

STRATEGIE TAGUNGSTOURISMUS 2016 – 2020

EIN GEMEINSAMER WEG IN DIE ZUKUNFT
DER TOURISMUSMARKE STEIERMARK.



GENUSSVOLL TAGEN IN DER STEIERMARK

.....

VISITENKARTE FÜR DEN STANDORT

.....

Der Kongress- und Tagungstourismus wird aufgrund seiner hohen Qualitätsansprüche auch gerne die „Königsdisziplin“ im Tourismus genannt. Jedenfalls ist er in der Steiermark eine sehr aussagekräftige Visitenkarte für den Wirtschafts- und Wissenschaftsstandort. Die Vielfalt des Angebots, die Serviceorientierung und Herzlichkeit der steirischen Gastgeber und die steirische Kulinarik sind die zu einem perfekten Menü aufeinander abgestimmten Zutaten für diesen Erfolg.

Auch in der Tagungswirtschaft muss permanent auf die allgemeinen Herausforderungen, die sich durch den gesellschaftlichen Wandel und wirtschaftliche Entwicklungen ergeben, reagiert werden. Gerade in diesem Bereich ist es aufgrund wachsender internationaler Konkurrenz entscheidend, Alleinstellungsmerkmale zu entwickeln und eine entsprechende Marktpositionierung durch richtige Produkte für richtige Märkte zu erreichen.

In der Tourismusstrategie 2020 sind die Schritte zum Erreichen dieses Ziels definiert. Sie gelten auch für die Tagungswirtschaft. Denn bei Meetings, Incentives, Conventions und Events kommen Menschen mit gleichartigen Interessen zusammen und nehmen sich Zeit. Ein kostbares Gut. Daher müssen Veranstalter nicht nur sicherstellen, dass Planung, Organisation und Ablauf funktionieren, sondern auch, dass die Versorgung mit „Grundnahrungsmitteln“ wie Kultur- und Naturgenuss sichergestellt ist.

Die Steiermark bietet diesbezüglich alles, was das Herz begehrt.



#Wachstum Die heimische Tagungswirtschaft wächst kontinuierlich. In Zeiten von Globalisierung, Exportabhängigkeit und grenzüberschreitenden Kooperationen nimmt der Bedarf an Businessmeetings und Kommunikation zu.

#Kostenbewusstsein Der Kostendruck führt zu immer kürzeren Geschäftsreisen bzw. Veranstaltungen sowie einer ausgeprägten Preissensibilität bei der Wahl der Unterkunft, der Location, der Anreise und des Rahmenprogramms.

#Technologisierung Neue Informations- und Kommunikationstechniken verändern das Tagungsgeschehen vom Angebotsvergleich über die Buchung bis zur Information vor Ort und der Zahlungsabwicklung.

#Umweltbewusstsein Die Sensibilität für regionale Produkte, für Authentizität aber auch für die Umweltbelastung durch das Reisen wächst. Das stärkt regionale Angebote, persönliche Beziehungen werden wichtiger.

#Individualität In einer Zeit, in der immer und überall alles da ist, wächst das Bedürfnis und der Wunsch nach Einfachheit, individuell arrangierten Lösungen und unverwechselbaren Angeboten.

#Urbanisierung 2050 werden 70 % der Bevölkerung in Städten wohnen. Dadurch nehmen auch die typischen „Großstadtsymptome“ wie Stress und Schlaflosigkeit zu. Es steigt aber dadurch der Wunsch, sich etwas Gutes zu tun.

#Sicherheit Immer mehr Schreckensmeldungen dominieren die allgemeine Nachrichtenlage. Die Entscheidung für eine Reisedestination hängt damit zunehmend von der Sicherheit vor Ort ab.



ORGANISATIONS- MANAGEMENT

DIE WELT ÄNDERT SICH,
DIE GESELLSCHAFT IST
IM WANDEL. AUCH DER
TAGUNGSTOURISMUS
MUSS SICH DARAUF
EINSTELLEN. ER STEHT
VOR WACHSENDEN
HERAUSFORDERUNGEN
UND SCHRUMPFENDEN
SICHERHEITEN.

Im Tagungstourismus gelten besonders hohe Ansprüche an die Qualität und Professionalität des Angebots. Gerade in Zeiten eines allgemein sensiblen Kostenbewusstseins sind Effizienz bei Abläufen, umfassende Beratung, verlässliches Reisekostenmanagement und ein klar erkennbarer Nutzen des Aufenthalts für den Kunden entscheidend.

