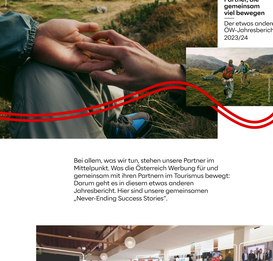
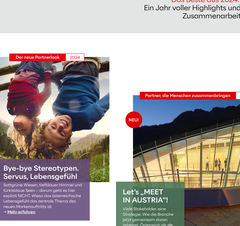
Never-Ending Success Stories



Partner, die gemeinsam viel bewegen

Der etwas andere ÖW-Jahresbericht 2023/24

Bei allem, was wir tun, stehen unsere Partner im Mittelpunkt. Was die Österreich Werbung für und gemeinsam mit ihren Partnern im Tourismus bewegt: Darum geht es in diesem etwas anderen „Jahresbericht. Hier sind unsere gemeinsamen „Never-Ending Success Stories".



Das Beste aus 2024:
Ein Jahr voller Highlights und Zusammenarbeit

Das neue Partnerlook 2024

Bye-bye Stereotypen. Servus, Lebensgefühl.

Ewiggrüne Wiesen, traffblauer Himmel und kitschblaue Seen – davon gibt es hier reichlich MEHR! Wieso das Salzkammergut mit Ischl und Hallstatt als Theme des neuen Werbeauftritts ist.
→ Mehr erfahren

Partner, die Menschen zusammenbringen 2024

Let's „MEET IN AUSTRIA"!

Unser Kundenkiosk ohne Grenzlinie: Wie die Branche jetzt gemeinsam denkt, erlebt, Österreich ist die Nachbarschaft und Nachbarschaft ist Begegnungen zu ermöglichen.
→ Mehr erfahren

Partnerschaft geht durch den Magen 2024

Guide MICHELIN in Österreich: Sternereigen ante portas

Der Guide MICHELIN erscheint 2025 wieder mit einer Österreich-Edition. Das ist die Krönung einer gemeinsamen Anstrengung von Österreich Werbung, Wirtschaftskammerorganisationen – und ein Gewinn nicht nur für die kulinarische Spitzengastronomie. → Mehr erfahren

Partner für eine lebenswerte Zukunft 2023

Entdecke deine Liebe zu Nachhaltigkeits-KPIs

Landauf, landab machen sich Regionen und Betriebe fit für eine nachhaltige Tourismuszukunft – und die Welt dürft es sehen wie sie besser, Dazu gehört, die eigenen Fortschritte und Ziele sichtbar zu machen. Das geht mit Nachhaltigkeits-KPIs, sichtbar zu machen. Frei nach dem Motto: Tu. Nachhaltigen und rede darüber.
→ Mehr erfahren

Partner mit jungem Vibe 2023

Die Social-Media-Vibes der Österreich Werbung

Jung, hip, frisch: die Österreich Werbung ist die Zielgruppe auch auf Social Media konkretisieren. Wie das gelingt und welche Vorteile Sie Aus dumit es tut hat. → Mehr erfahren

Partner, die grün sehen 2023

Wir machen Nachhaltigkeit sichtbar

Von der Publikation mit 50 Best-Practice Beispielen bis zum erster, Sustainable Tourism in Austria Summit" im Juni 2024: Was die Österreich Werbung für uns Nachhaltigkeit die Lange für Nachhaltigkeit so gelten.
→ Mehr erfahren

Partner für außergewöhnliche Möglichkeiten 2023

Österreichischer Winterzauber in New York

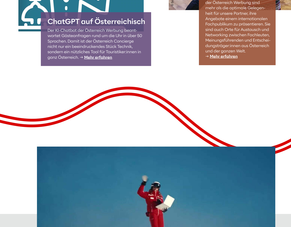
Kaiserlich-königlich und zweitrangige Sehenswürdigkeiten – Winter kann man nicht in New York das. Trotzdem, oder gerade deswegen, wird ein vorbeigewohnlichstes Pop-up-Event mit Lipizzanern und Winterzauber in Grand Central Wirklichkeit. Wie Partner berichten den österreichischen Winter mit ist seinen Facetten in die US-Millionenmetropole. → Mehr erfahren

Partner, die in Bilde sind 2023

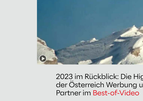
Good to know!

Wer benötigen die Fernsehteme in Deutschland? Wieviel Prozent Wie Informationen zu den neuesten Entwicklungen im Bereich der kunstlichen Intelligenz? Die Antworten auf diese und weitere Fragen liefert Chatprompt mit einer KI-Plattform, die unendlich informiert. Ein Überblick über die ÖW-Servicelektronigen. → Mehr erfahren

Für die Partner Nutzen stiften – ÖW-Geschäftsführerin Astrid Stehsnig-Steudinger im Video-Interview über die Rolle der ÖW und den Fokus ihrer Arbeit



Partner, so klug wie Wichte 2023



Zum Lernen in den hohen Norden

Die Dänen sind Vorreiter in Sachen Nachhaltigkeit. Und besonders nachhaltigkeitsfroh? Ja, Sternzeichen Wichte. Eine Erfahrungen zu Wichte. Grund genug für eine Reise ins Wichtelland. Teamtreffen einen, sich im Herbst 2023 auf eine Reise Finding-Wichtel zu begeben. → Mehr erfahren

Partner, die mittendrin sind 2023

Österreich durch die Linse der Austrian Creators

Heute lesen die Dreiecken Werbung das 4 jüngst Jubiläum. Ein Zeit Creatorenkollektiv, das seit 2020 unterstützen die Austrian Creators das Social-Media-Team der ÖW mit viel Kreativgen und das Bild Bewegtbild Bewegtbild von Österreich. → Mehr erfahren

Partner, die wissen, wie sie an uns halten 2024

Das haben Sie von der Österreich Werbung

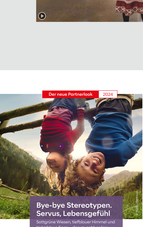
Wie kann ich mich mit der Österreich Werbung vernetzen? Wie kann ich Tourisbetrieben in dauerhaft Gut, dies Sie Fragen? Wir Frauen uns, Ihnen einen Überblick über die zeitnahesten und wichtigsten Vernetzungen, die wir gelten zu bieten. → Mehr erfahren

Partner, die Schlagzeilen machen 2023

Österreich eine Bühne geben

Die Planen und Bedürfnisse werte der Gäste durch Werbung und Marketing zu erfüllen, ist Ziel und Auftrag und für unsere Partner. Das Angebote einen internationalen Wettbewerb und Vergleichbarkeit mit Qualität und Kundenzufriedenheit. Networking zwischen Fachleuten, Meinungsführenden und Entscheidungsträgern prägt das Österreich Image und Bekanntheit.
→ Mehr erfahren

Partner ohne Hand und Fuß 2023



ChatGPT auf Österreichisch

Seit ÖTCHAT ist "Servus" Ihr Begleiter, wenn Sie Chatten Prompt und ist chatten in über 80 Sprachen. Damit ist der Österreich Concierge nicht nur ein beeindruckendes Stück Technik, sondern ein nützlicher Tool für Tourisbetriebe in ganz Österreich. → Mehr erfahren

2023 im Rückblick: Die Highlights der Österreich Werbung und ihrer Partner im Best-of-Video

Der neue Partnerlook 2024

Bye-bye Stereotypen. Servus, Lebensgefühl

© Rudi Wallner

Oder: Warum es in diesem Artikel nicht um sattgrüne Wiesen, tiefblaue Himmel und türkisblaue Seen geht.

Mit den klassischen Stereotypen der Tourismuswerbung bricht man nicht alle Tage. Dennoch war das der klare Auftrag, den die Österreich Werbung letztes Jahr an die Agentur Wien Nord Serviceplan erteilte. Herausgekommen ist ein neuer Markenauftritt, der Emotionen in den Mittelpunkt stellt und das österreichische Lebensgefühl als Begriff, weit über die Landesgrenzen hinaus, etablieren soll.

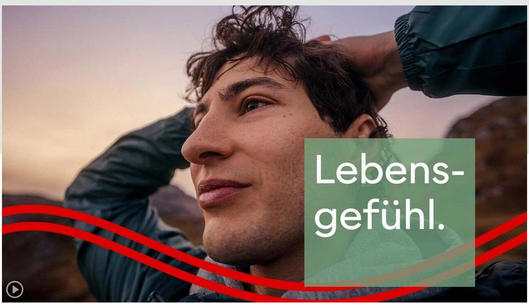
Es ist das grantige Gesicht des Zoll-Beamten, in welches Urlauber:innen bei der Ankunft am Flughafen Wien blicken. Das herzliche Servus, das der Rezeptionistin im Hotel über die Lippen huscht. Das Achtel Blaufränkisch im Restaurant, das aufs Haus geht, wenn die Wartezeit auf das Essen ein „bisserl" zu lange war. All das ist das Lebensgefühl Österreich. Es sind Emotionen, die der Gast nur bei einem Urlaub in Österreich spüren kann und die lange nachwirken. Gelassenheit, Leichtigkeit und Genuss prägen unsere Heimat und fließen seit März 2024 in die internationale Positionierung der Marke Österreich Werbung ein. Durch gezielte Markenarbeit wird „Lebensgefühl" in den nächsten Jahren zu einem Synonym für Österreich. Erstmals in der Geschichte der Österreich Werbung wird damit ein deutscher Begriff international nicht übersetzt.

Von klassischen Werbesujets mit blauem Himmel und schöner Landschaft hat man sich verabschiedet. Die Launch-Kampagne des neuen Markenauftritts, welche seit 6. März 2024 in 11 Ländern läuft und mit 77 Partnern umgesetzt wird, zeigt emotionale Porträts. Durch alle Sujets und den Videocontent der Kampagne zieht sich ein rot-weiß-rotes Band, der „Vibe", der als verbindendes Element fungiert.

© Sebastian Rocke

Ganz viel österreichisches Lebensgefühl gab es auf der ITB in Berlin, dort feierte der neue Markenauftritt Premiere. Hier neben ÖW-Geschäftsführerin Astrid Stehanig-Staudinger (re.) auf der Bühne: Lebensgefühl-Botschafterin Lena Hoschek.

Es ist ein Erlebnis, eine Begegnung, manchmal nur ein Augenblick – ein Film fängt das österreichische Lebensgefühl ein



Lena Hoschek, Modedesignerin

„Das Lebensgefühl Österreich ist für mich Leichtigkeit, purer Genuss und eine große Sehnsucht, immer wieder zurückzukommen."

Das österreichische Lebensgefühl in Berlin trommeln

Wortwörtlich mit einem Paukenschlag wurde dieser neue Markenauftritt auf der ITB in Berlin präsentiert, wo sich die Österreich Werbung 2024 gemeinsam mit dem Salzburger Land und dem Kulturpartner Austrian Leading Sights auf 7.000 m² Standfläche präsentierte. Umringt von Tänzer:innen und Trommler:innen erklärte ÖW-CEO Astrid Stehanig-Staudinger, dass das Lebensgefühl für sie als Kärntnerin „lei lafn lossn" bedeutet. Übersetzt wurde das Lebensgefühl auch im neuen Standkonzept der Österreich Werbung, das unser Land mit allen Sinnen erlebbar gemacht hat. Da war beispielsweise der Bosna-Stand aus Salzburg, der sicherstellte, dass den Gästen schon beim Betreten des Stands das Wasser im Mund zusammenlief. Der Skisimulator, der nach zehn Minuten Abfahrtshocke dafür sorgte, dass man nicht nur das Leben, sondern auch die Muskeln fühlt. Der E-Fiaker Fahrer, der klimaschonend und sicher über das ITB-Gelände navigierte. Da waren auch die außergewöhnlichen Outfits von Kleidermacherin Lena Hoschek, die das Lebensgefühl mit Nadel und Faden in einen ihrer bekannten Bänderröcke übersetzte.

Hoschek ist eine der sechs Lebensgefühl-Botschafter:innen, welche die Österreich Werbung ausgewählt hat, um die Vielfalt des Lebens in Österreich aufzuzeigen. Neben ihr sind das: Pater Ludwig Wenzl vom Stift Melk, die ehemalige Profi-Skirennläuferin Marlies Raich, Alexandra Riedlsperger und Laurent Trojer von der Tourismusschule Bramberg sowie Skilehrer Gerhard Sint. ✣

Sandra Stichauner, CMO der Österreich Werbung, verrät im Video-Interview die Hintergründe zum neuen Markenauftritt

Drei gute Gründe für den Marken-Relaunch der Österreich Werbung

→ 1. Stand out from the crowd:

Mit dem Fokus auf die emotionalen Aspekte des österreichischen Lebensgefühls unterscheiden wir uns von anderen Destinationen und können stärkere Bande mit potenziellen Gästen knüpfen.

→ 2. Break free

Ein frischer Markenauftritt vermittelt das Image Österreichs zeitgemäß, präsentiert sich damit auch einer noch jüngeren Zielgruppe und stärkt die internationale Wahrnehmung als attraktives Reiseziel.

→ 3. (Story) sharing is caring

Als Lebensgefühl-Botschafter:innen präsentieren authentische Persönlichkeiten ihr Verständnis des Lebensgefühls Österreich. Das bietet ebenfalls Potenzial für Partner, hier mit weiteren Botschafter:innen anzudocken.

Weitere Themen:

Partner, die Menschen zusammenbringen 2024

© Peter Burgstaller

Let's „MEET IN AUSTRIA"!

Gemeinsam gestalten wir die Zukunft der Tagungsbranche.

→ **Weiter**

Partnerschaft geht durch den Magen 2023

© Martin Hofmann

Guide MICHELIN in Österreich: Sterneregen ante portas

Der Guide MICHELIN erscheint 2025 wieder mit einer Österreich-Edition.

→ **Weiter**

Zurück zur Startseite

Let's „MEET IN AUSTRIA"!

Um die Zukunft der Meeting-Industrie zu gestalten, haben die Österreich Werbung und die Tagungsbranche gemeinsam die Strategie „MEET IN AUSTRIA" erarbeitet. Wie Österreich sich als Top-Destination für Geschäftsveranstaltungen positioniert und wie die Branche profitiert, darum geht es hier.

© Peter Burgstaller

Eines haben wir während der Pandemie gelernt: Wenn Treffen physisch nicht möglich oder praktikabel sind, ermöglichen moderne Technologien zwar, Meetings virtuell abzuhalten. Ein vollwertiger Ersatz für echte Begegnungen sind sie aber nicht. Für uns im Tourismus ist das keine Überraschung. Authentische Begegnungen und echte Erlebnisse sind unser Kerngeschäft. Und das ist im Bereich der Businessmeetings nicht anders.

