

# tourismus & reise

## event

### T.A.I. Werbe Grand Prix 2010

Bereits zum 25. Mal fand vergangenen Montag die Verleihung des T.A.I. Werbe Grand Prix statt. „T.A.I.“, das österreichische Fachmagazin für Touristik, zeichnet alljährlich die besten Plakate, Kataloge, Websites, TV-Spots und – heuer erstmalig – Radio-Spots aus. Insgesamt wählten eine Publikums- und eine Fachjury aus 251 Einreichungen die sechs Hauptpreisträger. Die Swarovski-Kristallglas-Skulpturen „Blick in die Welt“ gingen heuer an Magic Life in der Kategorie Kataloge & Prospekte (Hotellerie) für den Katalog „Lass dich los“. In der Kategorie Kataloge &



**ERÖFFNUNG IN POREC.** Peter Fuchs (2. v. r.), CEO der Valamar Hotels, assistierte der lokalen Polit- Prominenz bei der Hoteleröffnung.



## Österreicher stark in Kroatien

An vielen Hotels der kroatischen Adriaküste hängt noch immer der Nomenklatura-Charme aus kommunistischen Zeiten. Der kroatische Korruptionssumpf hält ausländische Investoren fern, und nur wenige schaffen es, den schmalen Grat der Balkan-Diplomatie so geschickt zu gehen wie die Valamar Gruppe. 72 Prozent der Anteile an Valamar hält die EPIC (European Privatization & Investment Corporation) mit Sitz in Wien von Gustav Wurmbock und Peter Goldscheider. Mit Fokus auf Projektentwicklung und Management von touristischen Bauvorhaben hat sich die Gruppe einen Namen gemacht und besitzt mittlerweile 23 Hotels, acht Apartmentkomplexe und neun Campingplätze in Kroatien. Seit 2006 hat das Unternehmen in 150 Projekte 130 Millionen Euro investiert. Vergangene Woche wurden nach einer umfassenden Renovierungsphase ein weiteres Hotel, ein Haus mit exklusiven Suiten und eine Villa, die zu Veranstaltungszwecken genutzt werden kann, wiedereröffnet. Investiert wird laut Peter Fuchs, Vorstand der Hotelgruppe, auch weiterhin, denn zu heterogen gibt sich das Valamar-Portfolio noch. „Durch unsere Investitionsprojekte steigern wir den Wert der Anlagen“, erklärt Fuchs. Die Vision der Eigentümer für die Zukunft: „Wir wollen Kroatiens führende Tourismusgruppe werden.“

### ticker die newflashes der woche

**+++ Austria Center Vienna.** Im abgelaufenen Geschäftsjahr 2009 generierte das ACV ein Ergebnis von 17,9 Millionen Euro. Kongressbesucher: 2190.000.

**+++ Hogast.** Die österreichische Einkaufsgenossenschaft erwirtschaftete im Geschäftsjahr 2009/2010 einen Umsatz von 604 Millionen Euro.

## Accor: High Season für neue Hotelmarke All Seasons

Accor stellt neue Budget-Hotelmarke „All Seasons“ vor. Die Budgethotellerie galt lange als Nische in der auf möglichst viele Sterne bedachten Hotelwelt. Erst als sich die Krise bemerkbar machte, viele Unternehmen neue Reiserichtlinien einführten, wurden niedrigpreisige Herbergen zum Thema. Accor, eine der größten Hotelketten weltweit mit Marken in sämtlichen Preissegmenten, hebt bereits die dritte Budgetmarke innerhalb weniger Jahren aus der Taufe. „All Seasons“ nennt sich das neue Marken-Baby, setzt auf ein All-inclusive-Konzept (Frühstück, WLAN etc.) und lockt mit Frühbucherangeboten: 15 Prozent Preisnachlass bei Reservierung 21 Tage im Voraus. Wochenendgäste erhalten

50 Prozent Preisnachlass. Stéphane Engelhard, Accors neuer CEO in Österreich, gibt sich expansiv: „Das erste Hotel ist bereits für 2011 geplant. Bis 2017 sollen es elf werden.“ Das erste All Seasons soll im vierten Wiener Bezirk entstehen und wird von Porr gebaut. Mögliche Franchisenehmer gibt es laut Accor bereits einige



**ACCOR-FÜHRUNGSTRIO AUF TOUR:** Stéphane Engelhard, Peter Peer und Hannes Lechner.

## personality der woche

**Österreichischer Exportpreis geht an Mondial.** Rudolf Kadanka (Bild), Eigentümer der Incoming- und Kongressagentur Mondial, nahm für das Unter-

nehmen den Exportpreis in der Kategorie Tourismus- und Freizeitwirtschaft entgegen.



## Wein-Reisen in Österreich

Neuerscheinung für Weinliebhaber: Eine Anleitung zur Genussreise durch die schönsten Weingebirge liefert das in Pichler Verlag erschienene „Wein Reise Buch Österreich“



Preise für Tourismuswerbung: die Gewinner im Wiener Hilton.

Prospekte (Destinationen) gewann der Imagefolder „Stadtgemeinde Langenlois“. PKP BBDO Werbeagentur erhielt in der Kategorie Kataloge & Prospekte (Touristik) für die „ÖBB Railjet“-Broschüre einen Preis, Windhofer + Partner in der Kategorie Websites mit der Website www.alpenland-sporthotels.at. Die Österreich Werbung gewann in der Kategorie Plakate für die Serie „Wörthersee/Steg“ und „Mole West“. In der Kategorie TV- und Radio-Spots siegte Wien Tourismus mit dem Spot „Fall for Vienna“. Das Resümee von Herausgeber und Chefredakteur Christopher Norden: „Heuer war die Preisverleihung besonders spannend, denn aufgrund der generell hohen Qualität der eingereichten Werbemittel fiel die Auswahl der Sieger besonders schwer.“