Presseinformation

7. Juni 2011

Präsentation der neuen Tourismusstrategie des Landes NÖ

Bohuslav: Ausgezeichnete Ausgangslage und viele neue Chancen

Von „einer ausgezeichneten Ausgangslage und vielen neuen Chancen" sprach Tourismus-Landesrätin Dr. Petra Bohuslav, als sie gestern, 6. Juni, gemeinsam mit dem Abteilungsleiter für Tourismus beim Amt der NÖ Landesregierung, Mag. Georg Bartmann, und dem Chef der Niederösterreich-Werbung, Prof. Christoph Madl, im Congress Casino Baden die neue Tourismusstrategie für das Land Niederösterreich bis zum Jahr 2015 vorstellte.

In den vergangenen Jahren habe sich die Tourismuswirtschaft Niederösterreichs sowohl quantitativ als auch qualitativ gut entwickelt, betonte Bohuslav im Rahmen der Präsentation. Wohl habe die Finanz- und Wirtschaftskrise das Wachstum verlangsamt, der Aufwärtstrend halte aber weiter an. „Viele Entwicklungsbereiche wie etwa der Gesundheits- oder der Kulinarik-Kultur-Wein-Tourismus sind mittlerweile zu wesentlichen Standbeinen des niederösterreichischen Tourismus geworden", so Bohuslav. Auch im Tagestourismus sei es bei den Ausflugszielen zu enormen Qualitätssteigerungen gekommen, wobei mit der Niederösterreich-CARD ein professionelles Vertriebssystem für dieses Segment etabliert wurde.

Die neue Tourismusstrategie verfolgt als Hauptziel eine deutliche Steigerung der Nächtigungen. Die angepeilten sieben Millionen Nächtigungen konnten zwar noch nicht erreicht werden, trotzdem wurde von 2005 bis 2010 ein Nächtigungszuwachs von über zehn Prozent verbucht. „Das Thema ‚Lebensqualität - Lebenskultur & Genuss\' spielt im Tourismus eine immer wichtigere Rolle. Um hier weiter zu punkten, bemühen wir uns vorrangig um die Erschließung neuer Kundengruppen, insbesondere für die Bereiche Kulinarik-Kultur-Wein-Tourismus, Bergtourismus und Gesundheitstourismus", erklärte Bohuslav dazu.

Grundlage für alle themen- und sektorspezifischen Strategien bildet die „Wirtschaftsstrategie Niederösterreich 2015". Die hier gebündelten und beispielsweise aus dem UnternehmerInnendialog gewonnenen Erkenntnisse sind in die Erarbeitung entsprechender Zielsetzungen für den Bereich Tourismus eingeflossen. Zusätzlich wurden in die neue Tourismusstrategie unterschiedliche Untersuchungen miteinbezogen. So etwa die Betrachtung des Angebotes, der Entwicklung der Nächtigungen und Ankünfte sowie die Betrachtung des Ausflugsverhaltens der Gäste. Auch die Ergebnisse der regelmäßig stattfindenden Gästebefragungen über T-Mona und der so genannte General Market Performance Indicator - ein neuartiges Tool, mit dem sich die Relevanz und die Potenziale von Herkunftsmärkten bestimmen lassen - wurden genau analysiert.

E-Mail: presse@noel.gv.at

Presseinformation

„In Summe ergibt dies eine neue Qualität für die Steuerung und Planung unserer Maßnahmen", erläuterte Bartmann, Abteilungsleiter für Tourismus beim Amt der NÖ Landesregierung. Die neue Strategie ermögliche hier ein zielorientiertes Vorgehen, bleibe aber trotzdem am Puls der Zeit. Obwohl auf einen Zeitraum von fünf Jahren ausgerichtet, sei die Tourismusstrategie ein „Living Paper" und damit ein lebendiger Prozess, bei dem einmal pro Jahr die strategischen Grundlagen hinterfragt und gegebenenfalls überarbeitet werden. „Wir können daher bei veränderten Rahmenbedingungen rasch und effektiv reagieren und unsere Unterstützungsleistungen für die Tourismuswirtschaft entsprechend adaptieren", so Bartmann.

Als verbindliche Leitlinie und große Chance für die kommenden Jahre bezeichnete der Chef der Niederösterreich-Werbung, Christoph Madl, die neue Tourismusstrategie: „Unser Hauptinteresse gilt der Verankerung der Marke Niederösterreich. Unter dem Slogan ‚Hinein ins Leben\' wollen wir deshalb Niederösterreich noch stärker als bisher als Land für GenießerInnen mit hochwertiger Lebenskultur positionieren."

Mit der Tourismusstrategie Niederösterreich 2015 soll nun auf den bestehenden Kompetenzen und den größten Marktchancen aufgebaut und mit neuen Ideen und Produkten für eine Weiterentwicklung des heimischen Tourismus gesorgt werden. Dies beinhaltet die Fokussierung auf Projekte mit Hebelwirkung, die Konzentration auf die innovativsten Unternehmen und konkrete Unterstützungsleistungen des Landes Niederösterreich für zukunftsreiche Themen sowie Standort- und Produktentwicklung. Daneben werden aber auch weiterhin Basisleistungen für Klein- und Mittelbetriebe beibehalten. Dazu gehören u. a. die Investitionsförderungen oder die Einbindung in die Basis-Marketing-Maßnahmen. „Besonders wichtig ist auch, dass wir bei allen Aktivitäten den Aspekt der Nachhaltigkeit nicht aus den Augen verlieren - Projekte müssen stets auch auf ihre ökologische und soziale Tragfähigkeit hin überprüft werden", so Bohuslav abschließend.

Nähere Informationen: Büro LR Bohuslav, Mag. Lukas Reutterer, Telefon 02742/9005-12026, e-mail lukas.reutterer@noel.gv.at.

E-Mail: presse@noel.gv.at