Damit steigt die Bedeutung von Geschäftsreisebüros. Sie bieten vor dem Hintergrund knapper werdender Zeit- und Geldressourcen eine ganzheitliche, vernetzte und umfassende Organisation von der Planung bis zur Durchführung – Stichwort „one stop shop“. Daraus entstehen mit dem Kunden gemeinsam entworfene, maßgeschneiderte und sämtliche Gästewünsche und Meeting-Bedürfnisse erfüllende Angebote als Basis für den Geschäftserfolg.



ANGEBOTS- GESTALTUNG

Es gilt, was generell im Tourismus gilt: Es braucht eine klare Positionierung. Das Angebot muss unverwechselbar, innovativ und einzigartig sein. Parallel muss das Programm aber zeitlich und inhaltlich flexibel bleiben und auf die individuellen Bedürfnisse der Kunden eingehen.

Gerade im Geschäftstourismus mit seinen meist engen terminlichen Schranken muss auf das Tagungsverhalten der Gäste eingegangen und die „Servicierung“ entsprechend angepasst werden. Neben der organisatorischen Aufbereitung vorab braucht es in der Angebotsgestaltung vor Ort Sensibilität für persönliche Wünsche (Lebensmittelunverträglichkeiten, Allergien) und eine Berücksichtigung allgemeiner Trends wie die steigende Nachfrage nach Regenerationsangeboten und Abstand von beruflichem Stress.



TECHNOLOGIE & PROFESSIONALITÄT

Ein zum Seminarraum hoch geschminkter Keller mit schmalen Sichtfenstern, ein matt schimmernder Overheadfolien-Projektor und unbequeme Stühle? Das hat nicht einmal in der Vergangenheit gereicht. In der Gegenwart und Zukunft kann man sich Mängel in der Tagungsinfrastruktur schon gar nicht mehr erlauben.

Das Technikangebot, die Ausstattung der Veranstaltungsorte, die Betreuung und die Umsetzung der Events müssen professionell und zeitgemäß sein. Schon im Vorfeld braucht es eine umfassende Beratung bei der Auswahl von passenden Tagungshotels, Veranstaltungsorten oder Kongresszentren. An den Tagungsorten ist eine sämtliche Ansprüche der Kunden erfüllende technische Infrastruktur erforderlich - mit entsprechend eingeschultem Personal für Service und Bedienung.



COMPLIANCE RICHTLINIEN

Nicht nur für den öffentlichen Bereich, zunehmend auch in der Privatwirtschaft gelten mit dem Ziel der Korruptionsprävention strenge Compliance-Richtlinien, die regelmäßig enger geschnürt werden. Finanzielle oder Sachgüter-Zuwendungen müssen offen gelegt werden beziehungsweise sind limitiert oder überhaupt verboten.

Dabei handelt es sich nicht um ein österreichisches Spezifikum, sondern eine internationale Entwicklung, die unmittelbare Auswirkungen auf den Geschäftstourismus und dessen Angebotsportfeuille hat. Es braucht seitens der Anbieter entsprechende Strategien für die Preis- und Programmgestaltung und innovative Lösungsansätze, um sich innerhalb dieser neuen Rahmenbedingungen (kürzere Aufenthalte, anderes Konsumverhalten) einen Wettbewerbsvorsprung zu sichern.



KUNDEN ALS KONKURRENTEN

Firmen und öffentliche Institutionen wie beispielsweise Universitäten bieten immer mehr Seminarräumlichkeiten im eigenen Haus an. Mit diesen Inhouse-Möglichkeiten werden sie zur Konkurrenz für professionelle Kongress- und Tagungstourismus-Anbieter.

Auch diesbezüglich gilt es, sich den neuen Herausforderungen offensiv zu stellen und entsprechende Strategien für die Preis- bzw. Programmgestaltung und innovative Angebote mit Alleinstellungsmerkmal zu entwickeln, um sich innerhalb dieser neuen Rahmenbedingungen einen Wettbewerbsvorteil zu sichern. Verschärft wird diese neue Konkurrenzsituation durch einschlägige Bewertungsplattformen in den sozialen Medien. Auch hier gilt: Offensive Transparenz und Kommunizieren der eigenen Stärken statt defensives Wegducken.



