

Landeshauptmann Günther Platter

Frau Mag. Isabella Gruber
Abgeordnete zum Tiroler Landtag **über**
den Präsidenten
des Tiroler Landtages
Herrn DDr. Herwig van Staa
im Hause

Telefon 0512/508-2000
Fax 0512/508-2005
landeshauptmann@tirol.gv.at

DVR:0059463

Schriftliche Anfrage

"Welche Kosten sind für den Tirol-Empfang in Wien angefallen?" (560/16)

Geschäftszahl LH-GE-11/43

Innsbruck, 19.12.2016

Sehr geehrte Frau Abgeordnete!

Sie haben in der Sitzung des Tiroler Landtages vom 16. November 2016 eine schriftliche Anfrage betreffend "Welche Kosten sind für den Tirol-Empfang in Wien angefallen?" (560/16) an mich gerichtet und mich ersucht, Fragen zu beantworten:

Der Tirol-Empfang in Wien am 6. Oktober 2016 stand heuer unter dem Motto „Das Sportland Tirol – Platz der Weltmeister“ und wurde in Zusammenarbeit und Kooperation mit der Tirol-Werbung und der Standortagentur Tirol umgesetzt. Dabei wurden die fünf Weltmeisterschaften im Spitzensport, die in den kommenden Jahren im Bundesland Tirol stattfinden werden, in das Gesamtprogramm eingebunden. Neben dem alljährlich stattfindenden Tirol-Empfang wurde somit den fünf Organisationskomitees und WM-Austragungsorten Innsbruck, Hochfilzen, Innsbruck-Igls und Seefeld, die Möglichkeit geboten, sich, den Sport im Allgemeinen und die bevorstehenden Weltmeisterschaften im Sportland Tirol im Speziellen zu präsentieren.

Grundlegendes: Die Markenstrategie des Landes – Stärkung der Standortmarke TIROL

Die gemeinschaftliche Umsetzung und der vernetzte Auftritt des Landes Tirol, der Standortagentur Tirol und der Tirol Werbung in Kooperation mit den WM-Austragungsorten und Organisationskomitees hatten dabei ein klares Ziel: **Die gemeinsame Standortmarke TIROL zu stärken!** Die Standortmarke TIROL versteht sich als Klammer für die gemeinsamen Bemühungen unser Land weiterzuentwickeln. Dabei vermarktet die Standortmarke TIROL die Potentiale Tourismus, Forschung und Bildung, sowie die Wirtschaft einheitlich. Die gemeinsame Netzwerkveranstaltung in Wien trug dazu bei, die Standortmarke TIROL in ihrer Positionierung, den Zielsetzungen ihrer Vermarktung entsprechend, integrativ und qualitativ aufzuladen.

Im Rahmen des Tirol-Empfanges in Wien, der vollständig im Look&Feel der Standortmarke TIROL umgesetzt wurde, konnte diese Markenpositionierung gestärkt und verbreitert werden. Die Kernwerte und Leistungsversprechen unserer gemeinsamen Marke konnten im Rahmen dieser Veranstaltung erlebbar gemacht werden:

- Urlaubsparadies im Herz der Alpen (Tourismus)
- Qualitätsstandort für Unternehmen (Standort)
- International vernetzter Denkplatz (Forschung und Bildung)
- Land mit exzellenter Lebensqualität, Zukunft und Tradition (Kultur und Gesellschaft)

Mit der Standortmarke TIROL wurden wichtige Basisvoraussetzungen für die zukünftige Wettbewerbsfähigkeit unseres Landes geschaffen. Durch die Vernetzung dieser Hauptprofilierungsfelder in gemeinschaftlichen Aktivitäten, wie Veranstaltungen dieses Formats, sollen gezielt Synergien genutzt und dadurch ein Wettbewerbsvorteil geschaffen werden. Auch dadurch werden eine nachhaltige Profilierung und langfristiges Wachstum für unseren Standort Tirol gesichert.

