberste Prämisse der strategischen Allianz formuliert. 3,3 Prozent reales Umsatzwachstum pro Jahr ist möglich bei abgestimmter Marktbearbeitung und entsprechenden Produkten - auf internationale Ankünfte umgerechnet bedeutet dies eine Steigerung von 1,8% pro Jahr.

Laut der kürzlich vom BMWA veröffentlichten Studie des WIFO, Prof. Smeral, konnte das Tourismusland Österreich in den letzten Jahren keine Marktanteile dazugewinnen. Angesichts des zunehmenden Wettbewerbs mit immer neuen Destinationen erfordert Halten und Ausbauen von Marktanteilen im österreichischen Tourismus eine abgestimmte Vorgangsweise. Daher haben die neun Landestourismusorganisationen und die Österreich Werbung gemeinsam ein ehrgeiziges Ziel formuliert: "Wir wollen schneller wachsen als Europa!" erklären Dr. Petra Stolba, Geschäftsführerin der Österreich Werbung und Mag. Christian Schützinger, Tourismusdirektor von Vorarlberg und derzeitiger Sprecher der neun LTOs, anlässlich der Sitzung der "Allianz der Zehn".

Entscheidend für die zukünftige Wettbewerbsfähigkeit ist dabei

eine bewusst vorangetriebene Internationalisierung, welche die unterschiedliche Entwicklung auf den Märkten berücksichtigt. Ab 2009 soll ein jährliches Wachstum von 3,3 Prozent an realen Umsätzen erzielt werden. Dies basiert umgerechnet auf einem jährlichen Wachstum von 1,8% bei den internationalen Ankünften. Für die Nüchtigungen bedeutet dies ein Plus von etwa 1 Prozent pro Jahr.

Das Umsatzziel, gemessen an den Ankünften, kann nur mit einer strategisch abgestimmten Marktbearbeitung erreicht werden, welche bis zum Sommer 2008 gemeinsam zwischen den 9 LTOs und der ÖW festgelegt wird. Außerdem sind entsprechende Angebote und Produkte für die Internationalisierung nötig - hier gilt es, gemeinsam mit weiteren Partnern entsprechende Impulse an die Betriebe und Destinationen zu setzen.

"Unseren Betrieben und Partnern gegenüber sind wir verpflichtet, auch für das Geschäft von morgen und übermorgen zu sorgen. Daher ist ein gemeinsames Ziel und die damit verbundene abgestimmte Marktbearbeitung uns allen das größte Anliegen", sagte Dr. Petra Stolba.

"Begonnen haben wir diese intensive Zusammenarbeit mit einer Analyse des Status Quo der neun Landestourismusorganisationen. Jetzt konzentrieren wir uns auf das gemeinsame Ziel und freuen uns über die kollegiale konstruktive Atmosphäre, in der unsere Gespräche stattfinden", meint Mag. Christian Schützing. Gemeinsamer Tenor aller Teilnehmer: "Mit Bündelung der Mittel und Einigkeit über die Rollenverteilung werden wir das Beste für Österreichs Tourismus herausholen."

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

Rückfragehinweis:

Vorarlberg Tourismus
Öffentlichkeitsarbeit
Mag. Christina Fußenegger
Tel.: +43 (0)5574 42525-26
<mailto:christina.fussenegger@vorarlberg.travel>

Österreich Werbung
Unternehmenssprecherin Mag. Eleonore Gudmundsson
Tel.: +43 (0)1 58866-299
<mailto:eleonore.gudmundsson@austria.info>

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

TPT0002 2007-11-07/09:55

070955 Nov 07

Link zur Aussendung:

http://www.tourismuspresse.at/presseaussendung/TPT_20071107_TPT0002