STEIERMARK CONVENTION

TAGEN IN DER STEIERMARK

Der Kongress- und Tagungstourismus hat sich in den letzten Jahren zu einem immer bedeutenderen Segment im österreichischen Tourismus entwickelt. Die Wirtschaft profitiert zum einen von einer Saisonalität (Frühjahr, Herbst), die dem klassischen Ferientourismus entgegengesetzt ist. Zum anderen ist die Wertschöpfung durch zwar kurze Aufenthalte aber vergleichsweise hohe Tagesausgaben der Gäste enorm. Der Gesamtumsatz durch den Tagungstourismus lag 2015 bei rund 1,5 Milliarden Euro.

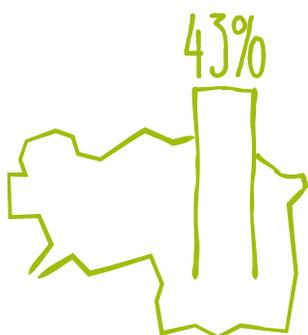
Gerade auch in der Steiermark gewinnt dieser Bereich an Bedeutung. Auslöser für diesen Aufwärtstrend ist ein wachsendes Angebot an hochqualitativen Veranstaltungslocations, die eingebettet sind in eine Landschaft, deren Mix aus gesunder Natur und gewachsener Kultur ideale Voraussetzungen für Meetings, Messen aber auch Entspannung und Regeneration bietet. Aktuell 54 Anbieter* zwischen dem alpinen Norden und hügeligen Süden der Steiermark und ein ausgewogenes Infrastrukturangebot von familiär geführten Betrieben bis hin zu großen Kongresszentren mit entsprechendem Bettenangebot in unmittelbarer Nähe decken die Anforderungen des modernen Tagungsgeschäfts hervorragend ab. Graz ist die größte Kongress- und Tagungsdestination in der Steiermark mit dem zweitgrößten Kongress-, Tagungs-, Veranstaltungs- und Messestandort in Österreich bzw. dem größten im südösterreichischen Raum.

In der Steiermark haben im Jahr 2015 461 Kongresse, 675 Firmentagungen und 267 Seminare stattgefunden*. Bei diesen Veranstaltungen haben insgesamt knapp 138.500 Besucher teilgenommen - was den dritthöchsten Wert im Bundesländervergleich bedeutet.



292.064 Nächtigungen

Die Nächtigungen durch die Tagungsindustrie haben in der Steiermark 2015 im Vergleich zu 2014 um 43,6 Prozent auf 292.064 zugenommen. 54,4 Prozent dieser Nächtigungen werden von Gästen aus dem Ausland getätigt – was die hohe internationale Bedeutung dieses Segments unterstreicht. Der Nächtigungsanteil der Tagungsindustrie an den touristischen Nächtigungen betrug 2015 2,5 %.



67.623 Teilnehmer

Die Landeshauptstadt Graz ist Zentrum des Geschäftstourismus in der Steiermark. 27 Prozent aller Business-Veranstaltungen haben im Jahr 2015 hier stattgefunden. Mit 67.623 Teilnehmern und rund 125.000 Nächtigungen entfielen somit knapp 43 Prozent aller Nächtigungen in diesem Segment auf Graz.



54 Mitgliedsbetriebe**

Unter dem Dach der Steiermark Convention sind aktuell 54 Anbieter versammelt: 40 Tagungshotels (Stadt-, Wellness-, Schlosshotels, die auf Tagungen spezialisiert sind), 5 Kongresszentren, 5 Veranstaltungsllocations, 2 Convention-Bureaux sowie 2 Eventagenturen.

UM IM INTERNATIONALEN WETTBEWERB DER DESTINATIONEN BESTEHEN ZU KÖNNEN, BRAUCHT ES EINE FOKUSSIERUNG AUF LEISTUNGSFELDER. DIE STEIERMARK PUNKTET DABEI MIT EINEM MIX AUS TAGUNGSINFRASTRUKTUR, NATUR, KULTUR, KULINARIK, UND REGENERATION.

