

"Marke Österreich": Regierungsklausur will Österreich neu positionieren

Utl.: WKO-Tourismussparte und ÖHV sehen Tourismus im Markenkern =

Wien (TP/OTS) - Die ÖHV und die WKÖ-Bundessparte Tourismus begrüßen die Initiative der Bundesregierung, die die Marke Österreich stärker kommunizieren will. Die Bundesregierung überarbeitet in ihrer Klausur im Hotel Panhans am Semmering das Koalitionsabkommen und setzt sich einen Fahrplan bis 2013. 90 Punkte wurden in sieben Arbeitspakete geschnürt. Wie Bundeskanzler Faymann (S) sieht auch Vizekanzler Spindelegger (V) darin die Arbeitsschwerpunkte der nächsten Jahre. Viel Potenzial steckt in der geplanten stärkeren Kommunikation der "Marke Österreich".

Österreich besser wahrnehmbar machen

"Die Wahrnehmung Österreichs in der Welt hängt zu einem maßgeblichen Teil von unserem Image als Tourismusdestination ab. Einer Marke Österreich ohne den Tourismus fehlt der charmante Kern!", fordern Peter Peer und Sepp Schellhorn, die Präsidenten der Österreichischen Hotelierversammlung (ÖHV) die Einbindung des Tourismus in die "Marke Österreich". Hans Schenner, Obmann der Tourismussparte in der Wirtschaftskammer: "Bei der 'Marke Österreich' geht es um Österreich als Wirtschaftsstandort, als Tourismusland, als Exportland sowie auch als Genussregion und Produzent ausgezeichneter Lebensmittel." Wichtig sei neben der Identifikation nach außen auch die Integration nach innen: "Wir müssen auch in Österreich herzeigen, was wir im Ausland verkaufen", so Schenner. Aufbauen könne das Konzept auf dem Erfolg der Nahmarktkampagne unter Federführung der Österreich Werbung (ÖW): "Hier wurde alles richtig gemacht, von der Konzeption über die Dotierung bis hin zur koordinierten Durchführung durch die Allianz der zehn", so Schellhorn.

Zusammenarbeit aller Beteiligten und keine neuen Logos!

Daraus abgeleitet sind bei der "Marke Österreich" alle maßgeblichen Repräsentanzen einzubinden. Von der Österreich Werbung über die Botschaften, die Wirtschaftskammer mit ihrer Außenwirtschaftsorganisation und 100 Büros weltweit sowie auch die Landwirtschaft mit ihren Attaches im Ausland sollen sich vom Tourismus über die Industrie bis hin zur Agrarwirtschaft alle

maßgeblichen Branchen in den Prozess einbringen. "Wir sehen die zentrale Koordination bei Wirtschaftsminister Reinhold Mitterlehner", so Schenner. Bei den Logos gab es schon erste Anknüpfungen. So verwendet die Agrarmarkt Austria (AMA) seit über 10 Jahren das Logo der Österreich Werbung. "Aber bitte keine neuen Logos! Red Bull und Coca Cola wechseln ihre Logos auch nicht alle fünf Jahre. Das Logo der Österreich Werbung ist weltweit bestens eingeführt und ausbaufähig", so Peer abschließend.

Rückfragehinweis:

Peter Peer, ÖHV-Präsident
Tel.: 01/599 01-550
Sepp Schellhorn, ÖHV-Präsident
Tel.: 06415/8137
presse@oehv.at
www.oehv.at

Wirtschaftskammer Österreich, Bundessparte Tourismus und Freizeitwirtschaft
Mag. Maria Aigner
Tel.: +43 0590 900-3582
Maria.Aigner@wko.at
wko.at/bstf

Digitale Pressemappe: <http://www.ots.at/pressemappe/5473/aom>

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

TPT0007 2011-05-31/13:44

311344 Mai 11

Link zur Aussendung:

http://www.tourismuspresse.at/presseaussendung/TPT_20110531_TPT0007