

# Tirol punktet bei Kongressen und Tagungen mit dem Convention Bureau

Tirol ist laut Umfrage mit Abstand die attraktivste Region in den Alpen, wenn es um die Organisation von Tagungen und Kongressen geht – u. a. ein Verdienst des Convention Bureau Tirol.

39 Prozent der vom Marktforschungsinstitut Spectra befragten Unternehmen nennen Tirol als besonders attraktive Alpenregion für den Kongresstourismus. Von jenen 82 % der Befragten, die in den letzten fünf Jahren Veranstaltungen organisiert hatten, bezeichnen sogar 50 % Tirol als bevorzugte Alpenregion.

Diese starke Stellung ist der Arbeit von Kongressanbietern und Touristikern zu verdanken. Einen guten Teil zu dieser starken Position hat aber auch das Convention Bureau Tirol (CBT) geleistet. Seit sieben Jahren bündelt das CBT als eigenständige Abteilung der Tirol Werbung das landesweite Angebot im Kongress-, Tagungs-, Seminar- und Incentive-Bereich.

2005 startete das Convention Bureau mit 32 Anbietern. Inzwischen hat sich die Anzahl nahezu verdoppelt: 60 Regionen, Kongresszentren, Veranstaltungsorten, Hotels und weitere strategisch wichtige Partner wie Verkehrsträger oder Ausflugsziele sind dabei.

Und sie sind zufriedene Partner: „Die Zusammenarbeit mit dem CBT funktioniert hervorragend“, sagt Claudia Waldbrunner, Marketingexpertin von Kitzbühel Tourismus: „Natürlich brauchen Kongresse immer relativ lange Vorlaufzeiten, aber wenn sie dann nach Tirol geholt werden können, ist viel erreicht“, berichtet Waldbrunner von Erfolgen: „Das CBT bringt uns Anfragen und auch Buchungen.“

„Für uns ist das eine sehr erfolgreiche und fruchtbare Zusammenarbeit“, resümiert auch Georg Hechenblaikner, Geschäftsführer des Congress Alpbach. Der große Vorteil: Die Tiroler Kongress- und Ta-



CBT-Leiterin Christine Stelzer mit Vertretern der Trägerorganisationen bei der Kongressmesse „access“ in Wien.

Foto: CBT

gungsanbieter aus Innsbruck, Alpbach, Mayrhofen, Seefeld, Kitzbühel etc. „arbeiten nicht gegeneinander, machen sich nicht gegenseitig die Kunden abspenstig, sondern werben gemeinsam für Kunden“.

Viele Interessenten, die Tirol bisher nicht kennen gelernt haben, täten sich schwer, sich bei jedem einzelnen Tiroler Veranstalter zu informieren. „Dass da das CBT als erster Ansprechpartner fungiert, ist sehr sinnvoll“, meint Hechenblaikner.

„Die Zusammenarbeit mit dem Convention Bureau Tirol funktioniert hervorragend.“

Claudia Waldbrunner, Marketing Kitzbühel Tourismus

Foto: Kitzbühel Tourismus



Das CBT kann auch auf Märkten auftreten, auf denen ein einzelner Tiroler Anbieter alleine nicht auftreten könn-

te: „Kitzbühel hat zwar einen hervorragenden Namen, aber es gibt Märkte, da wäre auch Kitzbühel nur ein Zwerg. Da muss man gebündelt auftreten, wir tun das in der Kooperation ‚Best of the Alps‘ und im Kongressbereich eben mit dem CBT“, sagt Waldbrunner.

Dazu ist das CBT sehr stark in der Tirol Werbung verankert. Auch das bringt Synergien in Marketing und Auftreten, meint Hechenblaikner. „Eine sehr gute Plattform“, lobt Waldbrunner.

