

"theALPS" mit positiver Abschlussbilanz

Innsbruck (TP/OTS) - Ein hochkarätiges politisches Gipfeltreffen, ein spannendes Symposium mit weit über 300 Teilnehmern, eine stimmunsvolle ALPS-Night, ein "abenteuerlicher" Ausflug in die Ötztaler Erlebniswelt AREA 47 und vor allem viel positive Resonanz bei den alpinen Touristikern wie auch bei den internationalen Tour Operators und Online-Vermarktern. Die Premiere von "theALPS", der neuen Lobbyingveranstaltung für den Alpentourismus, ist gelungen - die Vorbereitungen für die erste Vollversion von "theALPS", die am 6. und 7. Juni 2011 in Innsbruck stattfinden wird, sind bereits gestartet.

Im Rahmen eines Pressegesprächs zogen Sybille Wiedenmann (GF Bayern Tourismus), Josef Margreiter (GF Tirol Werbung) und Urs Zenhäusern (GF Wallis Tourismus) in Innsbruck stellvertretend für alle Initiatoren und Partner der Prologveranstaltung von "theALPS" ein erfreuliches Resümee. "Die Resonanz von über 300 Touristikern aus dem Alpenbogen, sowie rund 50 CEO's und Produktchefs der führenden Tour-Operators und Onlinevermarkter aus 12 Nationen ist eindeutig", betonten Wiedenmann, Margreiter und Zenhäusern einhellig. "Der Wert dieses alpinen Schulterschlusses wurde bereits im Rahmen des Prologs deutlich, dieser Schwung soll nun bei den Vorbereitungen zur ersten Vollversion von 'theALPS' genützt werden." Ergänzt wird die Veranstaltung am 6. und 7. Juni 2011 in Innsbruck um eine gleichermaßen innovative wie internationale Verkaufs-Börse sowie dem "theALPS-Award", mit dem künftig regelmäßig die erstaunlichsten Tourismusprojekte der Alpen im Rahmen von "theALPS" ausgezeichnet werden. In Folge geht "theALPS" dann auf alpine Reise - Interesse für die Austragung dieser innovativen Lobbyingveranstaltung wurde im Rahmen des Prologs bereits von mehreren Regionen angemeldet.

Ebenso positiv konnte das politische Gipfeltreffen, in dessen Rahmen das "Innsbrucker Manifest der Alpenländer zur tourismuspolitischen Zusammenarbeit" unterzeichnet wurde, bilanziert werden. Gastgeber und Landeshauptmann von Tirol, Günther Platter, kündigte an, dass das politische Treffen der Vertreter der Alpenregionen auch im kommenden Jahr im Rahmen von "theALPS" stattfinden werde. Bis dahin würde man sich bemühen, auch die Außenminister der betroffenen Länder für die touristischen Herausforderungen der Alpenländer zu sensibilisieren.

Mit spannenden Keynote-Speakern wartete bereits der Prolog von "theALPS" auf. Zum Auftakt des Symposiums präsentierte Mag. Hubert Siller, Professor am Management Center Innsbruck und Leiter des MCI Tourismus, Erfolgsfaktoren, Zahlen und Fakten im alpinen Tourismus. Untersucht wurden acht alpine Länder, namentlich Slowenien, Österreich, Italien, Schweiz, Liechtenstein, Deutschland (Bayern), Frankreich und das Fürstentum Monaco. Im Tourismusjahr 2008 wurden in diesen Staaten rund 375,5 Mio. Übernachtungen gezählt, davon entfiel mit jeweils mehr als 100 Mio. der Großteil auf die Länder Österreich und Italien. Der Marktanteil der untersuchten acht Alpenstaaten am Gesamtnächtigungsaufkommen der EU-27 liegt damit bei mehr als 16 Prozent.