GENUSSVOLL TAGEN

Fruchtbares Land

Steier

DAS GRÜNE HERZ

kul

INDIVIDUALITÄT

GREEN MEETINGS

nd

mark

Z ÖSTER

inarische
Produkte

ENTSCHEIDUNG

Für den Tagungstourismus in der Steiermark wurden vier Leistungsfelder definiert, die sich rund um das „Grüne Herz“ als Markenkern aufspannen. Sie alle haben die Verknüpfung des Business- mit dem Genuss-Aspekt als Ziel und verbinden damit die Stärkefelder des Landes: den ungetrübten Erholungswert seiner Natur, die Gastfreundlichkeit seiner Menschen, den hohen Genussfaktor seiner Kulinarik und die individuellen Erlebnismöglichkeiten der Kultur.

DIE STEIERMARK KANN VIEL – ABER NOCH NICHT ALLES



STÄRKEN

Es gibt kaum ein Bundesland, in dem der Fächer an Attraktionen weiter aufgespannt ist als in der Steiermark. Von der landschaftlichen bis zur kulinarischen Vielfalt, vom umfassenden Wellness-Angebot bis zu einem abwechslungsreichen Kulturprogramm.

Garniert werden diese Assets mit hoher Servicequalität und Gastfreundschaft, Professionalität und Kompetenz der Anbieter sowie mit sozialer Sicherheit und Sauberkeit bei einem dennoch guten Preis-Leistungsverhältnis. Auch die Überschaubarkeit durch kleine Betriebsgrößen beziehungsweise Programmangebote mit kurzen Entfernungen untermauern den individuellen Charakter der Tagungsdestination Steiermark.



SCHWÄCHEN

Es gibt aber auch Dinge, bei denen es noch Luft nach oben gibt. So ist die Erreichbarkeit mittels Flugzeug und Bahn ausbaufähig, das öffentliche Verkehrsnetz in den ländlichen Gebieten ebenfalls. Für die Zukunft sind neue direkte Fluganbindungen zu europäischen Destinationen erwünscht.

Auch die Bettenkapazitäten stoßen bei Großveranstaltungen abseits der urbanen Ballungszentren aufgrund der vergleichsweise kleinen Betriebsgrößen an Grenzen.

Zudem könnte die Vernetzung zwischen dem Tagungstourismus auf der einen und der Wirtschaft und Wissenschaft auf der anderen Seite verdichtet werden, um Synergien zu nutzen und den Bekanntheitsgrad der Destination zu erhöhen. Die Landeshauptstadt Graz ist vor allem durch seine Universitäten und Forschungseinrichtungen für wissenschaftliche Tagungen seit vielen Jahren national und international eine angesehene Kongressdestination. Bei Firmentagungen und Incentives aber hat Graz durch das geringere Angebot an großen Tagungshotels im Landeshauptstädte-Vergleich Verbesserungspotenzial.

DAS GRÜNE HERZ IST STARK – UND EINZIGARTIG



LANDSCHAFT TRIFFT GREEN-MEETING

Zwei Drittel der Steiermark sind weitgehend unverbaute Natur. Diese landschaftlich reizvolle Kulisse bedient die Sehnsucht nach Regeneration durch natürliche Ressourcen, die auch Geschäftsreisende und Tagungsteilnehmer haben. Den Seminarraum hinter sich lassen – die Weinberge vor sich entdecken. Den Trubel des Messegeländes vergessen – eintauchen in die Ruhe des Waldes. Raus aus dem stressigen Kongresszentrum – rauf auf die erholsame Alm. Diese Mischung zwischen Business und Regeneration bietet die Steiermark: Genussvoll tagen im Grünen Herz.



WISSENSCHAFT TRIFFT WIRTSCHAFT

Fünf Universitäten sowie je zwei Fachhochschulen und Pädagogische Hochschulen in der Steiermark bilden die Basis für eine der höchsten Forschungs- und Entwicklungsquoten in der EU. Eine lange Industrietradition trifft auf die Innovationsbereitschaft einer vitalen Start-up-Szene, zusammen bilden sie Kompetenznetzwerke in Form von fünf Clusterorganisationen mit 20.000 Mitgliedsbetrieben*. Eine hohe Exportquote sorgt für zusätzliche Internationalität. Diese enge Vernetzung von Wirtschaft und Wissenschaft bietet viele Andockmöglichkeiten: Gewinnversprechend tagen im Grünen Herz.



