

austrian and central european travel business 2010

actb: Marktplatz, Branchentreffpunkt und Impulsgeber

Vom 24. bis 26. Jänner 2010 geht die austrian and central european travel business (actb), die Fachmesse für den österreichischen und zentraleuropäischen Incomingmarkt, im Austria Center Vienna über die Bühne.

Die im Jahr 1976 ins Leben gerufene austrian travel business (atb) wurde vor drei Jahren um einen internationalen Fokus zur actb erweitert. Heuer sind bereits zum vierten Mal die zentraleuropäischen Länder Ungarn, Slowakei, Tschechische Republik und Slowenien als Aussteller mit dabei. Auch die Internationale Touristische Werbegemeinschaft „Die Donau“ und ihre Mitglieder Deutschland, Österreich, die Slowakei, Ungarn, Kroatien, Serbien, Rumänien und die Republik Moldau integrieren sich wieder ins Messegeschehen.

In diesem Jahr ist das Austria Center Vienna (ACV) erstmals Austragungsort der actb. „In neuem Gewand bietet die actb in insgesamt drei Hallen Ausstellern und Einkäufern in gewohnt professioneller Art und Weise die Möglichkeit, neue Kontakte zu knüpfen und bestehende Kundenbeziehungen zu vertiefen“, erklärt Dr. Petra Stolba, Geschäftsführerin der Österreich Werbung. 513 Unternehmen präsentieren in insgesamt 302 Kojen den 872 Einkäufern und internationalen Medienvertretern aus insgesamt 53 Nationen ihr touristisches Angebot. Das Gros der Aussteller entfällt auf den Bereich der Hotellerie sowie auf Incomingreisebüros und Destinationen. 23 Aussteller aus dem Donaauraum zeigen zudem dem Messepublikum ihre speziellen Programme.

Zu Fachgesprächen außerhalb der Kojen laden die insgesamt 5 actb-Cafes: die SalzburgerLand Alm, das Cafe HIESTAND, das Café Vienna der Eurest sowie das Gerbeaud Haus aus Ungarn und das Café Portoroz aus Slowenien.

Im Vorfeld der actb luden zwei österreichische Bundesländer zu informativen Besichtigungstouren: Am Reiseplan der Steiermark standen u.a. Mariazell, die berühmte Steirische Eisenstraße, die Eisenerzer Ramsau sowie die Skiregion Prädichl. Das Burgenland gestaltet eine Pre-Tour auf den Spuren des Komponisten Franz Liszt, wobei eine Stadtführung durch Eisenstadt und Raiding sowie ein Besuch der Burg Lockenhaus die Teilnehmer beeindruckten.

„Best of“-Angebote im Urlaubsland Österreich

Neben dem neuen Austragungsort wartet die actb 2010 mit einer weiteren Premiere auf: In Zusammenarbeit mit den neun Landestourismusorganisationen organisiert die Österreich Werbung für Journalisten heuer zum ersten Mal sogenannte "Best of"-Media Briefings. Österreichurlaub bietet die beste Kombination aus Natur und Kultur, aus Traditionellem und Modernem und wird von Menschen geprägt und gestaltet, die etwas von Urlaub verstehen und gerne Urlaubsglück bereiten. In den Media Briefings präsentiert jedes Bundesland ein solches Highlight, das in Themenbereichen angesiedelt ist, in denen Österreich Kompetenz beweist und seine Gäste zu faszinieren versteht. Das Spektrum reicht dabei von Antony Gormley's Horizon Field in Vorarlberg über die Salzburger Via Culinaria bis zu den Wiener Kulturhighlights 2010.

Künstlerisch geprägt sind auch die Jahre 2010 und 2011: Das gesamte Jahr 2010 steht im Zeichen des bedeutenden österreichischen Komponisten und Dirigenten Gustav Mahlers, dessen Geburtstag sich heuer zum 150. Mal jährt. Auch das kommende Jahr ist anlässlich seines 100. Todestages dem Künstler gewidmet.

Attraktives Rahmenprogramm

Gemeinsam mit ihren Partnern hat die Österreich Werbung für die actb Teilnehmer auch in diesem Jahr ein attraktives Rahmenprogramm gestaltet.

Den fulminanten Auftakt zur actb bot traditionellerweise der Eröffnungsabend am 24. Jänner, diesmal wieder im Wiener Rathaus. Unter dem Motto „*Where everyone finds their rhythm*“ luden die Österreich Werbung und WienTourismus zu einem glanzvollen Abend voller Musik und Rhythmus. Den Gästen wurde ein multisensuales Kulturerlebnis geboten: Österreichische Top-Musiker entführten auf einen musikalischen Streifzug durch Österreich und performten im Rahmen eines musikalischen Cross Over Projekts eigens arrangierte Medleys aus Klassik, Pop, Jazz und Electronic. Im Zuge einer mitreißenden Percussionshow der Gruppe Power!Percussion wurde Musik aus Wien neuinterpretiert. In gewohnter Manier führte FM4 Anchorman Stuart Freeman durch den actb-Eröffnungsabend.