Die Meeting-Industrie 2023

Quelle: Meeting Industry Report (mira) 2023

26.144

Veranstaltungen

1,67 Mio.
Teilnehmer:innen

3,12 Mio.
Tagungs-Nächtigungen

Eine Strategie für die Zukunft

Den dramatischen Einbruch der Pandemiejahre hat die Meeting-Industrie weitgehend hinter sich gelassen, das zeigt der Meeting Industry Report Austria (mira): Im Jahr 2023 fanden in Österreich die meisten Kongresse, Firmentagungen und Seminare seit Aufzeichnungsbeginn statt! Die Anzahl der Teilnehmer:innen blieb nur mehr geringfügig unter 2019. Damit generierte der Tagungssektor 2,1 Prozent aller touristischen Nächtigungen in Österreich und unterstrich damit erneut seine Bedeutung für die touristische Wertschöpfungskette. Nachhaltigkeit wird dabei ein immer relevanteres Thema: 2023 wurden Kongresse, Tagungen und Seminare mit über 80.000 Teilnehmer:innen als zertifizierte Green Meetings durchgeführt – ein Anstieg von 20 Prozent zum Vorjahr.

Um diese Erfolge auch künftig zu sichern und weiter auszubauen, braucht es einen Schulterschluss und eine koordinierte Herangehensweise. Deshalb haben das Austrian Convention Bureau, die Convention Bureaux der Bundesländer, die Wirtschaftskammer Österreich und das Bundesministerium für Arbeit und Wirtschaft gemeinsam mit der Österreich Werbung die neue Convention Strategie „MEET IN AUSTRIA“ erarbeitet.

Diese neue Strategie setzt drei Schwerpunkte:

→ 1. Das gemeinsame Identifizieren und Nutzen von **Markt- und Synergiepotenzialen**

→ 2. Gemeinsame **Visionen, Ziele und Schwerpunkt** als Basis für selbstverantwortliches und kreatives Agieren in den Bundesländern

→ 3. Die gemeinsame strategische Gestaltung und Entwicklung des Tagungslands Österreich auf Basis klar definierter **Verantwortungsbereiche**

Die neue nationale Convention Strategie stülpt der Tagungsbranche explizit keine „One-size-fits-all"-Lösung über. „Uns war von vornherein bewusst, dass die regionalen Besonderheiten ein wertvolles Asset sind. Jedes Bundesland, jede Region, jeder Ort soll seine individuellen Stärken und Spezialitäten einbringen. „Gemeinsam arbeiten wir am Ziel, Österreich als die Top-Destination für Geschäftsveranstaltungen zu etablieren", sagt Sandra Neukart, COO der Österreich Werbung.

„Ich möchte hervorheben, dass erstmals ein Schulterschluss aller wesentlichen Organisationen, insbesondere mit der Österreich Werbung, gelungen ist und jetzt alle gemeinsam daran arbeiten, den zukünftigen Erfolg unserer Meeting Industry zielgerichtet zu gewährleisten", sagt Renate Androsch-Holzer, Präsidentin des ACB. „Verbindend – lohnend – transformativ – das sind keine Schlagworte, sondern in Zukunft die relevanten Standards für die Ausrichtung von Tagungen, Seminaren und Kongressen ", ergänzt Androsch-Holzer.

Partnerschaftliche Umsetzung

In sechs strategischen Handlungsfeldern gelangt die Convention Strategie zur Umsetzung. Entscheidend war in der Ausarbeitung der Strategie die Abgrenzung der Zuständigkeiten. Für die Koordination innovativer Leuchtturmprojekte, um MEET IN AUSTRIA national und international sichtbar zu machen, zeichnen demnach das jeweilige lokale Convention Bureau, die jeweilige LTO sowie das ACB verantwortlich. Ebenso beim ACB liegt die Verantwortung für die Forcierung der Aus- und Weiterbildung, um die Kompetenz und ein kreatives Zusammenwirken aller relevanten Akteur:innen zu fördern. Die Österreich Werbung wiederum kümmert sich um wirkungsvolle Kommunikation der Marke und Leuchtturmprojekte sowie um die Vernetzung der Player:innen im Tagungssektor. Eng zusammen arbeiten ÖW und ACB im Bereich der Nachhaltigkeit, etwa bei der Forcierung von Green Meetings, sowie beim Erheben von Zahlen, Daten und Fakten als Basis für strategische Entscheidungen – darunter die Weiterentwicklung des Meeting Industry Report Austria (mira).

Was zeichnet Österreich als Meeting-Destination aus? Wie kann sich die Branche im Rahmen der neuen Convention Strategie einbringen? Dazu sprechen wir in einem kurzen Video-Interview mit Hubertus Rothwangl, Leiter des Teams Convention & Platform Development in der ÖW. ❖

Meet „Mr. Convention" der ÖW!
Hubertus Rothwangl
im Video-Interview

Die MICE-Aktivitäten der ÖW – und wie Sie sich beteiligen können

- Mit den Österreich-Ständen auf der **IMEX Frankfurt** und der → **IBTM World** in Barcelona ermöglicht die ÖW der österreichischen MICE-Branche, auf den wichtigsten internationalen Fachmessen präsent zu sein.

- Ebenfalls 2023 wickelte die ÖW eine Image-Kampagne in den Märkten Deutschland, Großbritannien und Österreich ab.

- Der Netzwerkabend am Vortag der IBTM exklusiv für die österreichische MICE-Branche ist die ideale Plattform für den Austausch zu branchenrelevanten Themen.

- Bei der → **Convention4you** war die ÖW wieder strategischer Partner und Sponsor.

- Sie möchten mit uns im MICE-Bereich kooperieren? → **Kontaktieren Sie uns!**

- In Kooperation mit den Bundesländer-Convention-Bureaux fand 2023 die Roadshow in drei deutschen Städten (München, Köln, Berlin) statt. Außerdem präsentierte sich die österreichische MICE-Branche auf der „Meetings Show" in London.

- Und hier gibt es die komplette → **Convention Strategie „MEET IN AUSTRIA" zum Download**

Weitere Themen:

Partnerschaft geht durch den Magen 2023

Guide MICHELIN in Österreich: Sterneregen ante portas

Der Guide MICHELIN erscheint 2025 wieder mit einer Österreich-Edition.
→ **Weiter**

Partner für eine lebenswerte Zukunft 2023

Entdecke Deine Liebe zu Nachhaltigkeits-KPIs

Landauf, landab machen sich Regionen und Betriebe fit für eine nachhaltige Tourismuszukunft. → **Weiter**

Zurück zur Startseite

Let's „MEET IN AUSTRIA"!

Um die Zukunft der Meeting-Industrie zu gestalten, haben die Österreich Werbung und die Tagungsbranche gemeinsam die Strategie „MEET IN AUSTRIA" erarbeitet. Wie Österreich sich als Top-Destination für Geschäftsveranstaltungen positioniert und wie die Branche profitiert, darum geht es hier.

© Peter Burgstaller

Eines haben wir während der Pandemie gelernt: Wenn Treffen physisch nicht möglich oder praktikabel sind, ermöglichen moderne Technologien zwar, Meetings virtuell abzuhalten. Ein vollwertiger Ersatz für echte Begegnungen sind sie aber nicht. Für uns im Tourismus ist das keine Überraschung. Authentische Begegnungen und echte Erlebnisse sind unser Kerngeschäft. Und das ist im Bereich der Businessmeetings nicht anders.

Die Meeting-Industrie 2023

Quelle: Meeting Industry Report (mira) 2023

Eine Strategie für die Zukunft

Den dramatischen Einbruch der Pandemiejahre hat die Meeting-Industrie weitgehend hinter sich gelassen, das zeigt der Meeting Industry Report Austria (mira): Im Jahr 2023 fanden in Österreich die meisten Kongresse, Firmentagungen und Seminare seit Aufzeichnungsbeginn statt! Die Anzahl der Teilnehmer:innen blieb nur mehr geringfügig unter 2019. Damit generierte der Tagungssektor 2,1 Prozent aller touristischen Nächtigungen in Österreich und unterstrich damit erneut seine Bedeutung für die touristische Wertschöpfungskette. Nachhaltigkeit wird dabei ein immer relevanteres Thema: 2023 wurden Kongresse, Tagungen und Seminare mit über 80.000 Teilnehmer:innen als zertifizierte Green Meetings durchgeführt – ein Anstieg von 20 Prozent zum Vorjahr.

Um diese Erfolge auch künftig zu sichern und weiter auszubauen, braucht es einen Schulterschluss und eine koordinierte Herangehensweise. Deshalb haben das Austrian Convention Bureau, die Convention Bureaux der Bundesländer, die Wirtschaftskammer Österreich und das Bundesministerium für Arbeit und Wirtschaft gemeinsam mit der Österreich Werbung die neue Convention Strategie „MEET IN AUSTRIA“ erarbeitet.

Diese neue Strategie setzt drei Schwerpunkte:

→ 1. Das gemeinsame Identifizieren und Nutzen von **Markt- und Synergiepotenzialen**

→ 2. Gemeinsame **Visionen, Ziele und Schwerpunkt** als Basis für selbstverantwortliches und kreatives Agieren in den Bundesländern

→ 3. Die gemeinsame strategische Gestaltung und Entwicklung des Tagungslands Österreich auf Basis klar definierter **Verantwortungsbereiche**

Die neue nationale Convention Strategie stülpt der Tagungsbranche explizit keine „One-size-fits-all"-Lösung über. „Uns war von vornherein bewusst, dass die regionalen Besonderheiten ein wertvolles Asset sind. Jedes Bundesland, jede Region, jeder Ort soll seine individuellen Stärken und Spezialitäten einbringen. „Gemeinsam arbeiten wir am Ziel, Österreich als die Top-Destination für Geschäftsveranstaltungen zu etablieren", sagt Sandra Neukart, COO der Österreich Werbung.

„Ich möchte hervorheben, dass erstmals ein Schulterschluss aller wesentlichen Organisationen, insbesondere mit der Österreich Werbung, gelungen ist und jetzt alle gemeinsam daran arbeiten, den zukünftigen Erfolg unserer Meeting Industry zielgerichtet zu gewährleisten", sagt Renate Androsch-Holzer, Präsidentin des ACB. „Verbindend – lohnend – transformativ – das sind keine Schlagworte, sondern in Zukunft die relevanten Standards für die Ausrichtung von Tagungen, Seminaren und Kongressen ", ergänzt Androsch-Holzer.

Partnerschaftliche Umsetzung

In sechs strategischen Handlungsfeldern gelangt die Convention Strategie zur Umsetzung. Entscheidend war in der Ausarbeitung der Strategie die Abgrenzung der Zuständigkeiten. Für die Koordination innovativer Leuchtturmprojekte, um MEET IN AUSTRIA national und international sichtbar zu machen, zeichnen demnach das jeweilige lokale Convention Bureau, die jeweilige LTO sowie das ACB verantwortlich. Ebenso beim ACB liegt die Verantwortung für die Forcierung der Aus- und Weiterbildung, um die Kompetenz und ein kreatives Zusammenwirken aller relevanten Akteur:innen zu fördern. Die Österreich Werbung wiederum kümmert sich um wirkungsvolle Kommunikation der Marke und Leuchtturmprojekte sowie um die Vernetzung der Player:innen im Tagungssektor. Eng zusammen arbeiten ÖW und ACB im Bereich der Nachhaltigkeit, etwa bei der Forcierung von Green Meetings, sowie beim Erheben von Zahlen, Daten und Fakten als Basis für strategische Entscheidungen – darunter die Weiterentwicklung des Meeting Industry Report Austria (mira).

Was zeichnet Österreich als Meeting-Destination aus? Wie kann sich die Branche im Rahmen der neuen Convention Strategie einbringen? Dazu sprechen wir in einem kurzen Video-Interview mit Hubertus Rothwangl, Leiter des Teams Convention & Platform Development in der ÖW. ❖

Meet „Mr. Convention" der ÖW!
Hubertus Rothwangl
im Video-Interview

Die MICE-Aktivitäten der ÖW – und wie Sie sich beteiligen können

- Mit den Österreich-Ständen auf der **IMEX Frankfurt** und der → **IBTM World** in Barcelona ermöglicht die ÖW der österreichischen MICE-Branche, auf den wichtigsten internationalen Fachmessen präsent zu sein.

- Ebenfalls 2023 wickelte die ÖW eine Image-Kampagne in den Märkten Deutschland, Großbritannien und Österreich ab.

- Der Netzwerkabend am Vortag der IBTM exklusiv für die österreichische MICE-Branche ist die ideale Plattform für den Austausch zu branchenrelevanten Themen.

- Bei der → **Convention4you** war die ÖW wieder strategischer Partner und Sponsor.

- Sie möchten mit uns im MICE-Bereich kooperieren? → **Kontaktieren Sie uns!**

- In Kooperation mit den Bundesländer-Convention-Bureaux fand 2023 die Roadshow in drei deutschen Städten (München, Köln, Berlin) statt. Außerdem präsentierte sich die österreichische MICE-Branche auf der „Meetings Show" in London.

- Und hier gibt es die komplette → **Convention Strategie „MEET IN AUSTRIA" zum Download**

Weitere Themen:

Partnerschaft geht durch den Magen 2023

Guide MICHELIN in Österreich: Sterneregen ante portas

Der Guide MICHELIN erscheint 2025 wieder mit einer Österreich-Edition.
→ **Weiter**

Partner für eine lebenswerte Zukunft 2023

Entdecke Deine Liebe zu Nachhaltigkeits-KPIs

Landauf, landab machen sich Regionen und Betriebe fit für eine nachhaltige Tourismuszukunft. → **Weiter**

Zurück zur Startseite

Guide MICHELIN in Österreich: Sterneregen ante portas

Der Guide MICHELIN erscheint 2025 wieder mit einer Österreich-Edition. Das ist das Ergebnis einer gemeinsamen Anstrengung von Österreich Werbung und acht Landestourismusorganisationen – und ein Gewinn nicht nur für die heimische Spitzengastronomie.

© Martin Hörmann

Woran denken Sie bei den Stichworten Österreich und Kulinarik? Wiener Schnitzel? Kaiserschmarrn? Natürlich ist gegen die kulinarischen Klassiker nichts einzuwenden. Österreichs Gastronomieszene hat aber noch so viel mehr zu bieten. Und diese Highlights werden in Zukunft international noch prominenter in der Auslage stehen. 2025 erscheint der renommierte Guide MICHELIN (wieder) mit einer Österreich-Selektion.

