

## Österreichischer Tourismus: "Müssen wieder Welterfolge schaffen"



<http://www.apa-fotoservice.at/galerie/3105> v.l.n.r. APA-Wirtschaftsressortleiter Thomas Karabaczek, Helmut Zolles (Zolles & Edinger GmbH), Geschäftsführerin Österreich Werbung Petra Stolba, Elisabeth Udolf-Strobl (BM für Wirtschaft, Familie, Jugend) und Journalist und Buchautor Michael Frank

Credit: APA-OTS Tourismuspresse/APA-Fotoservice/Preiss  
Fotograf: Thomas Preiss



<http://www.apa-fotoservice.at/galerie/3105> Michael Frank (Journalist), Petra Stolba (Österreich Werbung), Helmut Zolles (Tourismusberater) und Moderator Thomas Karabaczek (APA) (v.l.n.r.) diskutierten bei der 5. TCA über die Herausforderungen rund um Image und Marke des Standorts Österreich.

Credit: APA-OTS Tourismuspresse/APA-Fotoservice/Preiss  
Fotograf: Thomas Preiss

Utl.: Die Tourismus Community Austria widmete sich in einer Diskussion dem Image Österreichs - Udolf-Strobl: "Ziel von Nation Branding ist wettbewerbsfähige Identität" =

Wien (TP/OTS) - Reges Interesse verzeichnete die Tourismus Community Austria gestern, Mittwochabend, im Haus der Musik in Wien: Mehr als 100 Gäste aus Tourismus, Kommunikation, Marketing und anderen Branchen fanden sich ein, um sich intensiv mit Fragen der Markenbildung Österreichs auseinanderzusetzen. Vor allem touristisch verfüge Österreich über eine starke und durchaus positiv besetzte Außenwahrnehmung. Die globalisierte Welt von heute stelle aber gerade ein kleines Land politisch und wirtschaftlich vor neue Herausforderungen, so der Tenor. Die eigenen Stärken als solche zu erkennen, diese weiter auszubauen und dadurch das eigene Profil zu schärfen, scheint das Gebot der Stunde.

Sektionschefin Elisabeth Udolf-Strobl vom Bundesministerium für Wirtschaft, Familie und Jugend, stellte die Kerninhalte des jüngst initiierten Prozesses "Nation Branding Österreich" vor: "Es geht

nicht um ein neues Logo, auch nicht um eine Image- oder Werbekampagne. Es geht darum, etwas Unverwechselbares zu schaffen, das alle Menschen vor Augen haben, wenn sie an Österreich denken." Österreich verfüge zwar in der Außenwahrnehmung über ein extrem stabiles Bild, werde sonst aber als eher passiv und wenig kreativ gesehen. Das soll sich, wenn es nach diesem Regierungsprojekt geht, ändern. Udolf-Strobl: "Das Ziel ist die Definition der wettbewerbsfähigen Identität Österreichs. Das Ergebnis, das wir im April 2013 erwarten, wird zeigen, was verändert werden muss."

Im Anschluss diskutierten Petra Stolba (Österreich Werbung), Michael Frank (Journalist) und Helmut Zolles (Tourismusberater) mit Moderator Thomas Karabaczek (APA) die Herausforderungen rund um Image und Marke des Standorts Österreich. Die Österreich Werbung hat in einem einjährigen systemischen Prozess den Markenkern aus touristischer Sicht definiert und arbeitet seitdem an der Implementierung. "Im Tourismus haben wir festgestellt, dass wir Geschichten erzählen können, über Gastfreundschaft beispielsweise oder den Brückenkopf Ost-West", erklärte Stolba. Michael Frank, als langjähriger Korrespondent der Süddeutschen Zeitung ein profunder Österreich-Kenner, warnte davor, die Marke Österreich auf Weniges zu reduzieren: "Ein Brandzeichen wird man nicht mehr los, und Debatten über die Identität zählen zu den schwierigsten überhaupt. Wahrscheinlich besteht die Kunst darin, die Dinge relativ diffus zu lassen, ohne dass sie dadurch banal wirken." Ein kleines Land muss jedenfalls einiges tun, um sich in einer kompetitiven Wirtschaft Gehör zu verschaffen, so die Meinung des langjährigen ehemaligen Direktors der Österreichischen Fremdenverkehrswerbung, Helmut Zolles: "Markenbildung ist ein unglaublich langwieriger Prozess. Man sollte einen solchen Prozess aber entspannt angehen", dennoch sprach er dafür, "wieder Welterfolge zu schaffen, die prägen letztlich das Image eines Landes". In diesem Punkt waren sich die Experten einig: Welterfolge, egal ob auf dem Gebiet der Wirtschaft, Wissenschaft, der Kultur oder des Sports, wirken sich sehr positiv auf das Image aus.

Zwtl.: TCA - Tourismus Community Austria

Die TCA ist ein gemeinsames Projekt der APA-OTS Tourismuspresse und der pro.media kommunikation. Getragen von Big Playern der Tourismusbranche (Österreich Werbung, Kohl & Partner, WKÖ-Bundessparte Tourismus und Freizeitwirtschaft) bietet sie eine unabhängige professionelle Plattform für innovativ denkende und handelnde Touristikerinnen und Touristiker. Im Rahmen der Initiative

können die Teilnehmer und Partner umfassenden Gedankenaustausch pflegen, Netzwerkkontakte knüpfen und sich mit wichtigen Zukunftsthemen der Tourismus- und Freizeitwirtschaft auseinandersetzen. Weitere Informationen unter <http://www.tourismuscommunity.at>

Weitere Bilder unter: <http://www.apa-fotoservice.at/galerie/3105>

Anhänge zu dieser Aussendung finden Sie als Verknüpfung im AOM / Originaltext-Service sowie im Volltext der Aussendung auf <http://www.ots.at>

Rückfragehinweis:

Barbara Rauchwarter  
Leitung Marketing & Kommunikation  
APA - Austria Presse Agentur  
Tel.: +43 (0)1 360 60-5700  
[barbara.rauchwarter@apa.at](mailto:barbara.rauchwarter@apa.at)  
<http://www.apa.at>  
<http://www.tourismuscommunity.at>

Digitale Pressemappe: <http://www.ots.at/pressemappe/3792/aom>

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

TPT0006 2012-06-21/14:33

211433 Jun 12

Link zur Aussendung:

[http://www.tourismuspresse.at/presseaussendung/TPT\\_20120621\\_TPT0006](http://www.tourismuspresse.at/presseaussendung/TPT_20120621_TPT0006)