Eine Plattform, die zuletzt etwa auf der „access“, der wichtigsten österreichischen Convention-Messe, mit Erfolg auftrat. Die zwölf mitgereisten Tiroler Partner „zeigten sich vom Interesse und der Qualität der Kunden begeistert“, berichtet CBT-Leiterin Christine Stelzer.

Laut Spectra-Umfrage sind 92 % der befragten Veranstaltungsorganisatoren „sehr bis äußerst“ zufrieden mit dem CBT. Durchschnittliche „Zufriedenheitsnote“ nach Schulnoten-system: 1,5. Auch die Leser der renommierten Fachzeitschrift „The MICE

## Fakten zum Convention Bureau Tirol

**Das Hauptziel des CBT** ist es, Kräfte und Mittel für die internationale Marktbearbeitung im Kongress-, Tagungs- und Incentivebereich zu bündeln.

**Großer Markt:** Laut offizieller Kongress-Statistik gibt es ca. 117.000 Teilnehmer sowie rund 343.000 Übernachtungen im Bereich Kongress-, Tagungs- und Incentive-

Tourismus. Die inoffiziellen Zahlen dürften noch deutlich darüberliegen.

**Hohe Wertschöpfung:** Es gibt im Convention-Bereich einen unmittelbaren Zusammenhang zwischen Marketing und Übernachtungen – ca. ein Drittel der Anfragen, die an das CBT gerichtet werden, führen zu einer Buchung – ein ungewöhnlich guter Wert.

Report“ wählten das CBT längst zum besten Convention Bureau in Mitteleuropa.

„Die Anziehungskraft des CBT und des Tagungsstandorts Tirols entsteht aus den starken Netzwerken – die Kunden spüren die Zusammenarbeit der Partner, dies gibt ihnen Vertrauen und Sicherheit“, sagt Stelzer.

Tirol hat im Kongresstourismus viele Vorteile – u. a. auch starke Universitäten und Fachhochschulen, die immer wieder Kongresse organisieren, wie Hechenblaikner sagt. Dazu kommt das hohe Tourismus-Know-how im Land. Die

weitere bestmögliche Vernetzung all dieser Kompetenzen ist ein wichtiges CBT-Ziel, sagt Josef Margreiter, Geschäftsführer der Tirol Werbung.

„Die Kunden spüren die Zusammenarbeit der Partner, dies gibt ihnen Vertrauen und Sicherheit.“

Christine Stelzer, CBT-Leiterin

Foto: CBT



## Impression aus dem Gschnitztal

Fanfoto des Monats auf der Tirol-Fanseite auf Facebook ([www.facebook.com/tirol](http://www.facebook.com/tirol)) ist das Foto von Karl Hilber. Es zeigt das Gebiet der Laponisalm im Gschnitztal. Alle

Tirol-Freunde sind eingeladen, weiter ihre Stimme auf Facebook abzugeben für die schönsten Impressionen aus Tirol. Das Siegerbild wird veröffentlicht. Foto: Hilber

## Wirtinnen-Seminar in Längenfeld

Das heurige Wirtinnen-Seminar unter dem Motto „Erfolgskonzept Dienstleistung“ findet vom 3. bis 5. Dezember 2012 im Naturhotel Waldklause in Längenfeld statt.

Die Sparte Tourismus und Freizeitwirtschaft in der Wirtschaftskammer lädt alle Frauen aus der Tourismusbranche ein. Treffpunkt ist am 3. Dezember um 13 Uhr im Innsbrucker Sporthotel Penz, dann geht es im Bus nach Längenfeld. Nach einer Hotelführung und einem Weingala-Abend gibt es bis 5. Dezember Vorträge u. a. von Bernd Reutemann zum Thema „Das Service-Kamasutra – leidenschaftlich dienen, oh-

ne Diener zu sein“, von Leo Hillinger („Von 0 auf 100 – Wachstum durch Topmarketing“) und von Luise Sommer („Faszination: Gedächtnis. So merken Sie sich mehr!“).