Die angefallenen Kosten – ein Investment in die Positionierung und Vernetzung des Landes Tirol

Für diese an Themen und Synergien wertvolle Netzwerkveranstaltung, dem Tirol-Empfang in Wien, der heuer bereits zum sechsten Mal in dieser Form umgesetzt wurde, fielen Brutto-Gesamtkosten von EUR 76.930,14 brutto an. Für den integrativen Bestandteil der Programmierung „Platz der Weltmeister“/Präsentation der fünf WM-Austragungsorte mussten Kosten in Höhe von EUR 49.018,20 brutto kalkuliert werden. Dies sind außerordentliche Kosten, die zu diesem besonderen Motto „Das Sportland Tirol“ und der damit verbundenen Positionierung des Landes Tirol als Qualitätsstandort angefallen sind. Durch diese inhaltliche Erweiterung konnten im Vergleich zu den Vorjahren auch mehr TeilnehmerInnen und Gäste verzeichnet werden – insgesamt 580 Personen, vorwiegend Multiplikatoren, Opinion Leader und Führungskräfte aus den verschiedensten Bereichen. Bekanntlich wird der traditionelle Tirol-Empfang in Wien als Netzwerkveranstaltung und als wichtiges Kommunikationsinstrument mit in Wien lebenden Tirolerinnen und Tirolern genutzt. Im Rahmen dieser Veranstaltung werden politische Vertreter, offizielle Vertretungen der Bundesbehörden und Ministerien, Unternehmensleitungen von Wirtschaftsbetrieben, als auch Medien eingeladen. Diese Kontakte und Verbindungen werden durch den Empfang des Landes Tirol gepflegt und vertieft. Außerdem wird der „Tirol-Empfang in Wien“ auch dazu genutzt um aktuelle Themen des Landes Tirol in der Bundeshauptstadt Wien zu kommunizieren und zu manifestieren – wie im heurigen Jahr in besonderem Maße den erfolgreichen „Standort Tirol“ als Sport- und Tourismusland. Für die Umsetzung dieser nachhaltigen Maßnahme in der Entwicklung unserer Markenstrategie braucht es keinen Regierungsbeschluss. Jedoch wird diese Netzwerkveranstaltung von allen RegierungskollegInnen als wichtig, sinnvoll und zielführend erachtet.

Wettbewerbsvorteile herausstreichen: Qualitätsvolle Umsetzung mit der Standortmarke TIROL

Die Veranstaltung wurde höchst professionell abgewickelt, das Feedback war durchwegs bestens. Für die Federführung und ganzheitliche Umsetzung dieser Veranstaltung zeichnete unsere eigene Abteilung Repräsentationswesen im Amt der Tiroler Landesregierung verantwortlich. Aufgrund der Zusammenarbeit mit der Tirol-Werbung und der Standortagentur Tirol wurde, vor allem für die Umsetzung der Programmierung „Platz der Weltmeister“/Präsentation der fünf WM-Austragungsorte, zudem die Agentur TRIO mitbeauftragt. Die Agentur TRIO betreut die Tirol-Werbung und Standortagentur Tirol im Rahmen einer ausgeschriebenen Ganzjahresbetreuung im Bereich der Veranstaltungsorganisation. Die Agenturleistungen für die Umsetzung der Programmierung „Platz der Weltmeister“/Präsentation der fünf WM-Austragungsorte beläuft sich auf EUR 49.018,20 brutto. Für Miet-, Personal-, Technik-, Betriebs- und Reinigungskosten im Kursalon Wien wurden EUR 13.722,00 brutto bezahlt. Die Kosten für Grafik und Druckerzeugnisse belaufen sich auf EUR 948,34 brutto und für die Musikgruppe „Alpinbanda“ EUR 4.407,00 brutto. Die Cateringkosten liegen für Getränke und Speisen, einschließlich Servicekosten, bei EUR 30.127,83 brutto. Auch dabei wurde besonderes Augenmerk auf den Tirol-Bezug, auf die Herkunft und Regionalität, als auch auf kurze Transportwege gelegt.

