

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 0512/508-742005
buero.landeshauptmann@tirol.gv.at

DVR:0059463

Schriftliche Anfrage

„Mehr Transparenz und Kontrolle: Welche Kosten sind für den Tirol-Empfang in Wien angefallen?“
(461/17)

Geschäftszahl LHGP-GE-11/36

Innsbruck, 12.12.2017

Sehr geehrte Frau Abgeordnete!

In der Sitzung des Tiroler Landtages vom 8. November 2017 haben Sie eine schriftliche Anfrage betreffend „Welche Kosten sind für den Tirol-Empfang in Wien angefallen?“ (461/17) an mich gerichtet und mich ersucht, Fragen zu dieser Landesveranstaltung zu beantworten. Gerne kann ich Ihnen wie folgt mitteilen:

Der mittlerweile traditionelle **Tirol-Empfang in Wien** hat heuer am 13. September 2017 im Kursalon Wien stattgefunden, stand unter dem Motto „Spüre die Kraft Tirols“ und wurde in Zusammenarbeit und Kooperation mit der Tirol-Werbung und der Standortagentur Tirol umgesetzt. Dabei wurde besonderes Augenmerk auf einen 360-Grad-Auftritt und dem positiven „Aufladen“ der Marke „Tirol“ (dem „Tirol-Logo“) gelegt – die Markenarchitektur der Standortmarke „Tirol“ wurde in all ihren Facetten präsentiert. Im Rahmen dieser Veranstaltung des Landes Tirol, welche vollständig im Look&Feel der Standortmarke „Tirol“ umgesetzt wurde, konnte die Markenpositionierung gestärkt und verbreitert werden. Die Kernwerte und Versprechen der Leistungsarchitektur unserer gemeinsamen Marke konnten im Rahmen dieser Veranstaltung erlebbar gemacht werden:

- „Leben, Wirtschaften und Forschen mit der Natur.“
- „Tirol ist das pulsierende Zentrum für das nachhaltige Entwickeln, Gestalten und Erleben der Zukunft des alpinen Lebensraums.“
- „Tirol – Herz der Alpen. Ein Lebensraum im Dialog mit der alpinen Natur.“

Präsentation der Leistungsarchitektur – Forcierung der Standortmarke „Tirol“

Die gemeinschaftliche Planung und Umsetzung, als auch der vernetzte Auftritt des Landes Tirol, der Standortagentur Tirol und der Tirol Werbung in Kooperation mit weiteren Infrastruktur-Partnern, wie der Agrarmarketing Tirol, hatten dabei, wie in den Vorjahren auch, ein klares Ziel: **Die gemeinsame Standortmarke „Tirol“ (Tirol-Logo) zu stärken!**

Die Standortmarke „Tirol“ versteht sich als Klammer für die gemeinsamen Bemühungen, unser Land weiterzuentwickeln. Dabei vermittelt die Standortmarke „Tirol“ die Potentiale Tourismus, Forschung und Bildung, sowie die Wirtschaft einheitlich. Eine gemeinsame Netzwerkveranstaltung in Wien trägt dazu maßgeblich bei, die Standortmarke „Tirol“ in ihrer Positionierung, den Zielsetzungen ihrer Vermarktung entsprechend, integrativ und qualitativ aufzuladen.

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. Nicht zuletzt dadurch werden eine nachhaltige Profilierung und ein langfristiges Wachstum für unseren Standort Tirol gesichert.

Die angefallenen Kosten sind ein Investment in die Positionierung und Vernetzung unseres Landes!

Die an Inhalten und Synergien wertvolle Netzwerkveranstaltung fand heuer bereits zum siebten Mal in dieser Form statt. Durch die erneut inhaltliche Erweiterung konnten wie im Vorjahr mehr TeilnehmerInnen und Gäste verzeichnet werden als beispielsweise in den Jahren 2014 und 2015. Vorwiegend Multiplikatoren, Opinion Leader und Führungskräfte aus den verschiedensten Bereichen besuchten diese Landesveranstaltung. Bekanntlich wird der traditionelle Tirol-Empfang in Wien auch als Netzwerkveranstaltung und als wichtiges Kommunikationsinstrument mit in Wien lebenden Tirolerinnen und Tirolern genutzt. Im Rahmen dieser Veranstaltung werden politische VertreterInnen, offizielle Vertretungen der Bundesbehörden und Ministerien, der Kunst und Kultur, 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 die Leistungsarchitektur der Standortmarke „Tirol“ unter dem Motto „Spüre die Kraft Tirols“. Für die Umsetzung dieser nachhaltigen Maßnahme in der Entwicklung der Markenstrategie des Landes benötigt es übrigens keinen Regierungsbeschluss. Jedoch wird diese Netzwerkveranstaltung von allen RegierungskollegInnen als wichtig, sinnvoll und zielführend erachtet.

