

3. Juli 2000

### Fünf Jahre Niederösterreich Werbung

#### Gabmann: Niederösterreich ist Ausflugs- und Kulturland

Die Niederösterreich Werbung ist fünf Jahre alt: 1995 wurde die Tourismus Werbung aus der NÖ Landesverwaltung ausgegliedert und Klaus Merkl als Chef der Niederösterreich Werbung eingesetzt. Heute konnte in Wien eine eindrucksvolle Bilanz gezogen werden. „Niederösterreich ist das klassische Ausflugs- und Kulturland. Ausschlaggebend für unseren Erfolg ist das ständige Bemühen um Qualität samt Angeboten für jeden Geschmack“, erläuterte Landesrat Ernest Gabmann. Alleine von 1990 bis 1999 sei die Bettenanzahl in den Vier- und Fünf-Stern-Kategorien von 21.700 auf 28.500 gestiegen. Basis der Tourismusaktivitäten sei das Kursbuch für den NÖ Tourismus. Wie erfolgreich der niederösterreichische Tourismus ist, belegt der Wirtschaftsforscher Dr. Egon Smeral. So verzeichnete Niederösterreich im Vorjahr rund 12 Millionen Tagesausflüge, die Wertschöpfung daraus betrug 5,3 Milliarden Schilling. „Die Niederösterreich Werbung setzt auf typisch Niederösterreichisches. Wir sind kein Fun-Action-Land, sondern wir bieten Kultur und Erholung“, erklärte Klaus Merkl. Im nächsten Jahr wolle man die drei Schwerpunkte „Land des Genießens“, „Kultur“ und „Unterwegs in Niederösterreich (Sport)“ noch mehr ausbauen.

Wichtigste Meilensteine der Niederösterreich Werbung der letzten Jahre sind beispielsweise der „Landfrühling“, der „Weinherbst“ oder die Gründung der Tourismus Technologie GmbH „TIScover“.

Finanziell steht die Niederösterreich Werbung auf guten Beinen. Fast 40 Prozent (24,2 Millionen Schilling) wurden im Vorjahr selbst erwirtschaftet, den Rest steuert das Land indexgebunden bei.

Zu diesem Artikel gibt es eine unterstützende Audiodatei. Diese ist zum Download nicht mehr verfügbar. Bitte wenden Sie sich an: [presse@noel.gv.at](mailto:presse@noel.gv.at)