

Tagungstourismus-Strategie 2016-2020 Gemeinsam für mehr Strahlkraft und Wertschöpfung

Der Geschäftstourismus ist die Visitenkarte für den Standort und wird nicht umsonst als die „Königsdisziplin“ im Tourismus bezeichnet, wie auch die Daten der aktuellen Meeting Industry Report Austria Kongress-Statistik (mira) belegen und im Rahmen der „Convention4u“ im Messecongress Graz diese Woche unter Beweis gestellt wurde. Das hat Steiermark Tourismus nun zum Anlass genommen und die Tagungstourismusstrategie 2016-2020 mit der Angebotsgruppe Steiermark Convention neu ausgerichtet. Mit dem Fokus auf die vier Leistungsfelder Genussvoll tagen, Green Meetings, Individualität und Entschleunigung sollen die wichtigsten Märkte Österreich und Deutschland neben weiteren Hoffnungsmärkten wie Ungarn, Slowakei, Schweiz und Tschechien gemeinsam bearbeitet werden, um langfristig mehr Strahlkraft zu erzielen und die Angebotsvielfalt zu erweitern. Oberstes Ziel: Die Wertschöpfung erhöhen.

„Die Steiermark ist einer der innovativsten Wirtschaftsstandorte und gleichzeitig eine der vielfältigsten Regionen in Europa. Damit haben wir die besten Voraussetzungen für internationale Kongresse und Tagungen. Mit der neuen Strategie für den Tagungstourismus wollen wir die Kräfte bündeln und uns im In- und Ausland noch stärker positionieren“, so **Wirtschaftslandesrat Dr. Christian Buchmann.**

Dazu **Erich Neuhold, Chef von Steiermark Tourismus:** „Die Strategie Tagungstourismus 2020, die Steiermark Tourismus und Steiermark Convention erarbeitet haben, dient als Kompass für den Tagungstourismus, damit sich dieses wichtige Geschäftsfeld professionell weiterentwickeln kann.“

Mag. Andrea Sajben, Leiterin Steiermark Convention: „Vor kurzem konnte sich die Steiermark als Austragungsort und genussvolle Gastgeberdestination im Rahmen des Fachkongresses Convention4u der österreichischen Tagungsbranche präsentieren. Auch die Ergebnisse der Mira Kongress-Statistik 2015 verdeutlichen, dass sich die Steiermark als einer der beliebtesten Tagungsdestinationen Österreichs positionieren kann.“

Die wichtigsten Eckpunkte zur Strategie

Aktuelle Trends wie die schnell voranschreitende Technologisierung, Umweltbewusstsein, Urbanisierung und das Thema Sicherheit erfordern, dass die Akteure der Tagungsindustrie sich den neuen Herausforderungen stellen, um wettbewerbsfähig zu bleiben.

Fokus auf vier Leistungsfelder

♥ Genussvoll tagen ♥ Green Meetings	♥ Individualität ♥ Entschleunigung
--	---------------------------------------

Die Steiermark hat gute Voraussetzungen

- ♥ Genussvoll tagen als Alleinstellungsmerkmal im Bundesländervergleich
- ♥ Kombination aus Business mit den Schwerpunkten Regeneration, Kulinarik, Naturerlebnis & Bewegung und Kultur
- ♥ Enge Vernetzung von Tourismus einerseits und Wirtschaft & Wissenschaft andererseits: Eine der höchsten Forschungs- & Entwicklungsquoten in der EU, 5 Universitäten, 2 Fachhochschulen, Clusterorganisationen
- ♥ Herzlichkeit und Professionalität der Gastgeber, abseits vom Massen(kongress)tourismus



Aufholbedarf gibt es in punkto Erreichbarkeit (Flug, Bahn) und im öffentlichen Verkehr im ländlichen Raum. Die Bettenkapazitäten abseits der Städte sind durch die kleinen Betriebsgrößen nicht auf größere Veranstaltungen ausgerichtet.

Zielgruppen: Die Kernzielgruppe kommt neben dem universitären Bereich aus der Technik (Automotive, Pharma, Maschinenbau, Logistik, Medizin,..).

Zielmärkte: **Österreich** bleibt zentraler Kernzielmarkt, zusätzlich sind Regionen wie beispielsweise **Bayern** und **Baden-Württemberg** in Deutschland im Fokus. Als Hoffnungsmärkte gelten Ungarn, Slowenien, die Slowakei, die Tschechische Republik, die Schweiz, die Belenux-Staaten sowie Großbritannien.

