

## ÖW: Heimat als Chance - ein Blick in die Zukunft



v.l.n.r.: Moderator Günter Kaindlstorfer, Dr. Sophie Karmasin (Karmasin Motivforschung), ÖW-Geschäftsführerin Dr. Petra Stolba und Armin Thurnher, Chefredakteur "Falter"

Credit: Österreich Werbung  
Fotograf: Österreich Werbung

Wien/Linz (TP/OTS) - 180 Teilnehmer aus Tourismus, Wirtschaft und Wissenschaft diskutieren beim Markensymposium der Österreich Werbung in Linz über "SEHNSUCHT HEIMAT. Wie traditionelle Werte dem Tourismus neue Erfolge bringen."

"Für jedes Unternehmen ist es essentiell, seine Marke zu pflegen und in regelmäßigen Abständen neu zu überdenken und weiterzuentwickeln. Das gilt natürlich auch für die Österreich Werbung. Nicht als Selbstzweck, sondern weil ein tieferes Verständnis für die Marke Urlaub in Österreich ein erfolgsentscheidender Faktor ist", erklärt Petra Stolba, Geschäftsführerin der Österreich Werbung (ÖW), anlässlich des heute in Linz stattfindenden Markensymposiums. 180 Vertreter der Tourismusbranche, der Medien und interessierte Zeitgenossen sind der Einladung der ÖW in das Lentos Kunstmuseum in Linz gefolgt, um das Thema "SEHNSUCHT HEIMAT. Wie traditionelle Werte dem Tourismus neue Erfolge bringen" näher zu beleuchten.

"Neben dem weltweiten Marketing ist die Markenführung eine zentrale Aufgabe der Österreich Werbung. Dabei geht es um die Frage: Was macht den Urlaub in Österreich so einzigartig? Wie müssen unsere Angebote - typisch österreichisch - gestaltet sein, um international bestehen zu können?", so Stolba. Als Partner der heimischen Tourismusbetriebe und Impulsgeber für die Branche beschäftigt sich die Österreich Werbung seit vielen Monaten intensiv mit der Frage, wie sich "Heimat" in der Marke "Urlaub in Österreich" wieder findet und praktisch nutzen lässt. Dazu wurden zunächst die österreichischen Wurzeln und Besonderheiten kritisch analysiert und auf ihr Potenzial für den Einsatz im Tourismusmarketing überprüft. Auf Basis dieser

Recherchen erarbeiteten anerkannte Spezialistinnen und Spezialisten aus den Bereichen der Soziologie, Psychologie, Zeitgeschichte und Philosophie Expertisen zum Thema "Heimat" aus der Sicht ihres jeweiligen Fachgebiets.

Die komplexen Erkenntnisse wurden dann auf zwei mögliche Denkgänge und Handlungsräume verdichtet. Beide verfügen über ein hohes Differenzierungspotenzial gegenüber den Mitbewerberländern und bedeuten für die Zukunft des österreichischen Tourismus eine große Chance: einmal geht es um die "Heimat" als Reise ins eigene Ich bzw. um Heimat als den idealen Ort, wieder zu sich selbst zu finden - andererseits spiegelt der Begriff Heimat die Sehnsucht nach einem ursprünglichen Leben wider, etwa in Form von interessanten Begegnungen, einer intakten Natur oder Authentizität und Wahrhaftigkeit im Sein.

Dieses Wissen auch an die Branche weiterzugeben ist neben der Markenführung und dem Marketing die dritte Kernaufgabe der Österreich Werbung. "Die Differenzierung unserer Angebote wird in Zukunft über Erfolg und Misserfolg entscheiden. Mit dem Markensymposium - als eine von vielen Plattformen, die wir als Österreich Werbung anbieten - bieten wir Impulse von anerkannten Experten und schaffen Freiräume im Kopf und zur Diskussion, aus der jeder Einzelne für sich selbst Antworten mitnehmen kann. Das Wissen um die eigenen Stärken ist Voraussetzung für einmalige Angebote, mit denen wir die langfristige Wettbewerbsfähigkeit Österreichs sicherstellen", so Stolba.

Das Markensymposium der Österreich Werbung fand am 13. Oktober ab 10.00 Uhr im Lentos Kunstmuseum statt. Nach dem Impulsreferat von Armin Thurnher "Betrachtungen eines verqueren Patrioten" kamen die Meinungsforscherin Dr. Sophie Karmasin, die Soziologin Prof. Dr. Felizitas Romeis-Stracke, Alex Youel vom National Trust und Mag. Ariane Tockner, Bereichsleiterin Brand Management der Österreich Werbung, zu Wort. Am Nachmittag trifft Theorie auf Praxis: Willi Bründlmayer, Winzer aus Langenlois, Dr. Robert Trasser, Markenberater, und Dietmar Nussbaumer, Geschäftsführer des Hotel Krone in Hittisau diskutieren, ob die Vermarktung von Heimat überhaupt erfolgreich sein kann. Mit neu interpretierter Volksmusik von der Gruppe "Aufstrich" und einer Führung durch die aktuelle Ausstellung des Lentos "See this Sound, Versprechungen von Bild und Ton" geht das Markensymposium 2009 zu Ende.

Alle Informationen zum Markensymposium, Bilder der Veranstaltung

sowie die Abstracts der Referenten finden Sie unter  
<http://www.austriatourism.com/Markensymposium>

Bild(er) zu dieser Aussendung finden Sie im AOM/Original Bild  
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  
<mailto:ulrike.rauch-keschmann@austria.info>  
<http://www.austriatourism.com>

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

TPT0005 2009-10-13/14:25

131425 Okt 09

Link zur Aussendung:

[http://www.tourismuspresse.at/presseaussendung/TPT\\_20091013\\_TPT0005](http://www.tourismuspresse.at/presseaussendung/TPT_20091013_TPT0005)