Österreich in all seinen Facetten als Kulinarik-Destination erlebbar zu machen, dieser Auftrag geht schon aus der Tourismusstrategie der Bundesregierung „Plan T" aus dem Jahr 2019 hervor. Ob die Autorinnen und Autoren damals schon den Guide MICHELIN als mögliche Maßnahme im Blick hatten, ist nicht überliefert. Tatsache ist jedenfalls, dass der bekannte Restaurantführer österreichweit zuletzt 2009 aktiv war und aus der Gastronomieszene seit Jahren Rufe nach einer Rückkehr zu vernehmen waren. Um heimische Kulinarik-Spitzenleistungen in die Auslage zu stellen – die Vielfalt und den Ideenreichtum in der Gastronomie, die hohe Qualität der Produkte und die Nachhaltigkeit der Betriebe – dafür stellen Kulinarik-Führer einen wesentlichen Hebel dar. Und der Guide MICHELIN hat durch seine internationale Positionierung hier eine Sonderstellung.

Quelle: T-MONA Sommer 2023

Lukas Nagl, Küchenchef Restaurant Bootshaus, Das Traunsee

„Hochwertige Kulinarik ist Österreichs Visitenkarte und kulinarische Reiseführer helfen uns, mit unserem exzellenten Angebot international sichtbar zu werden."

Nicht nur die Spitzengastronomie profitiert

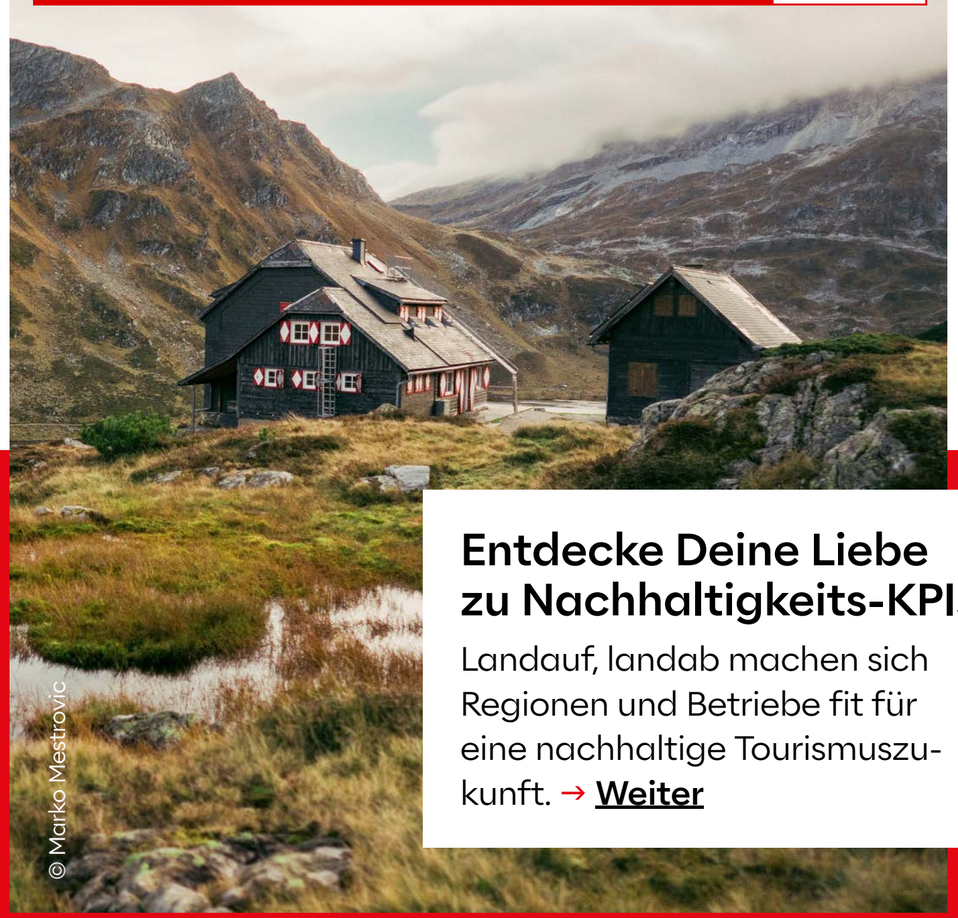
Gemeinsam mit den acht Landestourismusorganisationen – Vorarlberg Tourismus, Tirol Werbung, SalzburgerLand Tourismus, Kärnten Werbung, Oberösterreich Tourismus, Steiermark Tourismus, Niederösterreich Werbung, Burgenland Tourismus – und mit der Unterstützung der Branchenvertretung in der Wirtschaftskammer ist es in monatelangen Verhandlungen gelungen, die Rückkehr von Guide MICHELIN mit einer Österreich-Selektion im Jahr 2025 zu erreichen.

Wenn Guide MICHELIN die kulinarische Vielfalt der verschiedenen Regionen und des ganzen Landes international vor den Vorhang holt, profitiert nicht nur die Spitzengastronomie. Basierend auf Erfahrungen aus dem Ausland darf Österreich mit positiven Effekten für die Tourismusbranche, die lokale Wirtschaft und damit den gesamten Standort Österreich rechnen. Der Guide MICHELIN kann als zusätzlicher Katalysator für Qualität und Innovation in der österreichischen Gastronomie wirken und dafür sorgen, dass österreichische Köchinnen und Köche internationales Renommee erhalten – und andererseits Österreich attraktiv wird für Talente aus anderen Ländern.

Die Österreich Werbung blickt mit großer Vorfreude auf die Präsentation der Österreich-Selektion Anfang 2025. Wir freuen uns gemeinsam mit der heimischen Gastronomie auf den kommenden „Sternenregen" und die positiven Effekte für das Kulinarikland Österreich. ❖

Weitere Themen:

Partner für eine lebenswerte Zukunft 2023



© Marko Mestrovic

Entdecke Deine Liebe zu Nachhaltigkeits-KPIs

Landauf, landab machen sich Regionen und Betriebe fit für eine nachhaltige Tourismuszukunft. → **Weiter**

Partner mit jungem Vibe 2023

© Lena Ehrenhofer/SOVISO

Die Social-Media-Vibes der Österreich Werbung

Jung, frech: Wie die ÖW ihre Zielgruppe auch auf Social Media kanaladäquat abholt. → **Weiter**

Zurück zur Startseite

Entdecke deine Liebe zu Nachhaltigkeits-KPIs

© Marko Mestrovic

Landauf, landab machen sich Regionen und Betriebe fit für eine nachhaltige Tourismuszukunft – und die Welt damit ein klein wenig besser. Dazu gehört, die eigenen Fortschritte mit Hilfe von KPIs zu messen und seine Leistungen mit Zertifikaten sichtbar zu machen, frei nach dem Motto: Tu Nachhaltiges und rede darüber.

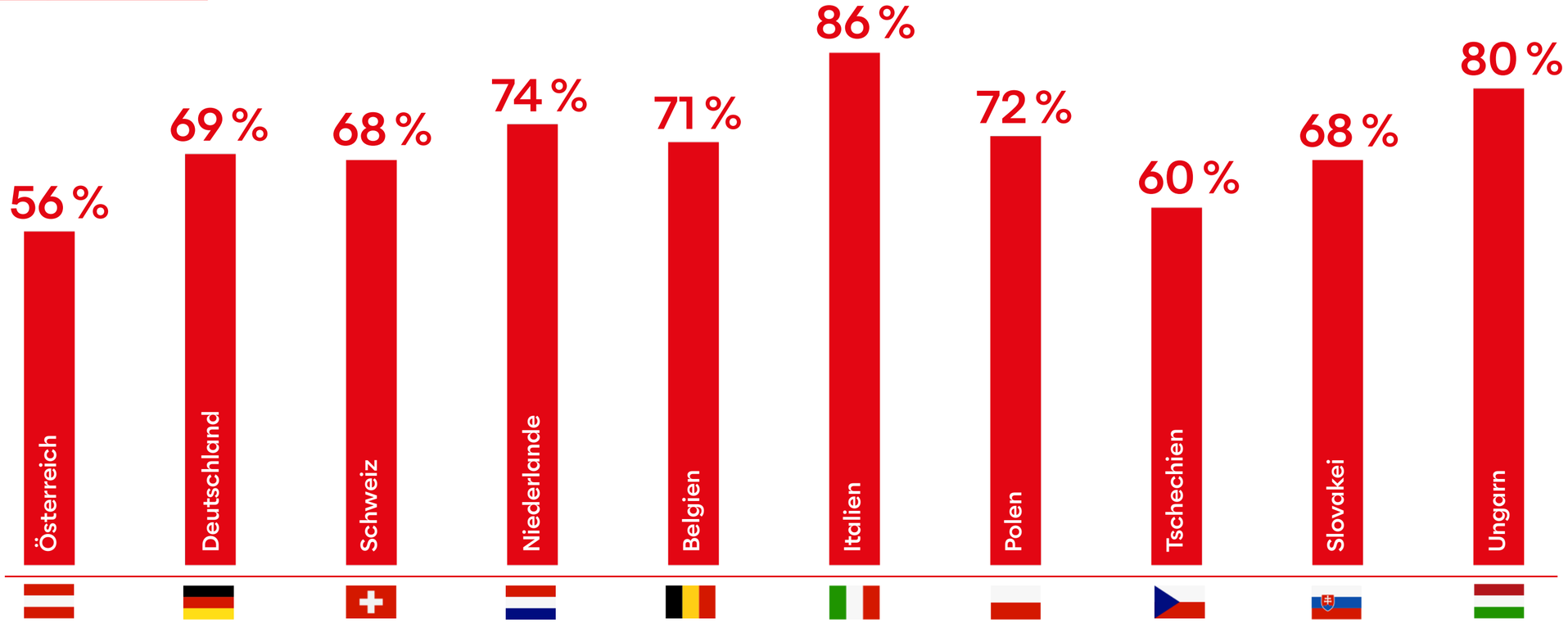
Der Wasserverbrauch pro Nächtigung, der Anteil erneuerbarer Energien, die Recyclingquote ... Die Erfolge auf dem Weg zu einem nachhaltigen Tourismus sind messbar. Diverse Key Performance Indicators, kurz KPIs, machen Erfolge sichtbar. Oder zeigen auf, wo Handlungsbedarf besteht.

Nachhaltigkeit macht sich nicht nur für die Umwelt bezahlt. Aus Umfragen wissen wir, dass Nachhaltigkeit für die Mehrzahl der Gäste ein Aspekt bei der Reiseentscheidung ist – bei der Zielgruppe für Urlaub in Österreich sogar noch stärker als in der allgemeinen Bevölkerung. Und eine weitere ÖW-Studie zeigt, dass Gäste zunehmend bereit sind, für nachhaltige Angebote einen Aufpreis zu bezahlen.
Hier geht's zur → **Conjoint-Studie zu Entscheidungskriterien bei der Hotelauswahl**.

Nachhaltigkeit wird für die Reiseentscheidung immer wichtiger

Zwischen 56 und 86 Prozent der Gäste aus unseren wichtigsten Herkunftsmärkten lassen Nachhaltigkeit in ihre Reiseentscheidung einfließen.

Quelle: Sommerpotenzialstudie 2023 ÖW/NIT.

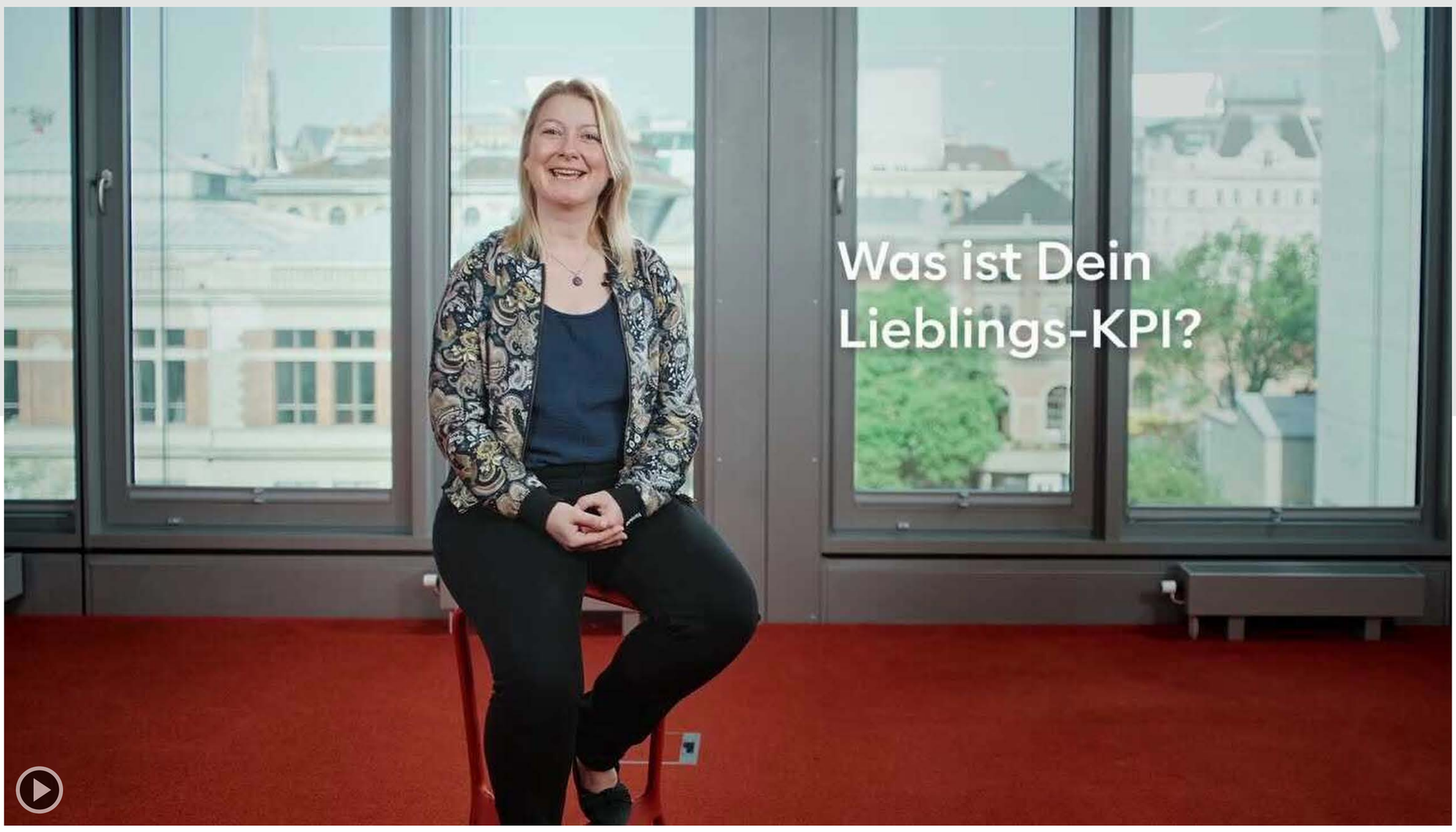


Ein KPI sagt mehr als tausend Worte

Betriebe und Destinationen fragen sich gleichermaßen: Wie geht man das Thema Nachhaltigkeit strategisch an? Wie kann man erkennen, ob man mit Initiativen auf dem richtigen Weg ist? Hier setzt das → **KPI Toolkit für Destinationen** an. Für die Publikation hat die Österreich Werbung 25 KPIs innerhalb der drei verschiedenen Dimensionen von Nachhaltigkeit definiert: der ökologischen, der ökonomischen und der sozialen Dimension. Neben der Berechnungsformel für den jeweiligen Wert liefert die Publikation auch die Herleitung über die Bedeutung des Aktionsfelds plus mögliche Maßnahmen zur Verbesserung des KPIs.