Anmeldung per Fax (05 90 90 5-1479 32) oder E-Mail ([angela.mitterdorfer@wktiro.at](mailto:angela.mitterdorfer@wktiro.at)) bis spätestens 16. November.



Bernd Reutemann referiert in Längenfeld. Foto: Reutemann

### 3 Fragen an



Georg Hechenblaikner. Foto: Pro-Media

### Warum Tirol Standortvorteile hat

Das Land Tirol hat sich in den letzten Jahren immer stärker als Standort für Kongresse und Tagungen etabliert. Woran das liegt, sagt Georg Hechenblaikner, Geschäftsführer des Congress Alpbach.

#### 1 Warum hat es Tirol laut Umfragen geschafft, sich als Kongressstandort zu positionieren? Es gibt mehrere Faktoren. Zunächst haben wir aufgrund der geografischen Situation einen Standortvorteil. Wir sind ideal gelegen für Kunden aus dem süddeutschen Raum, die uns mit einer relativ kurzen Anreise erreichen können. Im Großraum München gibt es ein großes Spektrum internationaler Konzerne. Wir im Congress Alpbach machen z. B. 40 Prozent unseres Umsatzes mit Kunden aus dem süddeutschen Raum.

Zunächst haben wir aufgrund der geografischen Situation einen Standortvorteil. Wir sind ideal gelegen für Kunden aus dem süddeutschen Raum, die uns mit einer relativ kurzen Anreise erreichen können. Im Großraum München gibt es ein großes Spektrum internationaler Konzerne. Wir im Congress Alpbach machen z. B. 40 Prozent unseres Umsatzes mit Kunden aus dem süddeutschen Raum.

#### 2 Es muss ja andere Gründe auch geben, denn in der Umgebung von München gäbe es viele potenzielle Kongressorte? Aufgrund unserer landschaftlichen Gegebenheiten haben wir eine Alleinstellung, in Alpbach auch besonders unterstrichen durch unseren Dorfcharakter, der sehr authentische Nachhaltigkeit signalisiert. Dadurch heben wir uns klar von Städtedestinationen ab.

Aufgrund unserer landschaftlichen Gegebenheiten haben wir eine Alleinstellung, in Alpbach auch besonders unterstrichen durch unseren Dorfcharakter, der sehr authentische Nachhaltigkeit signalisiert. Dadurch heben wir uns klar von Städtedestinationen ab.

#### 3 Wie hilfreich ist die touristische Infrastruktur? Wir haben eine tolle touristische Infrastruktur, das ist ganz wichtig für alle Rahmenprogramme bei Kongressen und Tagungen, da können wir uns regelrecht austoben. Und wir haben eine Hotellerie, die Weltspitze ist. Wir können daher für jeden Kongress- und Tagungsteilnehmer ein wirklich hervorragendes Angebot bereitstellen, da können wir richtig aus dem Vollen schöpfen.

Wir haben eine tolle touristische Infrastruktur, das ist ganz wichtig für alle Rahmenprogramme bei Kongressen und Tagungen, da können wir uns regelrecht austoben. Und wir haben eine Hotellerie, die Weltspitze ist. Wir können daher für jeden Kongress- und Tagungsteilnehmer ein wirklich hervorragendes Angebot bereitstellen, da können wir richtig aus dem Vollen schöpfen.

GEMÄSS §26 MEDIENGESETZ handelt es sich bei dieser Seite um eine „entgeltliche Einschaltung“.

### Tourismus und Freizeitwirtschaft

16. Oktober 2012  
Sonderthema

Herausgeber und Medieninhaber: Schlüsselverlag J. S. Moser GmbH; Sonderpublikationen, Leitung: Frank Tschoerner; Redaktion: Michael Riedler. Verkauf: [verkauf@tt.com](mailto:verkauf@tt.com). Anschrift für alle: 6020 Innsbruck, Ing.-Ettel-Straße 30, Postfach 578, Telefon 05 04 03 - 1543