Wettbewerbsvorteile herausstreichen: Standortbereiche und Standortmarke stärken!

Die Veranstaltung wurde wie in den Vorjahren äußerst 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 Präsentation der Leistungsarchitektur und für das Erreichen des Zieles, die „Kraft Tirols spürbar“ zu machen, weiters die Veranstaltungsagentur TRIO mitbeauftragt. Die Agentur TRIO betreut die Tirol Werbung und Standortagentur Tirol im Rahmen einer europaweit ausgeschriebenen Ganzjahresbetreuung im Bereich der Eventorganisation. Die Agenturleistungen für die Umsetzung der Programmierung des Veranstaltungsprogrammes einschließlich der Kosten für Bühnen- und Tontechnik, Beleuchtung, Präsentationsmedien, Sicherheit, Möblierung, Dekorationen/Displays, Fotografie und Transporte belaufen sich auf insgesamt EUR 57.188,36 netto (aufgrund Vorsteuer-Abzugsberechtigung), welche zur Gänze von Tirol Werbung und Standortagentur Tirol getragen wurden. Für Miet-, Personal-, Technik-, Betriebs- und Reinigungskosten im Kursalon Wien wurden EUR 15.386,57 brutto bezahlt. Die Kosten für Grafik und Druckerzeugnisse belaufen sich auf EUR 234,00 brutto, weitere Produktionen in der Corporate Identity Dachmarke „Tirol“ wurden durch die Tirol Werbung inhouse gefertigt bzw. getragen. Für die Musikgruppe „Jazzmanufaktur“ aus dem Außerfern fielen Kosten in Höhe von EUR 3.549,31 brutto für netto an, welche ebenfalls von der Tirol Werbung getragen wurden. Die Cateringkosten liegen für Getränke und Speisen, einschließlich Servicekosten, bei EUR

34.952,76 brutto. Auch dabei wurde besonderes Augenmerk auf den Tirol-Bezug, auf die Herkunft und Regionalität, als auch auf kurze Transportwege gelegt.

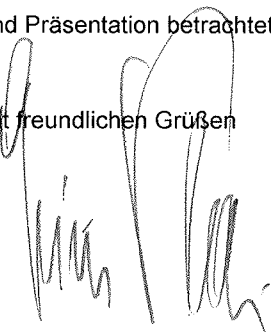
Sowohl die inhaltliche Festlegung der gereichten „Tiroler Schmankerln“, als auch die Herkunft sämtlicher Lebensmittel aus Tirol, die für eine qualitativ hochwertige Herstellung dieser Speisen notwendig waren, wurden durch die Agrarmarketing Tirol organisiert und überwacht. Die drei Tirol-Verkostungsstände wurden von Partnern der Agrarmarketing Tirol betreut.

Für weitere Dekorationen, Blumenschmuck und diversen Umsetzungskosten mussten EUR 3.151,60 brutto aufgewandt werden. Für die Moderatorin, eine Mitarbeiterin der Tirol Werbung, fielen keine gesonderten Kosten an. Die Gesamtkosten wurden bzw. werden wie folgt aufgeteilt: EUR 31.573,51 brutto übernimmt die Tirol-Werbung, EUR 70.800,00 brutto trägt die Standortagentur Tirol und EUR 28.186,75 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.

Wertvolle Kommunikation in der Breitenwirkung und Beitrag zur Entwicklung der Standortmarke „Tirol“

Werblich präsentierte sich das Land Tirol, wie in den Vorjahren durch eine 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 Sport- und Genussland. Repräsentative Netzwerkveranstaltungen können grundsätzlich nicht ausschließlich an Zahlen gemessen werden. Die im Jahr 2016 vom Land Tirol in Auftrag gegebene Medienwertanalyse dieser Veranstaltung, durch die Medien- und Informationsagentur United Synergies in Wien, zeigte einen ausgewiesenen Spitzenwert: Dieser lag 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 äußerst hohen Niveau. Das heißt, dass auch dadurch ein entsprechend nachhaltiger Wert für diese Veranstaltung ausgewiesen werden kann. Der Mehrwert für das Land Tirol liegt neben den erwähnten Medienwerten wohl auch darin: Netzwerkveranstaltungen schaffen Verbindung und eben Vernetzung in verschiedensten Bereichen, müssen als Investment für die Zukunft verstanden und als Plattform für Kommunikation und Präsentation betrachtet werden!

Mit freundlichen Grüßen

A handwritten signature in black ink, appearing to be a cursive script, located below the text 'Mit freundlichen Grüßen'.