„Es ist gar nicht wichtig, wie viele KPIs eine Destination zu Anfang implementiert", sagt Katrin Erben, Nachhaltigkeitsexpertin der Österreich Werbung. Eine schrittweise Annäherung sei effizienter als eine Überforderung durch zu viele parallel laufende Prozesse. Im Video-Interview erzählt die Expertin, was Destinationen bei der nachhaltigen Transformation unbedingt beachten sollten und warum die „Anzahl der durchgeführten Dialogveranstaltungen pro Jahr" ihr Lieblings-KPI ist.

Wer braucht das KPI-Toolkit und warum? ÖW-Nachhaltigkeitsexpertin Katrin Erben im Talk



Empfohlene Zertifikate für den Tourismus in Österreich:

Für Betriebe

→ Österreichisches Umweltzeichen

→ EU Ecolabel

→ Green Key

Für Destinationen

→ Österreichisches Umweltzeichen

→ Green Destinations

→ TourCert

Zeigen, wie nachhaltig man ist

Wenn Nachhaltigkeit wettbewerbsrelevant ist, heißt das weitergedacht: Betriebe und Regionen sollten ihre potenziellen Gäste über ihre nachhaltigen Errungenschaften informieren. Frei nach dem Motto: Tu Nachhaltiges und rede darüber. Ein bewährtes Mittel, um Gästen Orientierung zu geben, sind Zertifikate. Im Zuge der Erarbeitung der Nationalen Zertifizierungs- und Kennzeichnungsstrategie wurden geeignete Zertifikate identifiziert und als Empfehlung an die Tourismusbranche kommuniziert. Ziel der Empfehlung ist, einen „Label-Dschungel" zu vermeiden.

Zertifizierungen geben aber nicht nur den Gästen Orientierung, sondern auch Betrieben und Destinationen die Möglichkeit, sich untereinander zu vergleichen und an einheitlichen Standards zu orientieren. „Zertifikate sind auch nicht das Ende des Nachhaltigkeitsweges, sondern die erste Etappe", sagt Katrin Erben. Deshalb ist es der ÖW ein großes Anliegen, Wissenstransfer innerhalb der Branche zu fördern. „Gerade im Bereich der Nachhaltigkeit müssen nicht alle das Rad neu erfinden. Die gegenseitige Inspiration ist ein entscheidender Faktor für die Zukunftsfähigkeit des Tourismusstandorts Österreich", sagt Erben. Deshalb bietet die Österreich Werbung zahlreiche Austauschformate, Netzwerktreffen und Publikationen mit Handlungsempfehlungen an.
→ Hier geht es zur Übersicht der **ÖW-Services im Bereich Nachhaltigkeit.** ❖

Weitere Themen:

Partner mit jungem Vibe | 2023

Die Social-Media-Vibes der Österreich Werbung

Jung, frech: Wie die ÖW ihre Zielgruppe auch auf Social Media kanaladäquat abholt. → **Weiter**

Partner, die grün sehen | 2023

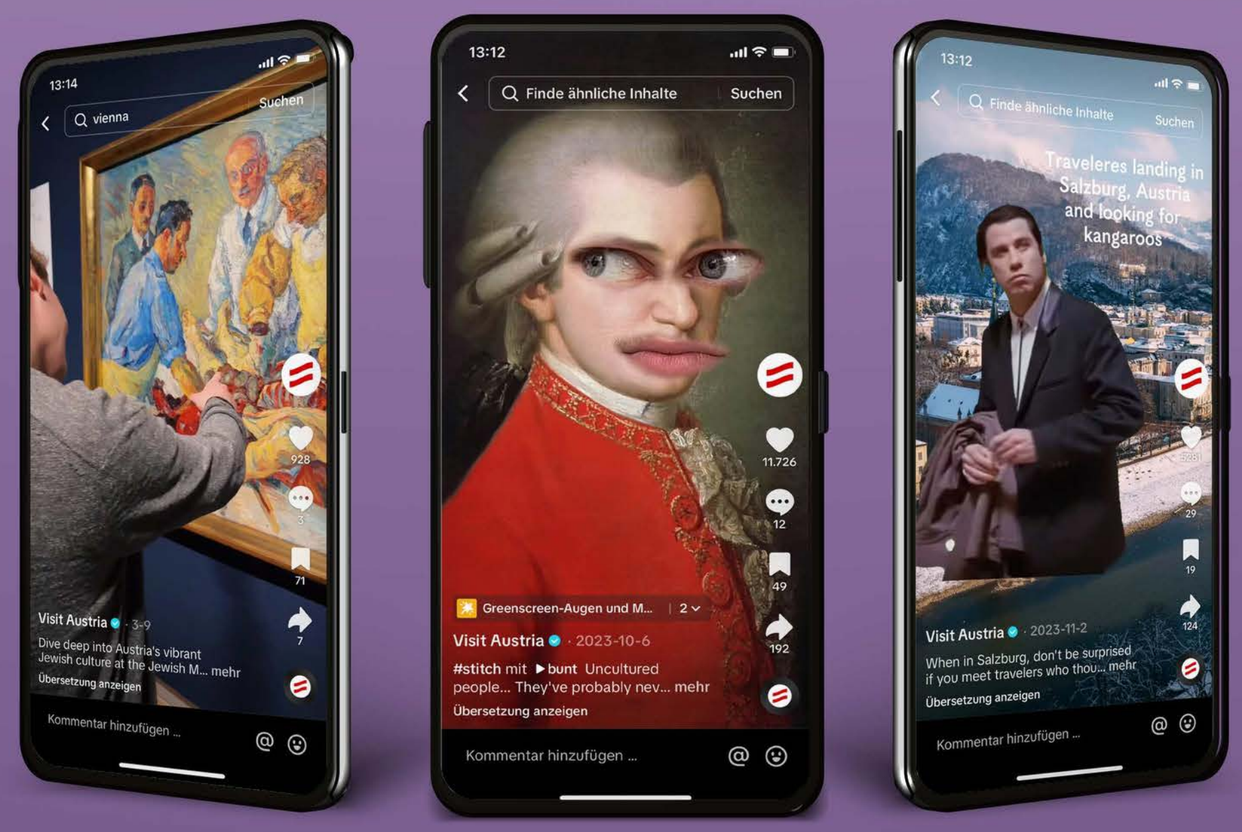
Wir machen Nachhaltigkeit sichtbar

Was die Österreich Werbung tut, um Nachhaltigkeit die nötige Sichtbarkeit zu geben.
→ **Weiter**

Zurück zur Startseite

Partner mit jungem Vibe 2023

Die Social-Media-Vibes der Österreich Werbung



„Es war einmal in einem kleinen Städtchen, da lebte ein Mädchen namens Barbara. Und diese Barbara war im ganzen Land für ihren abartig guten Rhabarberkuchen bekannt ...“

Wer jetzt einen Ohrwurm hat, bei dem möchten wir uns aufrichtig entschuldigen. Wer Fragezeichen in den Augen hat: Es handelt sich dabei um einen aktuellen Sound, der seit geraumer Zeit auf der Social-Media-Plattform TikTok die Runde macht. Die Runde machen dort seit Oktober 2023 auch die Inhalte der Österreich Werbung unter der Brand „Visit Austria“. Wie es dazu kam und welche Tipps und Tricks das ÖW-Team für die Arbeit mit TikTok und anderen Social-Media-Kanälen auf Lager hat, erfahren Sie hier.

Gekommen, um zu bleiben

TikTok ist längst ein Social-Media-Schwergewicht und eine feste Größe im Tourismus-Marketing. Mit seiner dynamischen (und nicht immer nur mehr jungen) Nutzerschaft und rund 1,7 Milliarden monatlichen Nutzern:innen weltweit hat TikTok auch die Art und Weise, wie Reisedestinationen präsentiert werden, revolutioniert. Ob unter dem Hashtag #tiktoktravel faszinierende Destinationen vorgestellt werden oder zu kreativen Challenges aufgerufen wird, TikTok bietet Touristiker:innen eine optimale Plattform. Aus diesem Grund ist auch die Österreich Werbung seit Oktober 2023 auf TikTok vertreten. Klares Ziel war es damals, die Reiselust der Generation Z zu entfachen. Dass das klappt, zeigen uns die mittlerweile 50.000 Follower:innen und über 70 Millionen Video-Views, die wir im ersten Halbjahr auf TikTok erreicht haben. Seit Dezember 2023 ergänzt YouTube Shorts das Social-Media-Portfolio der Österreich Werbung, um den aufwendig für TikTok produzierten Video-Content auch auf weiteren Plattformen verfügbar zu machen.

Die Vielfalt und Schönheit des Urlaubslands Österreich zeigen und unsere Community begeistern, das funktioniert deshalb auch so gut, weil wir seit 2023 vermehrt auf die Zusammenarbeit mit Influencer:innen setzen. Also Personen, die selbst bereits eine starke Präsenz auf ihren Social-Media-Kanälen haben. 2023 haben wir in sechs starken Partnerschaften gezeigt, wie vielfältig die Blickwinkel auf Österreich sein können.

Wie reichweitenstarke Influencer:innen für Österreich begeistern!

© Lena Ehrenhofer/SOVISO

Die kleine Charlotte war im Auftrag der ÖW „Austria's Youngest Ski Instructor".

Skifahren mit Charlotte

Das absolute Highlight? Unsere Flagship-Kampagne mit Charlotte als „Austria's Youngest Ski Instructor". Mit ihrer unvergleichlichen Ausstrahlung erklärte die Dreijährige in einer pointierten Serie, wie einfach das mit dem Skifahren klappt. Die Community auf TikTok und Instagram war begeistert. Neben mehr als 117 Millionen Views in den sozialen Medien eroberte Charlotte auch die Titelseiten heimischer Tageszeitungen.

2023 war auf Social Media insgesamt ein voller Erfolg. Durch frischen, kanaladäquaten Content haben wir Lust auf Reisen nach Österreich gemacht. Die Lehre daraus? Kreativität, High Speed und Nähe zur Community sind in der digitalen Welt unerlässlich. Wir bleiben dran, immer am Puls der Zeit, um das österreichische Lebensgefühl in einzigartige Geschichten auch künftig in die Welt zu tragen. Auf ein weiteres Jahr voller digitaler Erfolge! ❖

What's in for you

→ 1. Plattform für Destinationen und Regionen

Wir unterstützen dabei, die Besonderheiten einer Region, bestimmter Orte oder Bundesländer bei unserer Community in den Vordergrund zu stellen.

→ 2. Wir bringen Gäste zu Ihren Events

Wir promoten aktuelle Veranstaltungen und Trends aus den verschiedensten österreichischen Destinationen.

→ 3. Tailor-made Social-Media-Content

Wer exklusiv Partner einer Facebook-Content-Serie bzw. unterschiedlicher Content-Formate auf der Plattform werden möchte, kann sich sein Marktpaket im Rahmen einer Kooperation individuell zusammenstellen.

→ 4. Region vor den Vorhang:

In unseren Postings taggen wir Regionen sowie LTOs und erhöhen damit zusätzlich die Sichtbarkeit.

→ 5. Synergien nutzen:

Wir setzen Content-Produktionen auch gemeinsam mit den Landestourismusorganisationen Österreichs um.

→ Kontaktieren Sie uns!

Wie der Tourismus Tik Tok im Destinationsmarketing einsetzen kann, damit hat sich vor kurzem übrigens auch unsere Sendung ÖW Aktuell beschäftigt – jetzt ansehen!

12 Monate Social Media in Zahlen

6.000 Postings veröffentlicht

+5% Follower:innen über alle Kanäle

116 Produktionen umgesetzt

70 Mio. Video-Views alleine auf TikTok

Zeitraum April 2023 bis März 2024; B2C-Social-Media-Kanäle der ÖW:
Facebook, Instagram, TikTok, Pinterest, YouTube

Weitere Themen:

Partner, die grün sehen 2023

Wir machen Nachhaltigkeit sichtbar

Was die Österreich Werbung tut, um Nachhaltigkeit die nötige Sichtbarkeit zu geben.
→ **Weiter**

Partner für unbegrenzte Möglichkeiten 2023

Österreichischer Winterzauber in New York

Die Österreich Werbung und ihre Partner brachten den österreichischen Winter mit all seinen Facette in New York. → **Weiter**

Zurück zur Startseite

Partner, die grün sehen 2023

Wir machen Nachhaltigkeit sichtbar

Von der Publikation mit 50 Best-Practice-Beispielen bis zum ersten „Sustainable Tourism in Austria Summit“ im Juni 2024: Was die Österreich Werbung tut, um Nachhaltigkeit die nötige Sichtbarkeit zu geben.

Dass öffentliche Diskussionen nicht immer faktenbasiert verlaufen, kennen wir im Tourismus gut. Was wird unsere Branche nicht regelmäßig kritisiert, bei jedem Start in eine Skisaison aufs Neue. Skifahren schlimm; Beschneiung ganz, ganz schlimm. Vergessen wird an dieser Stelle allzu gerne, dass bei moderner technischer Beschneiung nur Luft und Wasser zum Einsatz kommen und 100 Prozent des Wassers zurück in den natürlichen Kreislauf gehen. Oder dass der Anteil erneuerbarer Energien im Tourismus bei 55 Prozent liegt. Österreich hat auf dem Weg zu einem nachhaltigen Tourismus schon eine beachtliche Strecke hinter sich. Das zeigen auch Rankings wie der Sustainable Travel Index von Euromonitor, wo unser Land im vergangenen Jahr auf den exzellenten dritten Platz vorgerückt ist – von 99 betrachteten Ländern.

Das bedeutet natürlich nicht, dass sich Österreich auf seinen bisherigen Leistungen ausruhen kann. Wenn Österreichs Tourismus auch künftig zu den Top-Destinationen im Nachhaltigkeitsbereich gehören will, bedarf es weiterer und anhaltender Anstrengungen. Trotzdem dürfen wir als Branche stolz und selbstsicher kommunizieren, was wir in Sachen Nachhaltigkeit schon erreicht haben.

