



Österreich vor!

Podiumsdiskussion mit Emanuel Lehner-Telic (Österreich Werbung), Christoph Eisinger (Ski Amadé GmbH), Florian Phleps (Tirol Werbung), Li Xiao, Huang Jianhua und Tian Yun (v.l.).

Riesenmärkte im Visier

Die Österreich Werbung präsentiert die heimischen Kompetenzen in Wintersport, Kultur, Kulinarik und Gastfreundschaft in China und Südkorea.

••• Von Paul Christian Jezek

SONGHUA. Mehr als 250 hochrangige chinesische Firmenvertreter und Offizielle folgten dem Ruf des AußenwirtschaftsCenters Peking und der Österreich Werbung China zu den ersten „Austrian Winter Sports Days: conference and ski-race“ am 2. und am 3. Februar im Songhua Lake Skiresort in der nordostchinesischen Provinz Jilin.

Chinesische und österreichische Experten unterstrichen dabei deutlich Österreichs herausragende Rolle und betonten die guten bilateralen Geschäftschancen. „Olympische Winter-

sportspiele, die steigende Kaufkraft der chinesischen Bevölkerung sowie die zunehmende Begeisterung für den Wintersport schaffen einen starken Anreiz für unsere international anerkannten Wintersportunternehmen, sich verstärkt auf dem chinesischen Markt zu engagieren“, sagt Martin Glatz, der Wirtschaftsdelegierte in Peking.

Millionen potenzielle Kunden

Dem Konferenzteil folgte im Anschluss noch ein B2B-Workshop der Österreich Werbung, bei dem Vertreter der Wintersportdestinationen Tirol, Salzburg, Kärnten, Oberösterreich und Vorarl-

berg auf Einkäufer chinesischer Reiseveranstalter trafen.

„Zunehmend reisen Chinesen jetzt auch in der kalten Jahreszeit und machen Abstecher in die besten Skiegebiete der Welt“, erklärt Emanuel Lehner-Telic, Leiter der Österreich Werbung in Peking. „Mittlerweile gibt es ein paar Millionen aktiver chinesischer Skifahrer – da wollen wir natürlich auch für Österreich begeistern.“ Krönender Abschluss der Austrian Winter Sports Days war ein „Tiroler Hüttenabend“, organisiert von der Tirol Werbung. „Wir stehen in China zwar in einem harten weltweiten Wettbewerb, können

uns aber als attraktive Winterdestination gut positionieren“, sagt Lehner-Telic.

Naturaffin und sicher

China ist Österreichs wichtigster Herkunftsmarkt in Asien mit dem größten Wachstumspotenzial. So konnte Österreich 2017 ein Rekordergebnis von ca. 900.000 Ankünften (+22,9%) und rund 1,268 Mio. Nächtigungen (+25,7%) verzeichnen.

Österreich steht für Kultur, seine imperiale Vergangenheit und landschaftliche Schönheit und wird als gastfreundliches, naturaffines und sicheres Urlaubsland wahrgenommen.

ENGAGEMENT RUND UM DIE WINTERSPIELE ALS AUFTAKT INTENSIVIERTER MARKTBEARBEITUNG

Austria House: Österreich präsentiert sich als Tourismusstandort

PyeongChang

Bei den 23. Olympischen Winterspielen mit rund 65.000 Athleten, Offiziellen und Medienvertretern aus 95 Nationen agiert die Österreich Werbung als

Premium Partner des Österreichischen Olympischen Komitees (ÖOC) und ist damit mitverantwortlich für den perfekten „Österreich-Look“ des Austria House.

Gemeinsam mit Kärnten Werbung, SalzburgerLand Tourismus und Tirol Werbung präsentierte die ÖW weiters die neue Marktpositionierung von „Urlaub in

Österreich“, mit der die heimischen Alpen in Korea bekannter gemacht und Österreichs Stärke im Kulturbereich auf alpine Regionen ausgeweitet werden soll. (pj)



© ÖOC/Erich Spiess