

ÖW geht neue innovative Wege in der Verkaufsförderung



v.l.n.r.: Christian Kresse, Geschäftsführer Kärnten Werbung, Petra Stolba, Geschäftsführerin Österreich Werbung, Louis J. Frankenhuis, Aufsichtsrat Stip Reizen B.V.

Credit: ÖW
Fotograf: Christandl

Utl.: Erste atb_experience startete am 9. Juni in Kärnten =

Villach (TP/OTS) - Von 9. bis 11. Juni 2013 lädt die Österreich Werbung (ÖW) unter dem Motto "tourism in transition. Nachhaltige Beiträge des österreichischen Tourismus in Zeiten des Umbruchs" rund 300 hochkarätige Gäste aus dem In- und Ausland zum Wissens- und Erfahrungsaustausch. Neben dem Ziel der Verkaufsförderung stehen in den drei Tagen der atb_experience vor allem das Netzwerken und Impulse für die Produktentwicklung im Mittelpunkt. Nach dem ersten Teil der Veranstaltung in Kärnten haben die internationalen Gäste die Möglichkeit, weitere konkrete Erfahrungen zum Thema Nachhaltigkeit im österreichweiten Tourismusangebot zu machen.

"Die Welt um uns verändert sich, wir leben in einem Übergang. Im Tourismus spiegeln sich wie auf einer Folie alle gesellschaftlichen Entwicklungen wider - daher ist die gesellschaftliche Veränderung, dieser Umbruch auch deutlich im Verhalten der Gäste nachzuvollziehen. Diese Veränderungen zu kennen und entsprechend zu agieren, wird in Zukunft im internationalen Wettbewerb über Erfolg und Misserfolg entscheiden. Die atb_experience soll Einsichten bringen, um das Geschäft von morgen zu bewältigen" erklärte Petra Stolba, Geschäftsführerin der Österreich Werbung, beim Pressegespräch vor der Eröffnung Sonntagabend in Kärnten.

Nachhaltigkeit ist einer dieser Werte, die unsere Gesellschaft derzeit auf vielen Ebenen bewegen. "Nachhaltiges Planen und Handeln wirkt in alle unsere Lebensbereiche hinein und wird das in Zukunft noch viel stärker tun, auch in den Tourismus. Aus diesem Grund haben

wir dieses Thema auch in den Mittelpunkt dieser Veranstaltungspremiere gestellt", so Stolba. 150 internationale Reiseveranstalter, Meinungsbildner und Journalisten aus insgesamt 25 Nationen treffen auf 150 Gastgeber aus Österreich - um sich zu diesem wichtigen Zukunftsthema auszutauschen, gegenseitig zu informieren und ein Netzwerk aufzubauen.

Zwtl.: Konkreter Nutzen für alle Teilnehmer

Ausgangspunkt des neuen Veranstaltungsformats war die Neukonzeption der ÖW-Verkaufsförderungsplattformen mit dem Ziel, die heimische Branche bestmöglich bei ihrem Verkauf zu unterstützen. Nicht weniger als vier konkrete Nutzen will die Österreich Werbung mit der atb_experience erreichen, so Stolba: "Erstens die Kontaktpflege: ein Netzwerk über Grenzen hinweg knüpfen und Beziehungen leben. Zweitens die Verkaufsförderung: wir zeigen unseren internationalen Gästen, wo Österreichs Tourismus bei Zukunftsthemen mit seinen Angeboten steht. Drittens die Produktentwicklung: wir holen uns Impulse von internationalen Experten, die uns damit helfen, noch besser zu werden. Und viertens schließlich erwarten wir uns durchaus internationale Berichterstattung von den teilnehmenden Medienvertretern. All das steigert die Wettbewerbsfähigkeit der Tourismusdestination Österreich."

Für die ÖW und auch die Kärnten Werbung ist die atb_experience nicht nur eine gute Gelegenheit, einige der besonderen nachhaltigen touristischen Highlights zu präsentieren, sondern vor allem ein wichtiger Impuls, um den Diskurs und den Entwicklungsprozess für nachhaltige Urlaubsangebote zu forcieren. Kärnten Werbung Chef Christian Kresse: "Kärnten hat sich als Gastgeberland für die erste atb_experience beworben weil das Thema der Nachhaltigkeit auch im Tourismus für die Zukunft erfolgversprechend sein wird. Mit dieser neuen Veranstaltung für Produktentwicklung und Verkaufsförderung bietet sich die einzigartige Möglichkeit, Kärntens innovative, nachhaltige Urlaubsangebote internationalen Meinungsbildnern der Reisebranche zu präsentieren."

Zwtl.: Green Meeting, Produkterlebnis und Innovationsshowcase 2.0.

Nutzen bringen soll die atb_experience natürlich nicht nur der österreichischen Tourismusbranche, sondern auch den internationalen Gästen. Neben dem Wissens- und Erfahrungsaustausch ist für diese vor allem das Produkterlebnis von großer Relevanz. Louis J. Frankenhuis,

langjähriger Tourismusmanager in den Niederlanden und heute Aufsichtsrat des Reiseveranstalters Stip Reizen B.V., erklärte beim Pressegespräch: "Die bisherigen Messeformate mit ihren Verkaufsgesprächen haben sich aufgrund der neuen Medien überholt. Heute ist es wichtig, über die Inhalte der Tourismusindustrie zu sprechen und wie sie sich ändert - das bringt uns weiter. Dass das wichtige Thema Nachhaltigkeit bei der atb_experience nicht nur hochkarätig diskutiert, sondern auch konkret erlebbar gemacht wird, war für Frankenhuis eine weitere Motivation zur Teilnahme. Das Interesse und auch die Erwartungen an das innovative Format sind jedenfalls groß: "Für mich ist es wichtig, dabei zu sein, um etwas zu lernen - und natürlich mich selbst und meine Erfahrungen einzubringen."

Vor dem Eröffnungsabend am Sonntag zeigten sich die Veranstalter jedenfalls optimistisch: "Wenn das Format funktioniert, hat die ÖW eine echte Innovation bei Verkaufsförderungsveranstaltungen geschafft. Wenn Sie so wollen: Produkterlebnis und Innovationsshowcase 2.0. in Einem", so Stolba. Besonders erfreut ist man seitens der Veranstalter, dass die Veranstaltung bereits vor Beginn nach den strengen Green Meeting-Kriterien zertifiziert wurde. "Ein Beleg, dass wir das Thema Nachhaltigkeit in allen Bereich ernst nehmen", so Stolba abschließend

Details zum Ablauf der atb_experience und zu den ÖW-Verkaufsförderungs-plattformen finden Sie im ÖW-Newsroom unter <http://newsroom.austriatourism.com/>

Weitere Informationen zur atb_experience sowie laufend aktuelle Fotos von den Veranstaltungen finden Sie auf <http://atbexperience.austriatourism.com/de/>

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

~

Rückfragehinweis:

Mag. Ulrike Rauch-Keschmann
Leiterin Unternehmenskommunikation
Tel.: +43 (0)1 588 66-299
ulrike.rauch-keschmann@austria.info
<http://newsroom.austriatourism.com/>
<http://www.austriatourism.com>

~

Digitale Pressemappe: <http://www.ots.at/pressemappe/161/aom>

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

TPT0003 2013-06-10/10:40

101040 Jun 13

Link zur Aussendung:

http://www.tourismuspresse.at/presseaussendung/TPT_20130610_TPT0003