Nachhaltigkeit effektiv kommunizieren

Als Hilfestellung für diese Kommunikation hat die Österreich Werbung den „Leitfaden Green Claims im Tourismus“ zusammengestellt. Die kostenlos verfügbare Publikation soll nicht nur Betriebe dabei unterstützen, ihre Kommunikation von Nachhaltigkeitsthemen effektiv zu gestalten. Sie will vor allem helfen, die zahlreichen Stolperfallen zu vermeiden, die im Kontext von „Green Claims“ lauern – Stichwort rechtliche Probleme, wenn man sich „grüner“ darstellt, als man eigentlich ist. Hier gibt es mehr Informationen und den Download der Publikation → **„Leitfaden Green Claims im Tourismus“.**

Nachhaltigkeit vor den Vorhang holen

Die Österreich Werbung hat es sich zur Aufgabe gemacht, Nachhaltigkeit sichtbar zu machen. Einerseits, weil Nachhaltigkeit für viele Gäste längst buchungsrelevant ist und Österreich mit seinen Leistungen handfeste Wettbewerbsvorteile ausspielen kann. – Hier verraten wir übrigens, wie und warum → **KPIs und Zertifizierungen** dafür essenzielle Tools sind.

Andererseits möchten wir Nachhaltigkeit sichtbar machen, weil wir als Tourismusland mehr erreichen werden, wenn nicht jeder Betrieb, jede Region für sich alleine nach Lösungen sucht, sondern die einzelnen Player im Tourismus voneinander lernen. Und sich gegenseitig zu Höchstleistungen inspirieren.

170 Seiten, 50 nachhaltige Projekte

Apropos Höchstleistungen. Die standen im Mittelpunkt der Publikation „Nachhaltigkeit in Österreich“. Genauer gesagt standen 50 Projekte aus verschiedenen Bereichen der Nachhaltigkeit im Mittelpunkt: erfolgreiche Umsetzung von nachhaltigem Tourismus in den Bereichen Winter, Sommer, Mobilität, Kreislaufwirtschaft und Soziales. Von umweltbewusst bewirtschafteten Wanderhütten bis zum barrierefreien Alpintourismus reicht das Spektrum der vorgestellten Projekte. Umgesetzt wurde die Publikation gemeinsam mit dem weltweit agierenden Nachhaltigkeits-Beratungsunternehmen Sustainia. Die vorgestellten Erfolgsstorys sollen der Branche neue Impulse geben und für Regionen und Betriebe Ansporn und Inspiration für ihre eigenen Nachhaltigkeitsinitiativen sein.

Übrigens: Und weil es weit mehr erwähnenswerte Nachhaltigkeitsprojekte als die 50 in der Publikation vorgestellten gibt, ist eine Folgepublikation auch schon in Planung. Sie möchten, dass darin auch Ihr Projekt vorgestellt wird? Melden Sie sich bei uns! Den Link zum entsprechenden Formular finden Sie ganz unten auf der Landingpage zur Publikation. Dort gibt es auch alle Informationen plus die Download-Bestellmöglichkeit für → **„Nachhaltigkeit in Österreich“.**

5 von 50: einige nachhaltige Vorzeigeprojekte aus der Publikation im Schnelldurchlauf

Hauseigene Innovation: Im Skigebiet Riesneralm in der Steiermark ist man auf eine hauseigene Innovation besonders stolz: Ein Wasserkraftwerk, das direkt an die Beschneiungsanlage angeschlossen ist. Ein eigener Beschneiungsteich am Berg wird dadurch überflüssig.

Erster „Sustainable Tourism in Austria Summit“

Climate Action Plans, Daten & Messbarkeit, Partizipation, Tourismusakzeptanz und Nachhaltigkeitskommunikation: Das sind die fünf Themenschwerpunkte beim ersten „Sustainable Tourism in Austria Summit“ (STiAS) am 24. und 25. Juni 2024 in Grafenegg. Bei der zweitägigen Veranstaltung treffen sich nationale und internationale Gestalter:innen der Tourismusbranche zum Wissenstransfer und Austausch. Vielfältige Keynotes, Panel-Diskussionen und Workshops ermöglichen es den Besucher:innen, tief in verschiedenste Aspekte der Nachhaltigkeit einzutauchen und von den hochkarätigen Speaker:innen praktisch anwendbare Insights zu erhalten.

STiAS ist eine Veranstaltung der Österreich Werbung in Zusammenarbeit mit dem Bundesministerium für Arbeit und Wirtschaft. Hier gibt’s alle Informationen zum → **Sustainable Tourism in Austria Summit.** ❖

Weitere Themen:

Partner für unbegrenzte Möglichkeiten 2023

© Michael Nagle

Österreichischer Winterzauber in New York

Die Österreich Werbung und ihre Partner brachten den österreichischen Winter mit all seinen Facette in New York. → **Weiter**

Partner, die im Bilde sind 2023

Good to know!

Die Österreich Werbung versorgt den heimischen Tourismus mit einer Fülle an wertvollen Informationen.
→ **Weiter**

© Marko Mestrovic

Zurück zur Startseite

© Michael Nagle

Partner für unbegrenzte Möglichkeiten 2023

Österreichischer Winterzauber in New York

Schneemassen und zweistellige Minusgrade – mit Winter kennt man sich in New York aus. Trotzdem, oder gerade deswegen, war ein außergewöhnliches Pop-up-Event ein durchschlagender Erfolg: Die Österreich Werbung und ihre Partner brachten den österreichischen Winter mit all seinen Facetten in die US-Millionenmetropole.

Österreichischer Winterzauber mitten in New York City! Was hinter dieser Schlagzeile steckte, davon konnten sich Hunderte skiaffine Amerikaner:innen im November persönlich überzeugen. „Winter Stories Untold" hieß eine viertägige Pop-up-Experience, mit der die Österreich Werbung gemeinsam mit zahlreichen österreichischen Partnern für Winterstimmung im Herzen Manhattans sorgte.

Die Veranstaltung bot nicht nur virtuelle Ballonfahrten über majestätische Alpengipfel, sondern auch eine umfangreiche Ausstellung zur 130-jährigen Skigeschichte Österreichs und dem großen Einfluss österreichischer Skipioniere auf die Entwicklung des Skisports in den USA. Besonderes Augenmerk lag dabei auch auf den Bemühungen führender Skiregionen wie dem Arlberg, Zell am See-Kaprun und Kitzbühel, den Wintersport für kommende Generationen zu bewahren.

Auch wenn im US-Markt die Segmente Kultur- und Städtereisen traditionell stark sind, ist der Winter nicht zu vernachlässigen. „Das Wintergeschäft aus den USA hat sich in den letzten Jahren zu einer besonders wertschöpfungsrelevanten Nische entwickelt. Es war uns wichtig, für Österreich hier ein Ausrufezeichen zu setzen", sagt Michael Gigl, Head of Market USA.

Abends verwandelte sich die Veranstaltungslocation in eine Kulisse für eine Gourmet Dinner Experience beziehungsweise einen pulsierenden New Yorker Club für geladene Gäste aus der Reise- und Medienbranche. Sowohl Besucher:innen als auch Partner waren gleichermaßen begeistert von diesem österreichischen Winterzauber im Big Apple – dem unumstrittenen Medienzentrum der USA und zugleich der Heimat unserer treuesten Wintergäste.

Neugierig, wie die restlichen ÖW-Büros international Stimmung für den Winter in Österreich gemacht haben? Unser → **Blogbeitrag** hat alle Infos und Fotos zu den Winterauftakt-Veranstaltungen in den Märkten. ❖

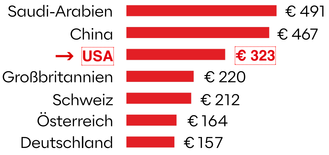
Josef Walch, Rote Wand Gourmet Hotel

„Wir finden es sehr wichtig, auf so tollen Veranstaltungen präsent zu sein. Es ist der perfekte Puzzlestein für die Erschließung neuer Märkte."

© Michael Nagle

Amie Engerbretson, US-Ski-Star und Botschafterin der Umweltorganisation „Protect Our Winters", fand lobende Worte für

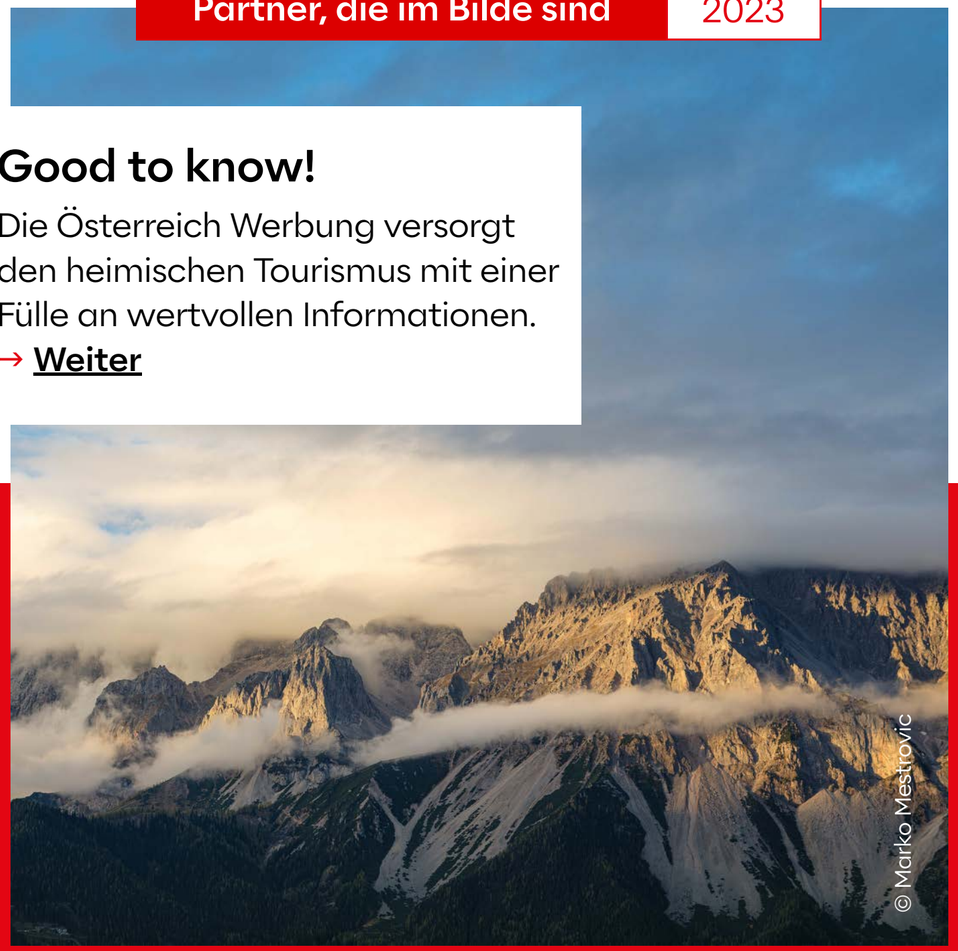
Tägliche Ausgaben unserer Gäste im Österreich-Urlaub



Insights zum Event und der Bedeutung des Markts USA im Video-Interview mit Michael Gigl, Head of Market USA

Weitere Themen:

Partner, die im Bilde sind 2023



Good to know!

Die Österreich Werbung versorgt den heimischen Tourismus mit einer Fülle an wertvollen Informationen.
→ **Weiter**

Partner, so klug wie Wickie 2023

Zum Lernen in den hohen Norden

Vorreiter in Sachen Nachhaltigkeit – eine Fact-Finding-Mission nach Dänemark. → **Weiter**

Zurück zur Startseite

Good to know!

Sie benötigen die Ferientermine in Deutschland? Studien zur Nachfrage aus Italien? Oder Informationen zu den neuesten Entwicklungen im Bereich der künstlichen Intelligenz? Die Österreich Werbung versorgt den heimischen Tourismus mit einer Fülle an wertvollen Informationen. Ein Überblick über die ÖW-Serviceleistungen.

© Marko Mestrovic

Mit dem AI-Radar immer up to date

In keinem anderen Bereich gibt es in ähnlich kurzen Abständen solch bahnbrechende neue Entwicklungen wie bei künstlicher Intelligenz (KI bzw. Artificial Intelligence, AI). Die Innovation-Abteilung der Österreich Werbung hat sich zum Ziel gesetzt, interessierten Touristikerinnen und Touristikern eine zentrale Anlaufstelle zum Thema zu bieten. Mit den Blogbeiträgen des AI-Radar bleiben Sie über die KI-Neuigkeiten informiert. Und in Webinaren lernen Sie außerdem, die Tools effektiv einzusetzen.

→ **Hier geht's zum AI-Radar.**

ÖW News: der Branchennewsletter

Die ÖW News sind der regelmäßige Branchennewsletter der ÖW – und der wöchentliche Beweis, wie vielfältig, innovativ und vernetzt der österreichische Tourismus ist. Neben aktuellen Neuigkeiten finden Sie darin interessante Trends und Studien, Ankündigungen und Berichterstattung von Veranstaltungen. Plus: Ihnen entgeht nie wieder, wenn eine neue Ausgabe der unten vorgestellten Wissensformate erscheint.

→ **Gleich für die ÖW News anmelden!**

Tourismusforschung auf einen Klick

Basierend auf Statistiken, Marktforschungsstudien und Recherchen unserer weltweit tätigen Marktexpertinnen und -experten stellen unsere Kolleginnen und Kollegen der ÖW-Tourismusforschung ihre Publikationen zusammen. Informationen über Nächtigungszahlen, Trends, Potenziale – hier finden Sie alles rund um das Urlaubsverhalten Ihrer Gäste.

→ **Hier geht's zur geballten Information der ÖW-Tourismusforschung.**

Marktwissen auf den Punkt gebracht

Mit 21 internationalen Marktbüros bearbeitet die Österreich Werbung aktuell 27 Herkunftsmärkte. In Zusammenarbeit mit der AUSSENWIRTSCHAFT AUSTRIA kommen weitere 8 Potenzialmärkte hinzu. Das fundierte Marktwissen, das aus diesem weltweiten Netzwerk entsteht, stellt die ÖW der Tourismusbranche zur Verfügung. Auf den Märkte-Seiten finden Sie alle relevanten Informationen: Nächtigungen, Saisonverteilung, Gästestruktur und viele weitere Daten, übersichtlich aufbereitet und nach Herkunftsländern gegliedert.

→ **Hier geht es zu den Märkten.**

Service für Incoming-Agenturen

Sie sind eine österreichische Incoming-Agentur? Dann verschaffen Sie sich über unser Reisebüroverzeichnis mehr Reichweite durch Sichtbarkeit auf unseren nationalen und den internationalen B2B-Seiten! Wir laden konzessionierte Reisebüros herzlich ein, sich kostenlos zur Aufnahme in das Verzeichnis anzumelden. Nutzen Sie das große Netzwerk der Österreich Werbung für Ihren Erfolg.

