

AIPC-Jahrestagung in Graz

Simon Anholt spricht zum Thema „Globaler Wandel“

Die diesjährige AIPC-Jahrestagung im österreichischen Graz dürfte zu den herausragendsten Treffen des Verbandes überhaupt zählen. Auf dem Programm stehen interessante Gastreden, Perspektiven wichtiger Kundengruppen, Berichte über neue Aktivitäten im Hinblick auf AIPC-Programme wie beispielsweise das „Quality Standards Program“ oder die AIPC-Akademie sowie die Ergebnisse der ersten „State of the Industry Survey“.

Unter dem allgemeinen Kongressmotto „Responding to Global Change“ werden sich die Verbandsmitglieder damit auseinandersetzen, wie sich Tagungsorte ihr spezifisches Image aneignen (und was sie zur Imagepflege beitragen können), einen Einblick in die Entwicklung wichtiger Branchen wie z.B. der Hotellerie bekommen, etwas über die Bedürfnisse und Erwartungen von Veranstaltern lernen und auch erfahren, wie die ökologische Agenda durch die aktuell sehr starke Thematisierung der Erdwärmung bestimmt wird.

Eine der Präsentationen wird von einem prominenten Gastredner und Diskussionsleiter kommen. Simon Anholt ist der in Großbritannien beheimatete Autor von *Competitive Identity: the New Brand Management for Nations, Cities and Regions*, dem Standardwerk über Destinationsbranding. Darüber hinaus ist er der Gründer und Verleger des vierteljährlichen *Anholt Nation Brands Index*, des jährlichen *Anholt City Brands Index* sowie des *Anholt State Brands Index*. Diese drei wichtigen Studien basieren auf Umfragen unter mehr als 5 Millionen Menschen in 35 verschiedenen Ländern, die dazu dienen, internationale Meinungen zu 38 Ländern und 60 Städten zu beobachten.

Anholt entwickelte das Konzept des Nation Branding im Jahre 1996 und genießt heute den Ruf eines führenden internationalen Experten auf dem Gebiet

Image aufbauen als Herausforderung

der „öffentlichen Diplomatie“ und der Markenstrategie für Länder, Städte und Regionen. Er ist Mitglied des staatlichen britischen Public Diplomacy Board und hat als Berater für die Regierungen von Polen, Kroatien, Lettland, Australien, den Niederlanden, Norwegen, Rumänien, Jamaika, Südkorea, Tansania, Schweden, Island, Botswana, Deutschland, den Ostseeanrainerstaaten, Bhutan, Ägypten, Mongolei, Kasachstan, Ecuador, Neuseeland, der Schweiz und Slowenien fungiert. Er berät auch Organisationen wie VisitBritain, das niederländische Wirtschaftsministerium sowie Invest in Germany bis hin

zum ungarischen Fremdenverkehrsamt, dem Fremdenverkehrsamt von Flandern sowie New Zealand Trade and Enterprise neben internationalen Gremien wie dem World Travel and Tourism Council, dem Weltwirtschaftsforum, der Weltbank, der NATO sowie den Vereinten Nationen.

Simon Anholt wird den AIPC-Delegierten einen einmaligen Einblick darüber vermitteln, wie sich unsere jeweiligen Destinationen in den Vorstellungen sowohl von Besuchern als auch von führenden Persönlichkeiten im Wirtschaftsleben positioniert haben. Gleichzeitig hat er seine Bereitschaft dazu erklärt, eine Gesprächsrunde darüber zu führen, wie Tagungszentren die He-

erausforderung meistern können, ein Image als Destination so aufzubauen, dass es auch Führungskräfte in der Industrie, Veranstalter von Events sowie Veranstaltungsteilnehmer und nicht nur Freizeitbesucher anspricht. Das dürfte ein höchst informativer und produktiver Tagungspunkt sein, der den Mitgliedszentren wertvolle Informationen an die Hand gibt, die sie dazu verwenden können, ihre ganz spezifische Positionierung bei den vielen Interessengruppen herauszuarbeiten, an die das Destinationsmarketing sich wendet.