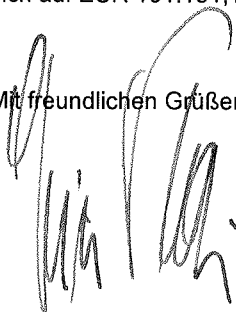
Für Dekorationen und diversen Umsetzungskosten mussten EUR 2.934,97 brutto aufgewandt werden. Für Technikkosten (Filmeinspielungen, Beschallung, TV-Screens udgl.) wurden EUR 22.866,00 brutto bezahlt. Und für den Moderator Stefan Steinacher fielen Kosten in Höhe von EUR 1.924,00 brutto an. Die Gesamtkosten wurden wie folgt aufgeteilt: EUR 30.000,00 brutto übernimmt die Tirol-Werbung, EUR 70.800,00 brutto trägt die Standortagentur Tirol und EUR 25.148,34 brutto werden aus dem Budget der Abteilung Repräsentationswesen getragen. Die vergebenen Aufträge wurden natürlich ausgeschrieben und eine finanzielle Unterstützung für den Club Tirol in Wien gab es nicht – mit dem Business-Club für Tirolerinnen und Tiroler in Wien pflegt das Land eine gute Zusammenarbeit auf ideeller Basis.

Hoher Medienwert: Wertvolle Kommunikation in der Breitenwirkung und Beitrag zur Markenentwicklung

Werblich präsentierte sich das Land Tirol, alleine durch die breite und äußerst positive Berichterstattung in österreichweiten Medien, dynamisch, sympathisch und zukunftsorientiert: Die Marke TIROL wurde als erfolgreicher „Standort“ für Wirtschaft und Tourismus, als gastfreundliches Urlaubsland mit traditionsreicher Geschichte und modernen Zugängen präsentiert, als auch als renommiertes und zukunftssträchtiges Sportland. Repräsentative Netzwerkveranstaltungen können grundsätzlich nicht ausschließlich an Zahlen gemessen werden. Jedoch belegt die vom Land Tirol in Auftrag gegebene Medienwertanalyse dieser Veranstaltung, durch die Medien- und Informationsagentur United Synergies in Wien, einen ausgewiesenen Spitzenwert. Dieser liegt mit 3,094.908 Kontaktchancen, das ist die Messzahl der Möglichkeiten eines Werbekontaktes eines Lesers oder Zuschauers eines Mediums, und einem errechneten Medienwert, das ist die mediale Leistungsfähigkeit von Events, von EUR 57.277,00 auf einem sehr hohen Niveau. Das heißt, dass alleine durch die Medienberichterstattung ein hoher kommunikativer Wert für diese Veranstaltung ausgewiesen werden kann – nicht eingerechnet sind weitere werbliche Leistungen, wie zum Beispiel der Versand der Einladungen, die Präsentation der Standortmarke TIROL vor Ort oder Kontakte, die aus persönlichen Gesprächen entstanden sind. Der Mehrwert für das Land Tirol liegt neben den erwähnten Werten wohl auch darin: Veranstaltungen dieses Formats schaffen Verbindung und Vernetzung in verschiedensten Bereichen, müssen als Investment für die Zukunft verstanden und als Plattform für Kommunikation und Präsentation betrachtet werden.

Bezugnehmend auf Ihre Fragen zu den Gesamtkosten der Tirol-Empfänge in Wien aus den Jahren 2015 und 2014 darf ich auf die bereits beantworteten Anfragen verweisen. Die Gesamtkosten für den Tirol-Empfang in Wien im Jahre 2011 beliefen sich auf EUR 91.916,22 brutto, EUR 49.602,13 brutto wurden seinerzeit durch die Standortagentur Tirol getragen. Die Gesamtkosten des Tirol-Empfanges in Wien für das Jahr 2012 liegen bei EUR 98.294,14 brutto, EUR 65.271,72 brutto davon beglich damals die Standortagentur Tirol. Und die Gesamtkosten des Jahres 2013 belaufen sich auf EUR 101.151,12 brutto, welche zur Gänze von der Standortagentur Tirol getragen wurden.

Mit freundlichen Grüßen

A handwritten signature in black ink, appearing to be 'W. P.', is written over the text 'Mit freundlichen Grüßen'.