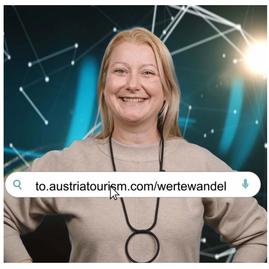
→ **Hier geht's zum Incomer-Verzeichnis.**

Die Video-Formate der Österreich Werbung

Ein neues Talk-Format und zwei bewährte Sendungen mit runderneuertem Konzept: Das sind die Videoformate der Österreich Werbung.

ÖW Change

Das ÖW-Zukunftsmagazin beleuchtet die neuesten Entwicklungen in den Bereichen Digitalisierung und Nachhaltigkeit. Die Sendung holt nachahmenswerte Initiativen vor den Vorhang, Expertinnen und Experten stellen ihre innovativen Projekte vor. Seit dem Relaunch im Februar 2024 ergänzen weiterführende Informationen das Videoformat: Blogbeiträge, Interviews, Links zu Studien ermöglichen, tiefer ins jeweilige Thema einzutauchen.



→ **Alle Sendungen zum Nachsehen gibt es hier.**

ÖW Aktuell

Das runderneuerte ÖW Aktuell taucht ins Tagesgeschäft der Tourismusbranche ein. Expertinnen und Experten berichten von ihren Erfahrungen und geben Einblicke in aktuelle Trends. Von neuen Studien über Tipps zur effektiven Nutzung von sozialen Medien bis zu konkreten Handlungsanleitungen – all das finden Sie ab sofort bei ÖW Aktuell.
Infos zur nächsten Sendung und alle bisherigen Episoden zum Nachsehen unter:

→ **www.austriatourism.com/oew-aktuell**

ÖW Talk

Im Rahmen des neuen Talkformats lädt ÖW-Geschäftsführerin Astrid Steharnig-Staudinger spannende Persönlichkeiten aus der Tourismusbranche ein, um individuelle Blickwinkel einzufangen. Gemeinsam reden sie über relevante Themen, die die Branche aktuell beschäftigen. Die bisherigen Talks mit Staatssekretärin Susanne Kraus-Winkler und Johannes Hörl, Präsidiumsmitglied bei Austrian Leading Sights und CEO der Großglockner Hochalpenstraßen AG, und natürlich alle zukünftigen Episoden sehen Sie hier:

→ **www.austriatourism.com/oewthek/oew-talk/**

Die ÖW-Bilddatenbank

Suchen Sie Motive rund um das Thema „Urlaub in Österreich" und das österreichische Lebensgefühl, um Ihre Angebote bestmöglich in Szene zu setzen und zu bewerben? In der ÖW-Bilddatenbank finden Sie buchstäblich Tausende Fotos zur kostenfreien Nutzung. Ob Sport, Kulinarik, Sommer oder Winter: Hier finden Sie mit Sicherheit das passende Foto. Bitte beachten Sie die bei den einzelnen Bildern jeweils angegebenen Nutzungsbedingungen.

→ **Hier geht es zur Bilddatenbank.**

Weitere Themen:

Partner, so klug wie Wickie | 2023

Zum Lernen in den hohen Norden

Vorreiter in Sachen Nachhaltigkeit – eine Fact-Finding-Mission nach Dänemark. → **Weiter**

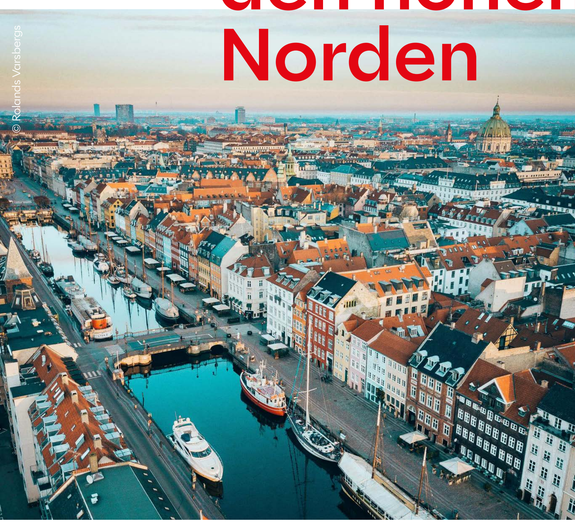
Partner, die mittendrin sind | 2023

Österreich durch die Linse der Austrian Creators

Austrian Creators unterstützen Social-Media-Team der ÖW aus ganz Österreich. → **Weiter**

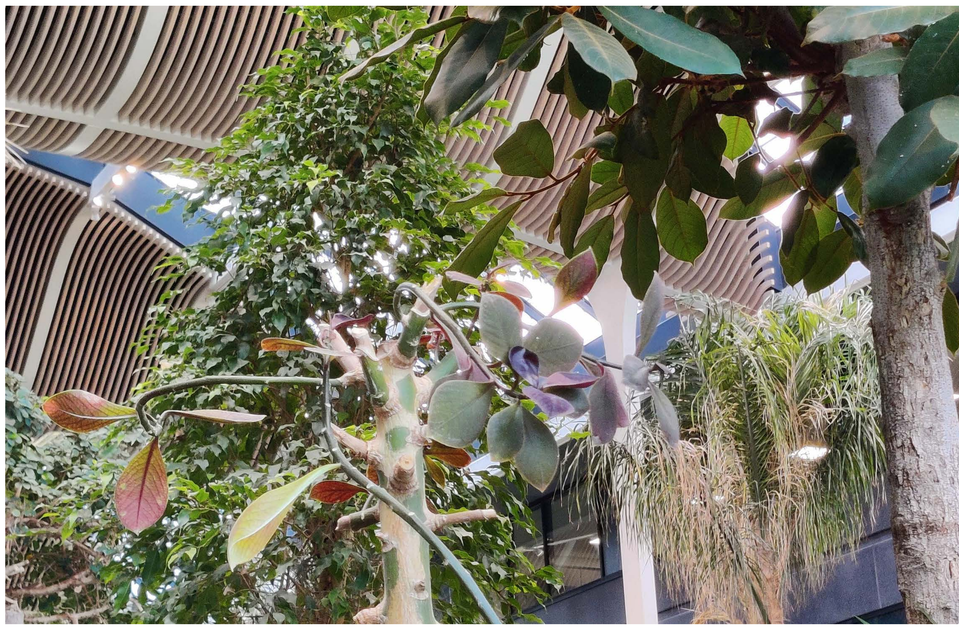
Zurück zur Startseite

Zum Lernen in den hohen Norden



Die Dänen sind Vorreiter in Sachen Nachhaltigkeit. Und besonders mitteilungsbedürftig. Sie brennen förmlich darauf, ihre Erfahrungen zu teilen. Grund genug für eine Gruppe österreichischer Touristiker:innen, sich im Herbst 2023 auf eine Fact-Finding-Mission zu begeben.

Österreich ist in Sachen Nachhaltigkeit – frei nach dem Volksmund – nicht auf der Nudlsuppn dahergschwommen. Platz drei im Sustainable Travel Index von Euromonitor spricht eine deutliche Sprache. Trotzdem ist es nie ein Fehler, über den Tellerrand zu schauen. Was machen andere Länder? Wo können wir uns Anregungen holen? Mit wem unsere Erfahrungen austauschen? Aus genau diesem Grund ging es für eine 20-köpfige Gruppe Touristiker:innen Mitte September 2023 nach Dänemark zu einem Austausch mit der lokalen Tourismusbranche und anderen Playern aus dem Nachhaltigkeitssektor. Organisiert wurde die Reise von der AUSSENWIRTSCHAFT AUSTRIA in Kooperation mit der Österreich Werbung. Das Thema: Nachhaltiger Tourismus mit besonderem Fokus auf regenerative Energien.

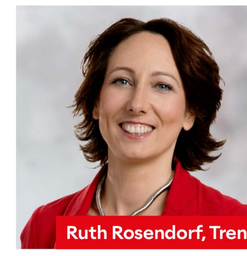


Crown Plaza Towers ist ein nachhaltiges Spitzenhotel in Kopenhagen. Es wird mit Grundwasser gekühlt und verfügt über einen hauseigenen Energiespeicher.
© Ruth Rosendorf

Dänemark gilt als Vorzeigeland in Sachen Nachhaltigkeit. Es kommt nicht von ungefähr, dass das bekannte Nachhaltigkeitszertifikat Green Key hier seinen Ursprung hat. Green Key ist in über 60 Ländern im Einsatz und auch in Österreich eines von drei Nachhaltigkeitszertifikaten, die für Betriebe empfohlen sind.

Entsprechend viele Vorzeigeprojekte gab es für die Teilnehmer:innen der Reise zu bestaunen. Etwa die Müllverbrennungsanlage Amager Bakke, auf deren Dach die Niederländer ganzjährig Skifahren üben können für ihren nächsten Winterurlaub in Österreich. Oder ein Restaurant, das seinen Bedarf an Obst und Gemüse aus einem hauseigenen Dachgarten deckt. Neben der einen oder anderen konkreten Anregung für nachhaltige Projekte – was waren die großen Learnings, die die Reiseteilnehmer:innen mit nach Österreich brachten? Wir fragten Ruth Rosendorf, Trendforscherin der Österreich Werbung. Ruth Rosendorf hat die Reise inhaltlich kuratiert und vor Ort begleitet. Für die ÖW-Trendforscherin können wir uns von Dänemark vor allem drei Dinge abschauen: Wie verschiedene Sektoren gemeinsam an einem Strang ziehen, dass es eine hohe Bereitschaft zum Wissensaustausch gibt – und ein Faible für Zertifizierungen. ❖

Mehr Informationen zur Zukunftsreise in diesem → **Blogbeitrag.**



Ruth Rosendorf, Trendforscherin der ÖW

„Dänemark ist beim Thema Nachhaltigkeit breit aufgestellt: Ministerien, Unternehmen, Organisationen plus Wissenschaft und Forschung arbeiten gemeinsam an der nachhaltigen Zukunft.“

Der Markt Dänemark

Mehr Informationen auf der → **Marktseite Dänemark**

1,1 %
Anteil an allen Nächtigungen

1,7 Mio.
Nächtigungen in Österreich 2023

6 Mio.
Bevölkerung

38 %
Anteil Stammgäste

Weitere Themen:

Partner, die mittendrin sind 2023

Österreich durch die Linse der Austrian Creators

Austrian Creators unterstützen das Social-Media-Team der ÖW aus ganz Österreich. → **Weiter**

Partner, die wissen, was sie von uns haben 2024

Das haben Sie von der Österreich Werbung

Überblick über die zahlreichen und vielfältigen Leistungen der ÖW → **Weiter**

Zurück zur Startseite

Österreich durch die Linse der Austrian Creators

Heuer feiert die Österreich Werbung das 4-jährige Jubiläum der Zusammenarbeit mit ihrer Content-Creator-Community. Seit 2020 unterstützen die Austrian Creators das Social-Media-Team der ÖW mit vielseitigen und authentischen Inhalten aus ganz Österreich.

Wenn im Westen Österreichs der erste Schnee fällt, wie kommt das Social-Media-Team der Österreich Werbung zu Fotos, die sofort Lust darauf machen, den nächsten Skiurlaub in Österreich zu buchen? Seit dem Jahr 2020 ist das eine leichte Übung. Seit damals arbeitet die ÖW mit den „Austrian Creators" zusammen. Die Mitglieder der Content-Creator-Community sind über ganz Österreich verstreut und liefern Fotos und Videos für Social Media oder Kampagnen.

Das erklärte Ziel der Kollaboration besteht darin, die Vielfalt Österreichs in all ihren Facetten authentisch darzustellen und gleichzeitig das einzigartige österreichische Lebensgefühl zu vermitteln, das von Gelassenheit, Leichtigkeit und Genuss geprägt ist. „Die Zusammenarbeit steigert die Glaubwürdigkeit und das Vertrauen in das Urlaubsland Österreich", erklärt Sandra Gindl, Channel Managerin der Österreich Werbung. „Indem wir echte Momente direkt aus dem Leben einfangen, können wir auf unseren Social-Media-Kanälen das wahre Österreich-Erlebnis vermitteln."

Content auch für Ihre Kanäle

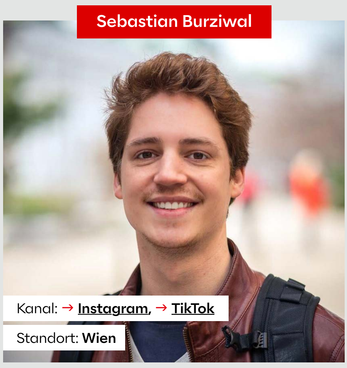
Lust auf einen Eindruck zur Vielfalt und Qualität der Arbeit der Austrian Creators? Einen kleinen Einblick in ihre Arbeit gibt unsere Slideshow. Sie suchen einen Creator für Contentproduktion für Ihre Social-Media-Kanäle? Vernetzen Sie sich!
Wir unterstützen Sie gerne bei der Kontaktaufnahme. Hier finden Sie mehr
→ **Informationen zu den Austrian Creators.** ❖

Lisa Eiersebner

„Fotografie ist eine Kunst des Beobachtens – nicht nur mit den Augen, sondern mit Herz und Gespür."