Mitbewerber: Stärkste Mitbewerber sind die österreichischen Bundesländer wie Salzburg und Tirol und mit einer Sonderstellung Wien. Darüber hinaus aber auch Destinationen, die mit einem ebenso breiten Kulinarik-Angebot punkten, beispielsweise Istrien, Toskana, Südtirol.

Ziele und Visionen

Kurzfristig: Die Steiermark Convention soll mit einer lückenlosen Datenbank zur bekanntesten und besten Plattform für Tagungen werden. Intern soll die intensivere Vernetzung der Mitgliedsbetriebe und Regionen untereinander forciert werden. Eine Kunden- bzw. Zielgruppenbefragung soll für ein klares Bild sorgen.

Mittelfristig: Es geht um eine engere Vernetzung und darum, das vielfältige Cluster-Netzwerk zu nutzen. Zum einen soll dies über die gemeinsame Teilnahme an Messen passieren, andererseits soll durch die gegenseitige Teilnahme an internen Meetings und Events eine höhere Awareness im Partnernetzwerk geschaffen werden. Zusätzlich sollen Regenerationsangebote für Mitarbeiter und Führungskräfte im Sinne der Burnout-Prävention erarbeitet werden.

Langfristig: Durch Wachstum soll dauerhaft mehr Strahlkraft erzielt und die Angebotsvielfalt erweitert werden. In Folge würde sich dadurch die Wertschöpfung erhöhen. Klares Ziel ist der Top 3-Platz im Bundesländerranking lt. mira Kongress-Statistik, bei der die Steiermark noch Platz 4 belegt.

mira Kongress-Statistik Steiermark 2015

Veranstaltungsart	Teilnehmer	Nächtigungen / Verant.
461 Kongresse	83.942 Kongressteilnehmer	201.717 Nächtigungen
675 Firmentagungen	38.101 Tagungsteilnehmer	65.658 Nächtigungen
<u>267 Seminare</u>	<u>16.478 Seminarteilnehmer</u>	<u>24.689 Nächtigungen</u>
1.403 Veranstaltungen gesamt	138.521 Teilnehmer gesamt (Platz 3 österreichweit)	292.094 Nächtigungen (Platz 3 österreichweit)

In der Steiermark liegt der Nächtigungsanteil der Tagungsindustrie mit 292.064 Nächtigungen an den touristischen Nächtigungen bei 2,5 % (damit über dem Ö-Durchschnitt von 2,3 %). Mehr als 50 % der Nächtigungen entfallen auf internat. Märkte.

Landeshauptstadt Graz als Zentrum des Geschäftstourismus: 67.623 Teilnehmer, damit entfällt auf Graz ein Teilnehmer-Anteil von ca. 49 %. 379 Veranstaltungen, und damit 27 % aller Veranstaltungen finden in Graz statt. 124.840 Nächtigungen, und damit mehr als 40 % aller Nächtigungen im Bereich Geschäftstourismus in der Steiermark.

STEIERMARK TOURISMUS
Steirische Tourismus GmbH, St.-Peter-Hauptstraße 243, A-8042 Graz
T +43 316 4003 0, F +43 316 4003 10
info@steiermark.com, www.steiermark.com



Erhebung: Die Datenerhebung erfolgt durch aktive Recherche des ACB und Meldungen durch Veranstalter und Locations. Zukünftig soll es auch Wertschöpfungsberechnungen zur ökonomischen Bedeutung geben.

Bild: Erich Neuhold (GF Steiermark Tourismus), Mag. Andrea Sajben (Projektleiterin Steiermark Convention) und LR Dr. Christian Buchmann präsentieren die neue Tagungsstrategie.
© Steiermark Tourismus / Erwin Scheriau

Die Aussteller: 54 x höchste Tagungskompetenz in der Steiermark

40 Tagungshotels: Stadt-, Wellness-, Sport-, Seminar- und Schlosshotels spezialisiert auf Tagungen

5 Kongresszentren

5 Veranstaltungslocations

2 Convention Bureaus

2 Eventagenturen

www.steiermark-convention.com

Projektleiter bei Steiermark Tourismus: Mag. Andrea Sajben (extern), Mag. Günther Steininger (intern)

Für Presserückfragen: Mag. (FH) Martina Haselwander, T +43-316-4003-19,
martina.haselwander@steiermark.com

Graz, Freitag, 24. Juni 2016