Im 19. Jahrhundert bezeichneten die Briten die Alpen als den Spielplatz Europas. Mit welchen Chancen die alpinen Destinationen heute rechnen dürfen und welche Herausforderungen sie anzunehmen hätten, beleuchtete der Schweizer Zukunftsforscher David Bosshart. "Wir haben eine realistische Chance im Playground Europe zu spielen und neue Mythen in den Alpen zu kreieren", ist Bosshart überzeugt. Mythen mit Substanz würden in einer hypomodernisierten Welt immer wichtiger. Dazu zählen auch Natursehnsüchte, denn je mehr Menschen in den Städten leben, desto mehr sehnen sie sich nach Ursprünglichkeit und Wildnis.

Der deutsche Markenexperte Klaus Brandmeyer warf beim Symposium der Prologveranstaltung "theALPS" einen inspirierenden Blick auf das Markenpotenzial der Alpen. "Die Marke Alpen ist wahrscheinlich die älteste touristische Marke der Welt", so Brandmeyer. Die Images, die Klischees, die mit den Alpen bis heute verbunden sind, werden von Markenartiklern gerne zur positiven Darstellung ihrer Produkte verwendet. Daraus resultiert ein respektables Maß an Chancen für die alpinen Tourismusdestinationen.

Im Rahmen des Symposiums präsentierte auch der Verein Future Mountain International vier Thesen zur Zukunft des Alpentourismus. Der Verein ist aus der so genannten "Söldener Runde" rund um den Seilbahn- und Tourismusvisionär Jakob Falkner entstanden: ein Dutzend Fachleute aus der Seilbahn- und Winterindustrie, aus Tourismusorganisationen, aus Wissenschaft & Forschung sowie anderen affinen Branchen beschäftigt sich mit aktuellen Themen und Herausforderungen rund um das Thema Bergtourismus.

1. Ohne die Erträge des Winters können wir den Sommer nicht

entwickeln.

2. Im Winter sind die Seilbahnen der Motor der regionalen Tourismusentwicklung, im Sommer braucht es das volle Engagement aller Leistungsträger.
3. Professionelles Unternehmertum und Spitzenleistungen sind entscheidend für den künftigen Erfolg und müssen daher auf allen Ebenen unterstützt werden.
4. In der Neuentdeckung des alpinen Life-Style liegt eine gewaltige Chance für Alleinstellung.

Informationen zu "theALPS"

Getragen wurde die Premiere von "theALPS" neben den Initiatoren Wirtschaftskammer Tirol, Tirol Werbung mit Land Tirol und Tourismusverband Innsbruck, von zahlreichen starken nationalen wie internationalen Partnern wie der Österreich Werbung, der Wirtschaftskammer Österreich, Tiroler Raiffeisenbanken, Austrian Airlines, feratel media technologies AG, den Landestourismusorganisationen der österreichischen Bundesländer Vorarlberg, Salzburg, Kärnten und Steiermark, Wallis Tourismus (Schweiz), Bavarian Alps (Deutschland), Autonome Provinz Bozen - Südtirol, sowie BOTA - Best of the Alps, dem grenzüberschreitenden Marketingverbund führender Alpendestinationen wie Chamonix Mont-Blanc, Cortina d' Ampezzo, Davos, Garmisch Partenkirchen, Grindelwald, Kitzbühel, Lech Zürs am Arlberg, Megève, Olympiaregion Seefeld, St. Anton am Arlberg, St. Moritz und Zermatt.

Weitere Informationen <http://www.the-alps.eu>

Ausführliche Presseunterlagen

<http://www.pressezone.at/pressemappen/theALPS/index.php>

Video(s) zu dieser Aussendung finden Sie im AOM/Original Video Service, sowie im OTS Videoarchiv unter <http://video.ots.at>

Rückfragehinweis:

"theALPS" - Organizing Office
c/o Tirol Marketing Service GmbH

Maria-Theresien-Str. 55
A-6010 Innsbruck

Tel.: +43 (0)512 9008-638

<mailto:office@the-alps.eu>

<http://www.the-alps.eu>

Digitale Pressemappe: <http://www.ots.at/pressemappe/11401/aom>

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

TPT0004 2010-09-14/14:39

141439 Sep 10

Link zur Aussendung:

http://www.tourismuspresse.at/presseaussendung/TPT_20100914_TPT0004