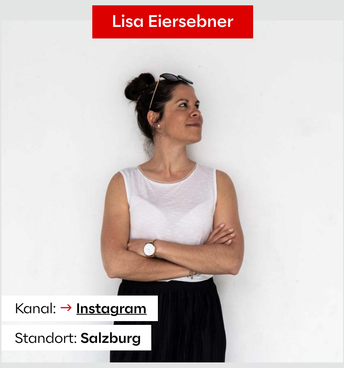
Die Austrian Creators – und ein kleiner Einblick in ihre Arbeit

Sebastian Burziwal



Kanal: → Instagram, → TikTok
Standort: **Wien**

Lisa Eiersebner

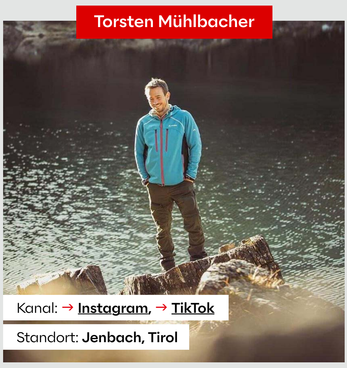


Kanal: → Instagram
Standort: **Salzburg**

Christian Kremser

Kanal: → Instagram
Standort: **Wien**

Torsten Mühlbacher



Kanal: → Instagram, → TikTok
Standort: **Jenbach, Tirol**

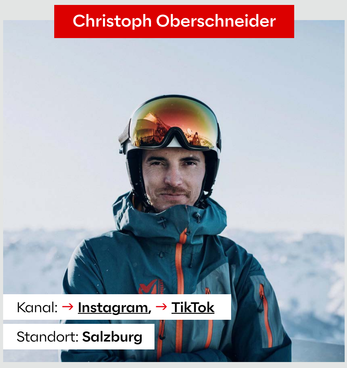
Lisa Marie & Manuel Sedlatschek

Kanal: → Instagram (maliunterwegs)
Standort: **Burgenland**

Lukas Nagler

Kanal: → Instagram, → TikTok
Standort: **Ennstal, Oberösterreich**

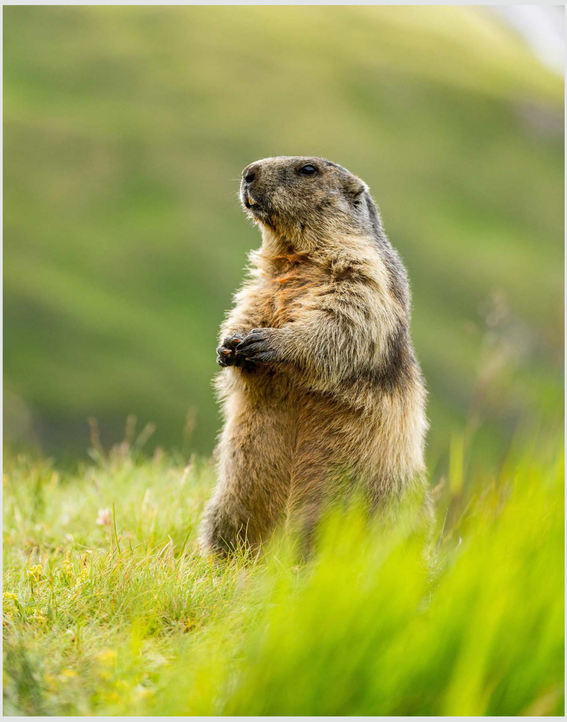
Christoph Oberschneider



Kanal: → Instagram, → TikTok
Standort: **Salzburg**

Jessica Lerchenmüller

Kanal: → Instagram, → TikTok
Standort: **Vorarlberg**



Peter Maier
Murmeltier, Großglockner

Sebastian Scheichl

Kanal: → Instagram
Standort: **Salzburg**

Katharina Werni & Romeo Felsenreich

Kanal: → Instagram (Sommertageblog)
Standort: **Wien**

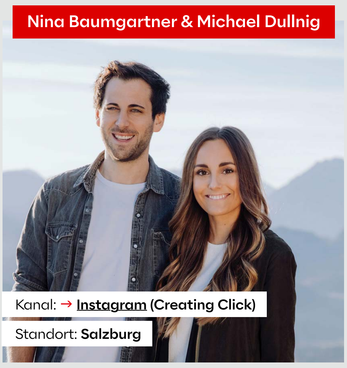
Michael Stabentheiner

Kanal: → Instagram
Standort: **Klagenfurt, Kärnten**

Karl Steinegger

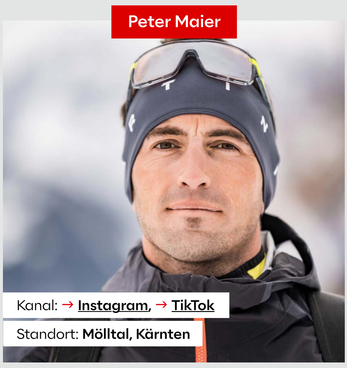
Kanal: → Instagram
Standort: **Steiermark, Salzkammergut**

Nina Baumgartner & Michael Dullnig



Kanal: → Instagram (Creating Click)
Standort: **Salzburg**

Peter Maier



Kanal: → Instagram, → TikTok
Standort: **Mölltal, Kärnten**

Weitere Themen:

Partner, die wissen, was sie an uns haben 2024

Das haben Sie von der Österreich Werbung

Überblick über die zahlreichen und vielfältigen Leistungen der ÖW → **Weiter**

Partner ohne Hand und Fuß 2023

ChatGPT auf Österreichisch

Der KI-Chatbot der Österreich Werbung beantwortet Gästeanfragen rund um die Uhr in über 50 Sprachen. → **Weiter**

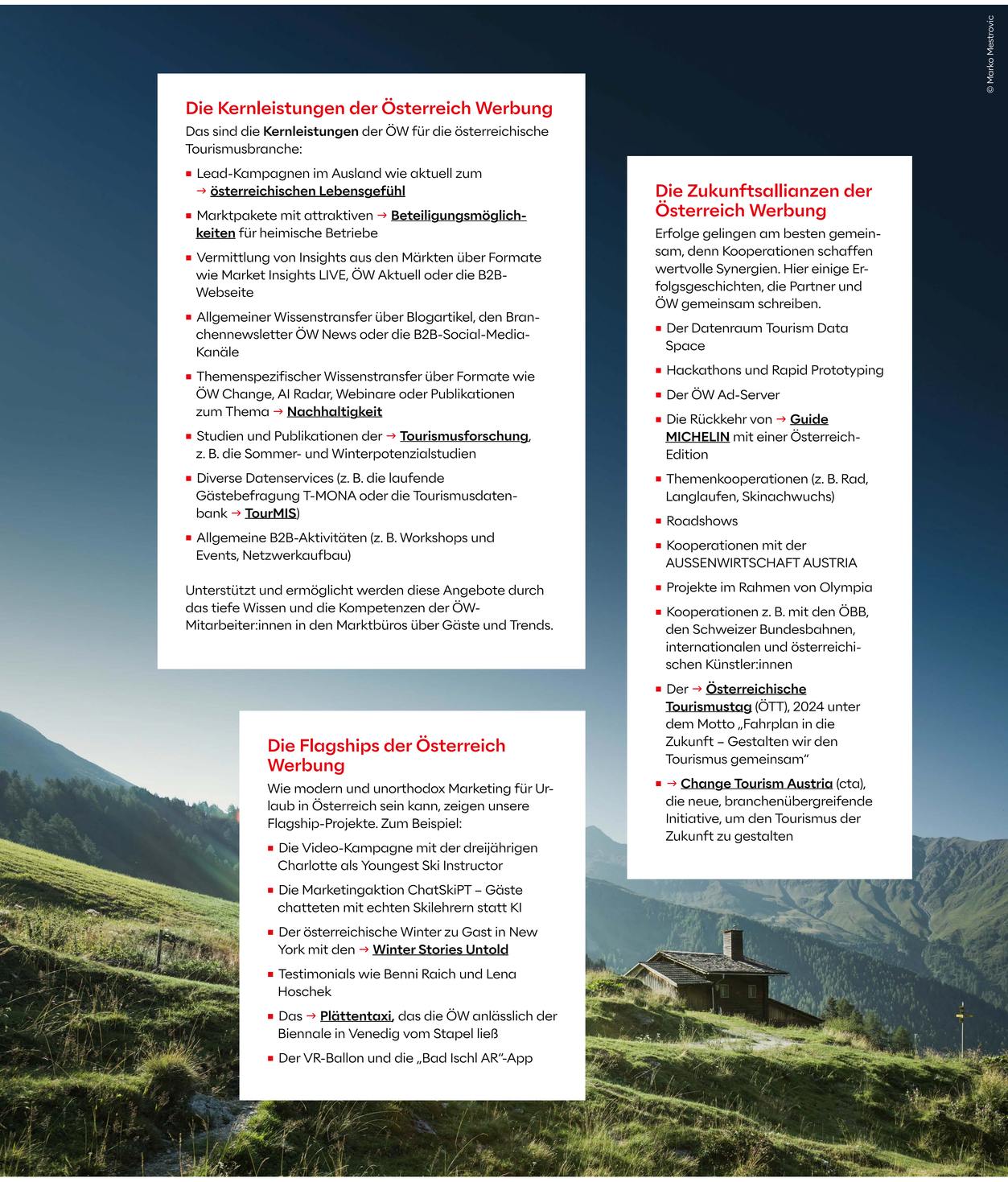
Zurück zur Startseite

Das haben Sie von der Österreich Werbung

Was macht eigentlich diese Österreich Werbung? Und was hab' ich als Touristiker:in davon? Gut, dass Sie fragen! Wir freuen uns, Ihnen einen Überblick über die zahlreichen und vielfältigen Leistungen der ÖW geben zu dürfen.

Die Aufgaben von nationalen Tourismusorganisationen haben sich über die Jahre und Jahrzehnte drastisch verändert. Das gilt natürlich auch für die Österreich Werbung, die kommendes Jahr übrigens ihr 70-jähriges Bestehen feiert. Ging es früher primär darum, um Gäste zu werben und potenzielle Gäste schriftlich und telefonisch zu beraten, so sind in den vergangenen Jahren zahlreiche Aufgaben dazugekommen. Andere sind in den Hintergrund getreten.

Die heutige Österreich Werbung versteht sich als Ideengeberin, Sparringspartnerin und Wegbereiterin für den österreichischen Tourismus. Wir sammeln Wissen, bereiten es für die Branche auf, zeigen Einsatzmöglichkeiten und Lösungswege und unterstützen, wo das geht, bei der Umsetzung. Und ja, Marketing für Urlaub in Österreich macht die Österreich Werbung natürlich auch. Der Name verpflichtet.



© Marko Mestrovic

Die Kernleistungen der Österreich Werbung

Das sind die **Kernleistungen** der ÖW für die österreichische Tourismusbranche:

- Lead-Kampagnen im Ausland wie aktuell zum → **österreichischen Lebensgefühl**
- Marktpakete mit attraktiven → **Beteiligungsmöglichkeiten** für heimische Betriebe
- Vermittlung von Insights aus den Märkten über Formate wie Market Insights LIVE, ÖW Aktuell oder die B2B-Webseite
- Allgemeiner Wissenstransfer über Blogartikel, den Branchennewsletter ÖW News oder die B2B-Social-Media-Kanäle
- Themenspezifischer Wissenstransfer über Formate wie ÖW Change, AI Radar, Webinare oder Publikationen zum Thema → **Nachhaltigkeit**
- Studien und Publikationen der → **Tourismusforschung**, z. B. die Sommer- und Winterpotenzialstudien
- Diverse Datenservices (z. B. die laufende Gästebefragung T-MONA oder die Tourismusdatenbank → **TourMIS**)
- Allgemeine B2B-Aktivitäten (z. B. Workshops und Events, Netzwerkaufbau)

Unterstützt und ermöglicht werden diese Angebote durch das tiefe Wissen und die Kompetenzen der ÖW-Mitarbeiter:innen in den Marktbüros über Gäste und Trends.

Die Flagships der Österreich Werbung

Wie modern und unorthodox Marketing für Urlaub in Österreich sein kann, zeigen unsere Flagship-Projekte. Zum Beispiel:

- Die Video-Kampagne mit der dreijährigen Charlotte als Youngest Ski Instructor
- Die Marketingaktion ChatSkiPT – Gäste chatteten mit echten Skilehrern statt KI
- Der österreichische Winter zu Gast in New York mit den → **Winter Stories Untold**
- Testimonials wie Benni Raich und Lena Hoschek
- Das → **Plättentaxi**, das die ÖW anlässlich der Biennale in Venedig vom Stapel ließ
- Der VR-Ballon und die „Bad Ischl AR"-App

Die Zukunftsallianzen der Österreich Werbung

Erfolge gelingen am besten gemeinsam, denn Kooperationen schaffen wertvolle Synergien. Hier einige Erfolgsgeschichten, die Partner und ÖW gemeinsam schreiben.

- Der Datenraum Tourism Data Space
- Hackathons und Rapid Prototyping
- Der ÖW Ad-Server
- Die Rückkehr von → **Guide MICHELIN** mit einer Österreich-Edition
- Themenkooperationen (z. B. Rad, Langlaufen, Skinachwuchs)
- Roadshows
- Kooperationen mit der AUSSENWIRTSCHAFT AUSTRIA
- Projekte im Rahmen von Olympia
- Kooperationen z. B. mit den ÖBB, den Schweizer Bundesbahnen, internationalen und österreichischen Künstler:innen
- Der → **Österreichische Tourismustag** (ÖTT), 2024 unter dem Motto „Fahrplan in die Zukunft – Gestalten wir den Tourismus gemeinsam"
- → **Change Tourism Austria** (cta), die neue, branchenübergreifende Initiative, um den Tourismus der Zukunft zu gestalten

Diese und noch viele weitere Ideen wurden von ÖW Mitarbeiter:innen in Zusammenarbeit mit unseren Partnern umgesetzt. Etliche weitere werden noch folgen. Wir laden Sie ein: Nutzen Sie die zahlreichen Serviceleistungen der ÖW auch für Ihre Arbeit. Und wenn Sie möchten: Vernetzen Sie sich im Rahmen von cta mit Expertinnen und Experten, beteiligen Sie sich an Workshops und Webinaren oder begeistern Sie gemeinsam mit uns für Urlaub in Österreich! Für mehr Informationen sowie Anfragen über eine Zusammenarbeit kontaktieren Sie gerne Ihre → **Ansprechpartner bei der Österreich Werbung.** ❖

Weitere Themen:

Partner ohne Hand und Fuß | 2023

ChatGPT auf Österreichisch

Der KI-Chatbot der Österreich Werbung beantwortet Gästeanfragen rund um die Uhr in über 50 Sprachen. → **Weiter**

Partner, die Schlagzeilen machen | 2023

Österreich eine Bühne geben

Die Österreich Werbung ist mehr als die otpimale Gelegenheit für Partner, ihre Angebote einem internationalen Fachpublikum zu präsentieren. → **Weiter**

Zurück zur Startseite

ChatGPT auf Österreichisch

Der KI-Chatbot der Österreich Werbung beantwortet Gästeanfragen rund um die Uhr in über 50 Sprachen. Damit ist der Österreich Concierge nicht nur ein beeindruckendes Stück Technik, sondern ein nützliches Tool für Touristiker:innen in ganz Österreich.

Chatbots auf Unternehmenswebseiten haben nicht immer den besten Ruf. Zu unpersönlich, zu unzuverlässig, zu schwer von Begriff waren die digitalen Assistenten die längste Zeit. Das änderte sich drastisch mit dem Aufkommen der sogenannten Large Language Models – die Technik hinter ChatGPT & Co. Die Modelle sind auf Datenquellen im Internet trainiert, können Fragen verstehen und Antworten formulieren, die in vielen Fällen von menschlichen Antworten nicht zu unterscheiden sind. Mit dem „Österreich Concierge" ist die Österreich Werbung früh auf diese neue Technologie aufgesprungen. Das Ergebnis ist ein moderner KI-Chatbot mit echtem Nutzen für die Tourismusbranche und die Gäste.

Seit Juni 2023 beantwortet der Österreich Concierge auf der B2C-Website der Österreich Werbung die Fragen potenzieller Urlauber:innen. Fragen wie: Welche Skigebiete sind empfehlenswert? Wo kann man in Österreich barrierefrei Urlaub machen? Und was sind die schönsten Sehenswürdigkeiten? Der Österreich Concierge kennt die Antworten, weil er mit den Informationen der ÖW-Website und seit Kurzem auch der Websites der Landestourismusorganisationen gefüttert ist. Zusätzlich kann er auf das Allgemeinwissen von ChatGPT – die technische Basis hinter zurückgreifen.