HERZLICHKEIT TRIFFT PROFESSIONALITÄT

Neben dem Natur- und Kulturangebot und den Erholungs- und Erlebnismöglichkeiten zählen zu den vorrangigen Entscheidungsmotiven für die Steiermark als Tagungsdestination auch die Gastfreundlichkeit und Professionalität der Gastgeber. Kleinstrukturierte Anbieter garantieren Individualität, Flexibilität und Überschaubarkeit auf höchstem Qualitätsniveau und abseits vom Massen(kongress)tourismus: Gastfreundlich tagen im Grünen Herz.



GENUSS TRIFFT TAGUNG

Unter dem Motto „Genussvoll tagen“ stellen die steirischen Tagungsanbieter ein hochwertiges, regionales, nachhaltiges und saisonales Kulinarikangebot in den Mittelpunkt jeder Businessveranstaltung – ein absolutes Alleinstellungsmerkmal im Bundesländervergleich. Kongress- und Seminargäste lernen die kulinarische Seite des Grünen Herz Österreichs in dreierlei Varianten kennen: es wird verkostet, besichtigt und erlebt!



STEIERMARK CONVENTION

KOMPASS FÜR TAGUNGSTOURISMUS

Die Steiermark Convention ist als Kooperationsgruppe der Steirischen Tourismus Gesellschaft mbH (STG) seit 2003 Anlaufstelle für professionelle und kostenlose Beratung und Kontaktherstellung zur Tagungsindustrie. Dieses Segment gehört zu den stetig steigenden in der Tourismusbranche. Allein 2015 gab es laut der österreichischen Kongressstatistik österreichweit rund 18.000 Kongresse, Tagungen und Seminare mit knapp 1,46 Millionen Teilnehmern. Über die Veranstaltungen und Nächtigungen wurde 2015 eine Wertschöpfung von 1,5 Milliarden Euro erwirtschaftet. Mit Potenzial nach oben. Das will die Steiermark Convention in ihrem „Revier“ – der Steiermark – nutzen.

Die Organisation hilft bei der Auswahl von passenden Tagungshotels, Veranstaltungsllocations, Kongresszentren, Eventagenturen beziehungsweise gibt Tipps für passende Rahmenprogramme oder Incentive-Ideen. Die Steiermark Convention bietet ein Venue-Finder-Suchsystem, das auf die individuellen Ansprüche des Veranstalters abgestimmt ist. Dabei kann die Infrastruktur beziehungsweise das Serviceangebot von aktuell 54 Mitgliedsbetriebe (Stand 2016) vermittelt werden. Die Palette reicht von Sport-, Wellness- oder Schlosshotels über klassische Tagungshotels bis zu Kongresszentren, Veranstaltungsllocations und Eventagenturen. Die Hauptaufgabe der Steiermark Convention ist die Bewerbung der Steiermark als Tagungsdestination und der Tagungsangebote der Betriebe durch Messeauftritte, Eigenveranstaltungen, Print- bzw. Online-Maßnahmen, Pressearbeit und Studienreisen.

Das Tagungsindustrie-Segment ist ein kleines im touristischen Gesamtportefeuille des Landes. Gerade einmal 2,5 % entfielen in der Steiermark 2015 laut österreichweiter Kongressstatistik auf diesen Bereich. Ein kleiner, aber feiner und vor allem wachstums- und imageträchtiger Zweig, den es zu hegen gilt. Dafür braucht es eine genaue Kenntnis über die Marktsituation, eine klare Definition von Zielgruppen und Zielmärkten und ein Wissen um Mitbewerber und deren Stärken und Schwächen.

ZIELGRUPPEN

Das Umfeld könnte für die wesentlichen Zielgruppen der Steiermark Convention nicht optimaler sein: Fünf Universitäten und vier (Fach-)Hochschulen, dazu außeruniversitäre Forschungseinrichtungen wie Joanneum Research – das zieht hochqualifizierte Arbeitskräfte und mit entsprechenden Human Resources ausgestattete Firmen an. An deren Schnittstellen entsteht Kommunikationsbedarf. Tagungen, Kongresse, Seminare und Incentives sind die Folge. Entsprechend gelten Firmen vor allem aus dem technischen Bereich (Automotive, Pharma, Maschinenbau, Logistik, Medizin, etc.) als Kernzielgruppe. Dazu kommen die Universitäten selbst, dazu einschlägige Verbände sowie professionelle Kongress-Organisationen (PCO), Eventagenturen bis hin zu Botschaften.