Sämtliche Kongressinformationen finden Sie unter der Rubrik „Annual Conference“ auf der AIPC-Webseite:

<http://www.aipc.org/>

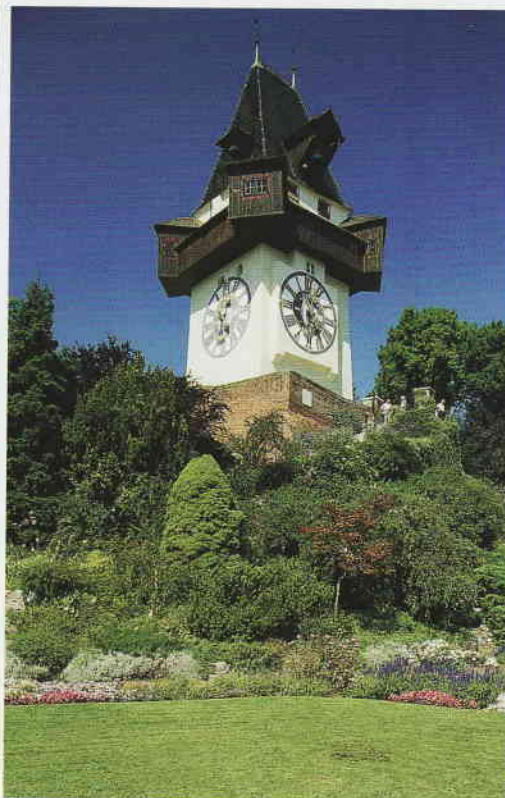


Das idyllische Graz ist Gastgeber der diesjährigen AIPC-Jahrestagung.

AIPC Annual Conference, Graz

Simon Anholt headlines AIPC "Global Change" theme

This year's AIPC Annual Conference in Graz Austria will be one of the best ever, with a balance of highly relevant keynotes, perspectives from key client groups, reports on major new AIPC program activities such as the Quality Standards Program and the AIPC Academy and the results of the first AIPC "State of the Industry Survey".



The Grazer Congress as well as the clock tower are just two of the landmarks of Graz.

Under the overall conference theme of "Responding to Global Change", members will explore how destinations get their image (and how this can be managed), get insights as to how key sectors like the hotel industry are evolving, learn about the needs and expectations of event organizers and find out how the new obsession with global warming is driving the sustainability agenda. Amongst the presentations will be one by a very unique keynote speaker and discussion leader. Simon Anholt is the UK-based author of *Competitive Identity: the New Brand Management for Nations, Cities and Regions*, the standard text on place branding, and founder and publisher of the

quarterly *Anholt Nation Brands Index*, the annual *Anholt City Brands Index* and *Anholt State Brands Index*, three major surveys which use a panel of over 5 million people in 35 countries to monitor global perceptions of 38 countries and 60 cities. Anholt originated the concept of *Nation Branding* in 1996 and is today regarded as the world's leading specialist in public diplomacy and brand strategy for countries, cities and regions. He is a member of the UK government's *Public Diplomacy Board*, and has advised the governments of Poland, Croatia, Latvia, Australia, the Netherlands, Norway, Romania, Jamaica, South Korea, Tanzania, Sweden, Iceland, Botswana, Germany, the Baltic Sea Region, Bhu-

tan, Egypt, Mongolia, Kazakhstan, Ecuador, New Zealand, Switzerland and Slovenia. He also advises organizations ranging from *VisitBritain*, the Dutch Min-

istry of Economic Affairs and Invest in Germany to the Hungarian Tourist Board, the Flanders Tourist Board and New Zealand Trade and Enterprise along with international bodies including the World Travel and Tourism Council, the World Economic Forum, the World Bank, NATO and the United Nations.

He will be providing AIPC delegates with some unique insights into how our respective destinations are positioned in the minds of both visitors and business leaders. At the same time, he has agreed to lead a discussion as to how centres can meet the challenge of achieving a destination image that appeals to business leaders, event organizers and delegates rather than just leisure visitors. This promises to be a most informative and productive session, creating valuable information for member centres to utilize in managing their place in the mix of interests driving destination marketing agendas. All the conference details are available at the Annual Conference section of the AIPC web site at www.aipc.org/



The Annual Conference will provide new insights into key sectors.