Künstliche Intelligenz praktisch angewendet: Der → Österreich Concierge auf austria.info beantwortet Fragen zu Urlaub in Österreich – rund um die Uhr in über 50 Sprachen.

Ganz ohne Mensch geht es nicht

Aber geht es beim Urlaub in Österreich nicht um persönliche Erlebnisse? Um echte Kontakte zu echten Menschen? Wie kann der Chatbot da mithalten? Ganz einfach: Das kann er nicht. Aber er kann den Gästen die Informationen geben, die sie suchen, 24 Stunden am Tag in so gut wie allen Sprachen. Für die echten Erlebnisse sind dann die Gastgeberinnen und Gastgeber zuständig. Auf die verweist der Chatbot auch, wenn er eine Frage zu konkreten Angeboten einmal nicht beantworten kann.

Dass der Österreich Concierge nicht weiterweiß, wird in Zukunft aber immer seltener vorkommen. Denn er wird laufend weiterentwickelt. In Kürze wird die Datenbasis mit strukturierten Daten zu „Points of Interest" (POIs) angereichert. Dann kennt der KI-Chatbot auch relevante Details zu Sehenswürdigkeiten, etwa Öffnungszeiten und Adressen.

Wie funktioniert die Technik hinter dem Österreich Concierge im Detail? Und was können Regionen tun, die den KI-Chatbot auf ihrer Website einsetzen wollen? Das und mehr erzählt uns Berfin Ünver aus dem Bereich Innovation der Österreich Werbung im Kurzinterview. ❖

Wie reagiert der Chatbot auf unerwartete Fragen? Das und mehr verrät uns Berfin Ünver im Interview

Weitere Themen:

Partner, die Schlagzeilen machen 2023

Österreich eine Bühne geben

Die Österreich Werbung ist mehr als die otpimale Gelegenheit für Partner, ihre Angebote einem internationalen Fachpublikum zu präsentieren. → **Weiter**

Der neue Partnerlook 2023

Servus Lebensgefühl, bye, bye Stereotypen!

Oder: Warum es in diesem Artikel nicht um sattgrüne Wiesen, tiefblaue Himmel und türkisblaue Seen geht. → **Weiter**

Zurück zur Startseite

Österreich eine Bühne geben

Die Presse- und Branchenevents der Österreich Werbung sind die optimale Gelegenheit für unsere Partner, ihre Angebote einem internationalen Fachpublikum zu präsentieren. Sie sind auch Orte für Austausch und Networking zwischen Fachleuten, Meinungsführenden und Entscheidungsträger:innen aus Österreich und der ganzen Welt.

64 Partner nutzten die Gelegenheit, sich und ihre Angebote auf der ITB 2024 in Berlin zu präsentieren.

Viele gute Gespräche und ganz viel Lebensgefühl auf dem Österreich-Stand auf der ITB: Unsere Partner empfingen 3.500 Gäste und absolvierten 2.000 Termine.

Wenn 2022 das Comeback-Jahr für den Tourismus war, dann war 2023 das Comeback-Jahr der Präsenzveranstaltungen. Online-Meetings und Online-Großveranstaltungen mögen ein willkommener Workaround in den Pandemie-Ausnahmejahren gewesen sein, als Präsenzveranstaltungen nicht möglich waren. Aber „echte" Gespräche mit einem „echten" Gegenüber, das ans Meeting anschließende Socialising beim gemeinsamen Abendessen, das Kennenlernen der Gastgeberländer während der Rahmenprogramme – das bieten nur Präsenzveranstaltungen. Das wurde während der Pandemie bei aller Begeisterung für die Möglichkeiten moderner Kommunikationstechnologien schnell klar.

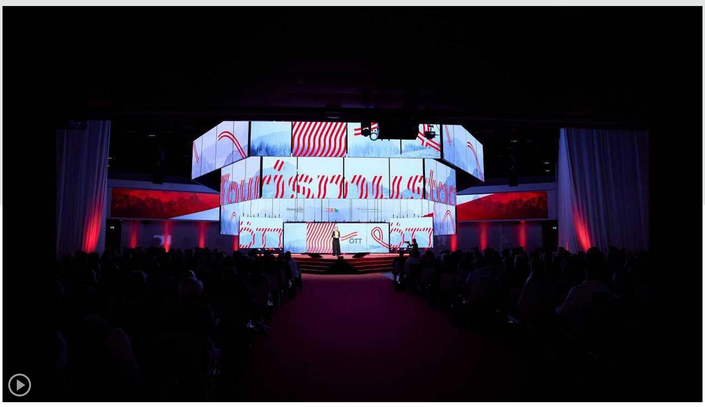
Die Österreich Werbung setzte 2023 wieder voll auf Präsenzveranstaltungen – Messen, B2B- und Presseevents –, um dem Urlaubsland Österreich eine Bühne zu geben. Oder besser: Um den Partner:innen im Tourismus eine Bühne zu geben. Gleichzeitig waren die zahlreichen Veranstaltungen auch eine Gelegenheit für den persönlichen Austausch, zum Knüpfen von Geschäftsbeziehungen und Partnerschaften oder zum Wissenstransfer. Werfen wir gemeinsam einen Blick auf einige der jüngsten Erfolgsgeschichten.

ÖTT 2024 – ein Event im Zeichen der Zukunft

Weil wir als Tourismusland auch künftig erfolgreich sein wollen, denkt die Tourismusbranche schon jetzt an morgen – zuletzt am → **Österreichischen Tourismustag 2024** unter dem Motto „Fahrplan in die Zukunft". Über 800 Teilnehmer:innen kamen am 22. Mai im Austria Center Vienna zusammen, um diese Zukunft gemeinsam zu gestalten. Die → **Zukunftsmap zu den tourismusrelevanten Megatrends** bildete den roten Faden für die zahlreichen Highlights. Darunter waren das interaktive „Spiel um die Zukunft", der Launch der Community-Plattform → **Change Tourism Austria (CTA)** oder die Künstliche Intelligenz „KIARA" als Gast-Speakerin. Für die Teilnehmer:innen war der ÖTT 2024 außerdem eine gute Gelegenheit zum Knüpfen neuer und Pflegen bestehender Kontakte. Lust auf Impressionen? Hier gibt's alle → **Foto-Eindrücke vom ÖTT 2024.**

Designer und Kommunikationskünstler Stefan Sagmeister hielt am ÖTT seinen inspirierenden Vortrag „Now is better" und war auch gleich zu Gast bei Astrid Steharnig-Staudinger in der Sendung ÖW Talk, die im Rahmen des ÖTT aufgezeichnet wurde. Interessiert, warum wir Menschen dazu tendieren, Dinge negativ zu betrachten, wie wir das ändern können und welche Chancen und Gefahren neue Technologien wie KI bedeuten? Dann einfach hier lang! Den → **ÖW-Talk mit Stefan Sagmeister** gibt's jetzt der ÖWthek.

Das war der ÖTT 2024 – die Highlights des Tourismustags im Video

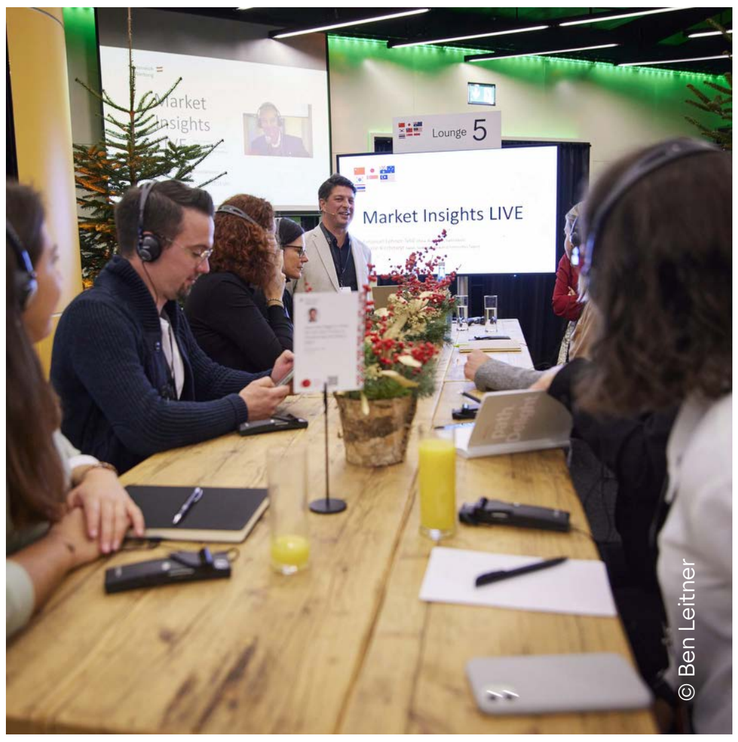


ITB 2024 – mehr Partner, mehr Gäste, mehr Austausch

Jedes Frühjahr fährt das Who's who der österreichischen und internationalen Tourismusbranche nach Berlin zur Tourismusfachmesse ITB – heuer vom 5. bis 7. März. Österreich glänzte in Berlin mit einer besonders starken Präsenz: Insgesamt empfingen 64 Partner 3.500 Gäste und absolvierten 2.000 Termine am 750 m² großen Österreich-Stand. Unsere Partner nutzten die Messe, um ihre Angebote in die Auslage zu stellen. Und die Österreich Werbung nutzte die Gelegenheit zur Präsentation ihrer neuen Launchkampagne zum österreichischen Lebensgefühl. Für einen starken Kultur-Fokus der Österreich-Präsenz sorgten die Austrian Leading Sights, die mit 27 Top-Sehenswürdigkeiten am Stand vertreten waren. Ein weiterer Schwerpunkt lag auf der Ski-WM 2025 in Saalbach. Diesjähriger Länderpartner war SalzburgerLand Tourismus. Wir danken allen Partnern für die tolle Zusammenarbeit!

→ Hier geht's zur **ITB 2024 in Bildern.**

Im Rahmen der ITB haben wir auch einen ÖW Talk mit Johannes Hörl (ÖHV) aufgezeichnet. → **Hier geht's zur Sendung.**



© Ben Leitner

© Ben Leitner

© Ben Leitner

Bei Market Insights LIVE treffen Partner:innen die Heads of Markets der Österreich Werbung zum Austausch.

Market Insights LIVE 2023 – Tirol als Fenster in die Welt

Die Heads of Markets der Österreich Werbung leiten die ÖW-Büros in den Märkten. Sie haben immenses Know-how über unsere Zielgruppe, lokale Besonderheiten – und sie haben die Kontakte in die lokale Reisebranche. Wo hat man die Gelegenheit, sich mit diesen Expertinnen und Experten über die neuesten Entwicklungen und Trends auf den Märkten auszutauschen? Bei Market Insights LIVE! Im November 2023 fand das beliebte Austauschformat zwischen ÖW und Branche zum zweiten Mal statt, das erste Mal in Westösterreich – genauer gesagt in den Swarovski Kristallwelten in Wattens. 100 Partner:innen nutzten die Gelegenheit und holten sich wertvolles Markt-Know-how direkt von den Marktexpertinnen und -experten der Österreich Werbung. Als Service für die Besucher:innen – und alle, die es nicht nach Tirol geschafft haben – entstand außerdem das Market Insights Magazin mit allen essenziellen Informationen zu den von der ÖW bearbeiteten 27 Märkten.

→ Hier geht's zur **Slideshow** und dem **Market Insights Magazin**.

Das war Market Insights LIVE 2023 in Wattens – ein Videorückblick

Winterauftaktveranstaltungen der anderen Art

Wenn die ÖW-Marktbüros anlässlich des Wintersaisonstarts zu B2B- und Presseevents einladen, dann lautet das Motto aus Sicht der Besucher:innen: Expect the unexpected!

Speed Dating, Schatzsuchen, eine Dragqueen als Christkind oder die 1. schwule Schuhplattlergruppe Berlin – das Programm der verschiedenen Winterauftaktveranstaltungen war so vielfältig wie der Winter in Österreich. Unser besonderer Dank geht an die beteiligten Partner aus Österreich.

→ Hier geht's zu den **Winterauftaktveranstaltungen** in Bildern.

ÖTT 2023: Nachhaltigkeit als Dauergast

Auch wenn der ÖTT 2024 schon vor der Tür steht – oder wenn Sie das hier lesen, vielleicht sogar schon über die Bühne gegangen ist –, ist der ÖTT des Vorjahres einen näheren Blick wert, widmete er sich doch einem entscheidenden Thema im Tourismus: der Nachhaltigkeit. Unter dem Motto „Nachhaltigkeit als Dauergast" setzte die ÖW am Österreichischen Tourismustag 2023 am 2. Mai 2023 im ACV in Wien gemeinsam mit dem Bundesministerium für Arbeit und Wirtschaft und der Wirtschaftskammer Österreich ein starkes Zeichen für den Tourismus von morgen. In 10 Vorträgen mit insgesamt 30 nationalen und internationalen Speaker:innen tauchten die über 800 angemeldeten Teilnehmenden tief in den Aspekt Nachhaltigkeit im Tourismus ein. Der ÖTT war übrigens auch die Bühne für das Debüt der neuen ÖW-Geschäftsführerin Astrid Steharnig-Staudinger.

Hand in Hand mit dem ÖTT fand von 2. bis 4. Mai 2023 auch die Austrian Travel Business (ATB) im Austria Center Vienna statt. Die erstmals seit der Corona-Pandemie wieder rein physische Veranstaltung bot eine einzigartige Plattform für nationale und internationale Touristiker:innen und war ein voller Erfolg: 240 österreichische Aussteller:innen trafen in über 4.300 Vernetzungsterminen auf 350 internationale Top-Einkäufer:innen.

Wer sind eigentlich die Mitarbeiter:innen, die für einen reibungslosen Ablauf von ÖTT und ATB gesorgt haben? Hier werfen wir einen → **Blick hinter die Kulissen.**

Alle Termine auf einen Blick!

Kennen Sie schon den ÖW-Veranstaltungskalender?
Von B2B-Veranstaltungen über Fachmessen bis hin zu Kongressen: Die Datenbank enthält die Termine zu allen touristisch relevanten Veranstaltungen in Österreich und in den Märkten.

→ **Zum Veranstaltungskalender**

Weitere Themen:

Der neue Partnerlook 2023

Servus Lebensgefühl, bye-bye Stereotypen!

Oder: Warum es in diesem Artikel nicht um sattgrüne Wiesen, tiefblaue Himmel und türkisblaue Seen geht. → **Weiter**

Partner, die Menschen zusammenbringen 2024

Let's „MEET IN AUSTRIA"!

Gemeinsam gestalten wir die Zukunft der Tagungsbranche.
→ **Weiter**

Zurück zur Startseite