ZIELMÄRKTE

Die Steiermark ist das beliebteste Urlaubs(bundes)land der Österreicher. Trotz einem im Vergleich zu einer klassischen Feriendestination unterschiedlichen Anforderungsprofil, will die Steiermark ihr positives Image aber auch im Tagungstourismus nutzen. Österreich bleibt damit der zentrale Kernzielmarkt. Zusätzlich im Fokus sind Regionen in Deutschland, zu denen schon jetzt intensive wirtschaftliche Verbindungen bestehen,

wie beispielsweise Bayern und Baden-Württemberg. Aber auch Städte, in die es direkte Flugverbindungen von beziehungsweise nach Graz gibt, gelten als Kernmärkte, die bearbeitet werden.

In etwas weiter entfernten Kreisen rund um den Hauptmarkt Österreich liegen die Hoffnungsmärkte der Steiermark Convention: Ungarn, Slowenien, die Slowakei, die Tschechische Republik sowie die Schweiz finden sich in dieser Kategorie wieder. Gemeinsam mit der Österreich Werbung und anderen Bundesländern werden im Rahmen von Schwerpunktaktionen aber auch Ziele wie die Benelux-Staaten, Großbritannien oder Italien ins Visier der Standort-Vermarkter genommen.

MITBEWERBER

Die genannten Werbekooperationen bergen Chancen, erhöhen aber auch den Konkurrenzdruck. Denn zu den stärksten Mitbewerbern für die steirische Tagungsindustrie zählen eben auch und vor allem andere Bundesländer wie Salzburg und Tirol und – mit einer Sonderstellung – Wien.

Aber auch jenseits der Grenzen haben sich andere Marktbearbeiter in Stellung gebracht: Gerade auch Destinationen, die eine ebenso exklusive wie breitgefächerte Kulinarik bieten können wie die Steiermark (Istrien, Toskana, Südtirol), gelten als ernsthafte Konkurrenz. Vor allem dann, wenn sie mit besseren Flugverbindungen locken können, sammeln sie gegenüber Graz im internationalen Wettstreit der Städte um Tagungsgäste Pluspunkte. Diese geografische Lage etwas abseits der großen kontinentalen Nord-Süd- und Ost-West-Routen auf Straße, Bahn und in der Luft, ist in Bezug auf die Tagungsindustrie ein tatsächlicher Standortnachteil. Andererseits liegt die Steiermark derart zentral, dass der Mittelpunkt Österreichs im Lande (in Bad Aussee) zu finden ist.

ZIELE UND VISIONEN

Kurzfristig:

Lückenlose Datenbank

Das Ziel ist klar: Die Steiermark Convention soll durch ein stärkeres Destinationsmanagement den Bekanntheitsgrad der Steiermark als Wirtschafts-, Wissenschafts-, vor allem aber Kongress- und Tagungsstandort steigern. Unter dem Motto „Genussvoll tagen“ in der Steiermark soll die Steiermark Convention mit ihren eng vernetzten, professionellen Mitgliedsbetrieben in Österreich die bekannteste und **beste Plattform** für Tagungen werden. Kundenstock, Anfragen, Buchungen, Nächtigungen und Umsätze sollen wachsen. Nicht nur die Anzahl soll steigen, sondern auch die Größe der Veranstaltungen, wobei die großen in den geeigneten Ballungsräumen durchgeführt werden sollen. Das Ziel soll sein, mehr internationale Tagungen, Kongresse und Incentives in die Steiermark zu bringen, um die Steiermark als Tagungsdestination zu stärken.

Ein erster Schritt ist die Installation eines Systems für die Erhebung aller Veranstaltungen in der Steiermark, um aktuelle Lücken in der Datenerhebung zu stopfen und einen Gesamtüberblick zu erhalten. Intern soll die **intensivere Vernetzung** der Mitgliedsbetriebe und einzelnen Regionen untereinander forciert werden – beispielsweise durch Weitergabe von Anfragen, die man selbst nicht abdecken kann oder Austausch von Informationen und Daten. Ergänzend soll durch eine umfassende Kunden- beziehungsweise **Zielgruppenbefragung** ein klares Bild davon entstehen, wie das Angebot in der Steiermark von den Gästen wahrgenommen und bewertet wird. Darauf aufbauend können Angebote angepasst beziehungsweise die Schwerpunkte „Genussvoll tagen“ und „Tagen im Grünen“ weiterentwickelt werden.