Die unterschiedlichsten Hospitality Suites laden die Teilnehmer am Abend des ersten Messetages zum Networking in entspannter Atmosphäre:

- Swarovski und die Albertina bitten die Messeteilnehmer zur „Sparkling Art Night“ in den glamourösen Swarovski Wien Store und die beeindruckende Albertina.
- Accor Hotels Austria stellen ihre Hospitality Suite im Palazzo-Zelt unter die Devise „Faszination – Artistik – Magie: Ein Abend für alle Sinne“.
- Am Wiener Franz Josefs Bahnhof lässt The European Imperial Train unter dem Motto „Reisen wie zu Kaisers Zeiten“ den Charme des imperialen Österreich wieder erwachen.
- Das Weingut Wolff lädt die Teilnehmer ein, das WEINLAND Österreich zu entdecken.
- Nachtschwärmer kommen in der Hospitality Suite der Arcotel Hotels im Arcotel Wimberger bei der „Golden Night at ARCOTEL Hotels“ sowie im Radisson BLU Palais Hotel im „Casino Royale“ auf ihre Kosten.

ÖW entwickelt Plattformen für den Verkauf von morgen

Der Vertrieb touristischer Produkte hat sich in den vergangenen Jahren grundlegend geändert. So wird beispielsweise das Internet sowohl im Vertrieb als auch in der Informationsbeschaffung immer wichtiger. Auch die weltweite Konsolidierung der Reisebranche durch Fusionierungen hat Auswirkungen auf die Vertriebssystematik. „Als nationale Marken- und Marketingorganisation sind wir gefordert, unsere Aktivitäten diesen neuen Rahmenbedingungen und Herausforderungen anzupassen. Aufgabe der Österreich Werbung in diesem Zusammenhang ist es, das österreichische touristische Angebot und die Marktnachfrage zusammenzubringen und dafür am besten geeignete Plattformen zu bieten“, erläutert Stolba.

Bereits in den vergangenen Jahren wurden die Messeteilnehmer von der ÖW zu einer Befragung eingeladen, deren Ergebnisse zu ersten Anpassungen führten: So wird die actb vorerst nur mehr alle zwei Jahre stattfinden, die nächste also im Jahr 2012. Der Schwerpunkt liegt dabei weiterhin auf dem Verkauf, allerdings werden die Qualitätskriterien sowohl auf Anbieter- wie auch auf Einkäuferseite neu definiert. Ziel ist für Petra Stolba dabei „Qualität vor Quantität und insgesamt zufriedene Messeteilnehmer.“

Darüber hinaus und durchaus im Sinne neuer tourismuspolitischer Strategien wird die heurige actb von der Universität Sankt Gallen genau unter die Lupe genommen. „Diese Ergebnisse werden auf die weitere Gestaltung der Verkaufs- und Vertriebsunterstützung maßgeblich Einfluss nehmen“, so Stolba weiter. Denn auf Basis dieser Evaluierungsergebnisse werden die Verkaufsplattformen in den Märkten ab 2010 sukzessive modernisiert und verstärkt. Für die Jahre zwischen der actb, beginnend mit 2013, wird die ÖW eine neue Verkaufsförderungsplattform mit dem Schwerpunkt „Erlebnis des Tourismuslandes Österreich“ vorstellen.

„Die detaillierte Konzepterstellung erfolgt nach Abschluss der externen Evaluierung durch die Uni St. Gallen. Ziel dabei ist es, eine innovative und effektive Verkaufsförderungsplattform in Österreich zu gestalten, die unserem Tourismusland im internationalen Wettbewerb Exklusivität verschafft und den geänderten Rahmenbedingungen der Geschäftslogik Rechnung trägt“, erklärt Stolba.

„the ALPS“: sinnvolle Ergänzung zu ÖW-Aktivitäten

Auf Initiative der Tirol Werbung wird sich ab 2010 unter dem Namen „the ALPS“ der Alpenraum international positionieren. „Die Alpen als Lebens- und Kulturraum sind für das Urlaubsland Österreich ein sehr wichtiges Asset“, bekräftigt Stolba. Die Österreich Werbung unterstützt daher den für September 2010 geplanten Prolog von „the ALPS“, der neben der Präsentation innovativer alpiner Tourismusprojekte auch ein Fachsymposium in Innsbruck beinhaltet, und ist auch Umsetzungspartner für die Großveranstaltung im Herbst 2011, bei der zusätzlich eine Trendbörse integriert werden soll. „Diese Veranstaltungen sind aus unserer Sicht eine sinnvolle Ergänzung zu unseren Aktivitäten“, so Stolba abschließend.

Weitere Informationen zur actb sowie Fotos zum Download sind unter www.austriatourism.com/actb oder www.actb.eu zu finden.

Rückfragehinweis:

Mag. Ulrike Rauch-Keschmann
Leiterin Unternehmenskommunikation
Österreich Werbung
Tel. 01/588 66-299
ulrike.rauch-keschmann@austria.info
www.austriatourism.com