Mittelfristig:

Cluster-Netzwerk nutzen

Die Steiermark verfügt mit ihrer vielfältigen Cluster-Struktur über ein klares wirtschaftliches Profil, das es auch verstärkt für die Tagungsindustrie zu nutzen gilt. Dafür wird eine engere Vernetzung mit der Steirischen Wirtschaftsförderungsgesellschaft (SFG) und den einzelnen Clustern angestrebt. Die Zusammenarbeit mit dem ACStyria Autocluster, Creative Industries Styria (CIS), der Eco World Styria, dem Holzcluster Steiermark sowie Human.technology soll zum einen über **gemeinsame Teilnahme an Messen** und Produktpräsentationen erfolgen. Zum Beispiel durch Informations- oder Impulsvorträge auf Gemeinschaftsständen bei nationalen und internationalen Veranstaltungen.

Zum anderen sind gegenseitige Teilnahmen an internen Meetings und Kooperationsevents angedacht, wo es ebenfalls Impulsvorträge geben soll, um eine **höhere Awareness** im Partnernetzwerk zu erreichen. Auch die gegenseitige Nutzung von Adressdatenbanken ist angedacht – auch um eine gegenseitige Bewerbung des Angebotsportfolios im Rahmen regelmäßiger Mailings zu ermöglichen. In diesem Zusammenhang ist außerdem eine Verlinkung der einzelnen Homepage-Auftritte geplant, um den Verbreitungsradius von Nachrichten, Veranstaltungsankündigungen, Artikeln und Einladungen zu erweitern.

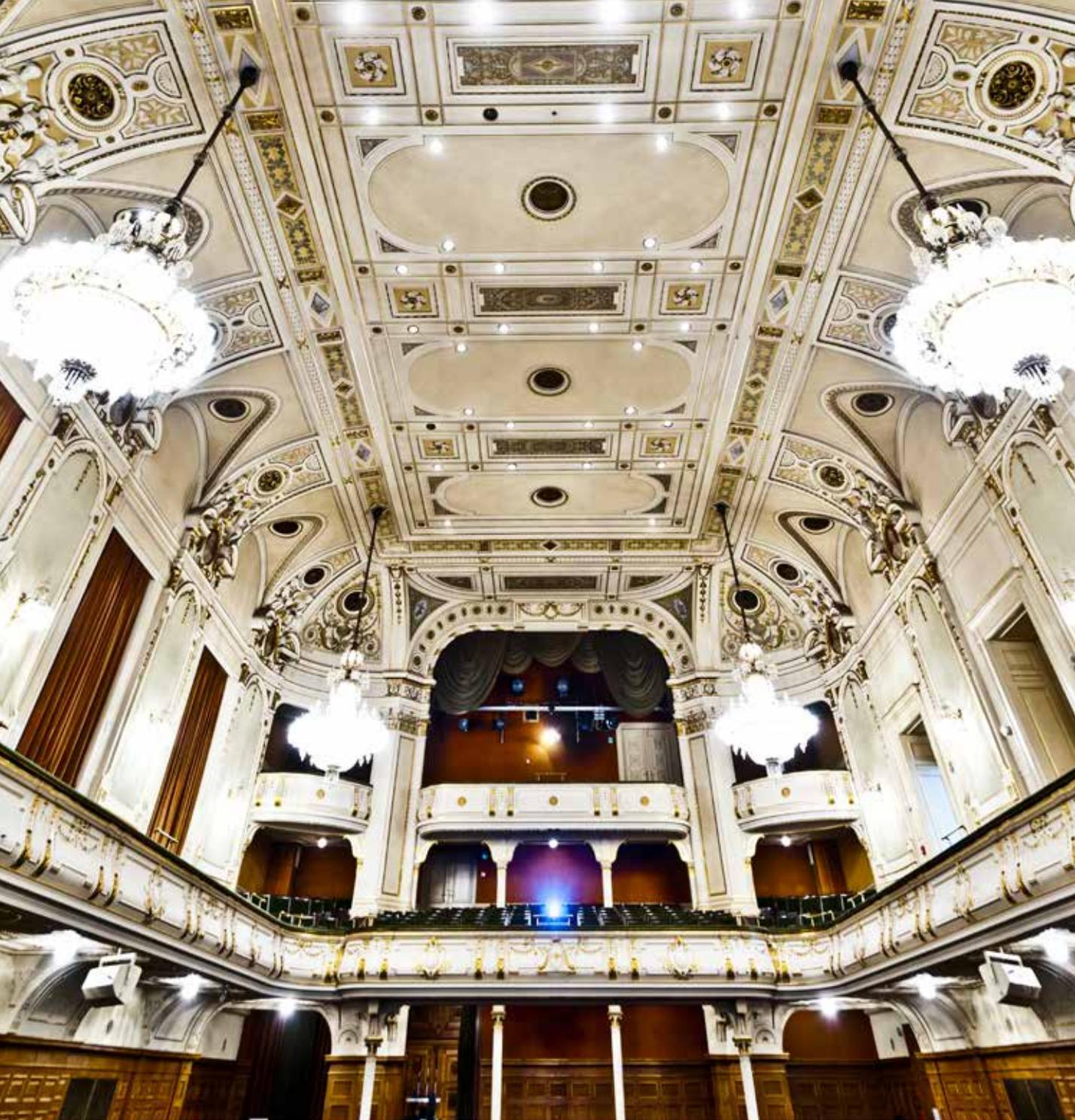
Auf Managementebene der „Steiermark Convention“ soll die kundenorientierte Organisationsstruktur der Gruppe erweitert werden, beispielsweise durch den Aufbau eines eigenen Geschäftsfeldes, das sich im Sinne einer Burn-out-Prävention um **Regenerationsangebote** für Mitarbeiter und Führungskräfte von Unternehmen kümmert. Unter den Mitgliedsbetrieben wird an der weiteren Anhebung der Qualitätsstandards gearbeitet, beispielsweise durch das Festlegen messbarer Kriterien und das Angebot für Coachings für Mitglieder.

Langfristig:

Steigerung der Anbieterzahl

Wachsen, größer werden, mehr Strahlkraft entwickeln: Das sind die langfristigen Perspektiven für die Steiermark Convention. Konkret soll die Zahl der Mitgliedsbetriebe in allen Kategorien, der Wirtschaftspartner und Sponsoren bis 2020 auf 60 anwachsen. Automatisch würden sich damit die **Angebotsvielfalt erweitern** und die Budgetmittel erhöhen. In weiterer Folge würde sich auch aus diesem ohnehin sehr lukrativen Tourismussegment die **Wertschöpfung erhöhen**.

Unter dem Motto „Genussvoll tagen in der Steiermark“ soll die Steiermark Convention mit ihren eng vernetzten, professionellen Mitgliedsbetrieben in Österreich die „bekannteste und beste Plattform für Tagungen“ werden. Ablesbar sein soll das unter anderem in der „Hitparade“ der nationalen Tagungsindustrie: Aktuell liegt die Steiermark im Bundesländer-Vergleich im Meeting Industry Report Austria 2015 (mira) im Mittelfeld. Angepeilt wird, die Steiermark als Kongressdestination in sämtlichen Kategorien (Anzahl der Veranstaltungen, Teilnehmer und Übernachtungen) auf einen **Top 3-Platz** zu heben. Die Steiermark hat dafür dank ihrer qualitativ hochwertigen Veranstaltungsinfrastruktur, ihrer landschaftlichen Vielfalt, ihrer Landeshauptstadt Graz als Tagungsort der kurzen Wege, die besten Voraussetzungen.



STEIERMARK CONVENTION

Steirische Tourismus GmbH, A-8042 Graz, St. Peter-Hauptstraße 243
Tel.: +43/316/4003-0, Fax: +43/316/4003-10, info@steiermark-convention.com
www.steiermark.com; www.steiermark-convention.com



PEFC zertifiziert

Dieses Produkt stammt aus
nachhaltig bewirtschafteten
Wäldern und kontrollierten Quellen
www.pefc.at

Herausgeber: Steiermark Tourismus. Für den Inhalt verantwortlich: Erich Neuhold. Grafik: Raunigg & Partner GmbH.
Umschlag: © Steiermark Tourismus / ikarus.cc Fotos: © Steiermark Tourismus / ikarus.cc (3), © MCG / Werner Krug,
Druck: Medienfabrik Graz. Stand: Mai 2016. Änderungen vorbehalten.