

18. Mai 2020

Neue Tourismuskampagne „Sommerfrische in Niederösterreich“ LH Mikl-Leitner: „Niederösterreich kann wiederentdeckt werden“

Bei einer Pressekonferenz im Innenhof des Palais Niederösterreich präsentierte Landeshauptfrau Johanna Mikl-Leitner gemeinsam mit Tourismus-Landesrat Jochen Danninger und dem Geschäftsführer der Niederösterreich Werbung, Michael Duscher die neue Werbelinie des Landes. Im Fokus der Kampagne liegt die „Sommerfrische“, die heuer neu belebt wird.

„Heute steht Niederösterreich als das Tourismusland im Mittelpunkt“; eröffnete Landeshauptfrau Johanna Mikl-Leitner die Pressekonferenz und ergänzte: „Corona hat die Wirtschaft hart getroffen, so auch die Tourismuswirtschaft. Nach 60 Tagen ‚Shutdown‘ haben seit Freitag unsere Gastronomiebetriebe wieder geöffnet, und auch einige Ausflugsziele wie die Garten Tulln haben bereits offen. Ende Mai folgen unsere Beherbergungsbetriebe und viele weitere Ausflugsziele.“ Erst kürzlich habe man beschlossen, dass ab 14. August das Grafenegg Festival stattfinden werde. „Ein Signal, das für viele Kulturinteressierte wichtig und wesentlich ist – gerade auch in Bezug auf den Tourismus“, so die Landeshauptfrau. Denn die Tourismuswirtschaft lebe wieder und bekomme neues Leben eingehaucht. „Niederösterreich kann wiederentdeckt werden. Und es gibt in Niederösterreich wahrlich viel zu entdecken: Niederösterreich ist vielfältig wie kaum ein anderes Bundesland, von der Kulinarik über die Kunst und Kultur, bis hin zu unseren über 1.000 Ausflugszielen, und auch die Möglichkeit die Regionen genussvoll mit dem Rad zu erkunden. Niederösterreich ist frisch, authentisch, regional, nachhaltig und nebenbei ganz nahe bei Wien“, unterstrich Mikl-Leitner. Demnach biete das Land sehr viel für Tagesausflüge und Familienurlaube. Die Angebotspalette sei, sagt sie, ganz breit.

Aus einer aktuellen Studie von Karmasin Research & Identity gehe zudem hervor, dass der Wunsch nach ruhigen Naturerlebnissen, Entschleunigung und Nachhaltigkeit die zentralen Themen der Zukunft seien. „Niederösterreich bietet genau das“, so Mikl-Leitner. Nach diesen Wünschen sei auch die Werbestrategie der Niederösterreich-Werbung ausgerichtet. Die Landeshauptfrau dazu: „Niederösterreich ist die spannendste Kombination aus Kultur, Natur und Kulinarik. Durch unsere günstige geografische Lage, die hochwertigen Angebote unserer Tourismuswirtschaft und die Schönheit unserer Landschaft ist es die große Chance, dass wir vor allem Gäste aus ganz Österreich und den Nachbarländern gewinnen können.“

Tourismus-Landesrat Jochen Danninger ging in seinem Statement auf die großen Herausforderungen der Tourismuswirtschaft ein, strich aber auch die Vorteile der Branche hervor: „Die Vergangenheit hat gezeigt, dass wir auf einer guten Basis, was die

NK Presseinformation

Nächtigungen in Niederösterreich betrifft, aufbauen können. Von den 7,6 Millionen Nächtigungen im Jahr 2019 stammen knapp 60 Prozent von österreichischen Gästen. Knapp 62 Prozent der Jahresnchtigungen wurden in den Sommermonaten, also von Mai bis Oktober, generiert.“ Der größte Auslandsmarkt sei Deutschland mit knapp zwölf Prozent der Gesamtnchtigungen. „Es ist also eine sehr gute Nachricht, dass deutsch-österreichischen Grenzen mit 15. Juni öffnen“, ergänzte Danninger.

2020 wolle man das Beste aus dieser Sommersaison machen. Die Erwartungshaltung dürfe jedoch nicht sein, das Vorjahresniveau wieder zu erreichen. „Heuer setzen unsere Betriebe ganz besonders auf den inländischen Gast, dem Qualität ein Anliegen ist.“ Um die heimische Tourismuswirtschaft auf diesem Weg bestmöglich zu unterstützen, wurde ein Maßnahmenpaket für Beherbergungs- und Gastronomiebetriebe sowie Ausflugsziele mit einem Gesamtvolumen von 22 Millionen Euro geschnürt. Dadurch würden 20.000 Betriebe heuer von der Beitragspflicht zum Interessentenbeitrag entbunden. Zudem würden Investitionen der Tourismusbetriebe in die Infektionsprävention, wie Desinfektionsmittel und Gesichtsmasken, mit bis zu 1.500 Euro pro Betrieb, gefördert. Weiters gäbe es für Betreiber von Ausflugszielen mit der Taskforce „Sicher rausgehen“ umfangreiche Beratung. „Aber vor allem – und deswegen sind wir heute hier –setzen wir auf eine großangelegte Marketing-Initiative für den Sommerurlaub in Niederösterreich“, unterstrich der Landesrat. Für diese Marketingmaßnahmen habe das Land Niederösterreich ein Sonderbudget aufgelegt.

Mit der neuen Kampagne „Sommerfrische in Niederösterreich“ möchte man verstärkt eine urbane, jüngere Zielgruppe in Österreich ansprechen. „Wir wollen mit unserer neuen Werbelinie Menschen ansprechen, die wir bisher noch nicht so umfassend erreicht haben. Personen, die einen nachhaltigen Lebensstil pflegen, Kulturveranstaltungen und Festivals besuchen sowie mit den öffentlichen Verkehrsmitteln reisen. Kurzum: Wir möchten Gäste ansprechen, die Niederösterreich bisher noch nicht als coole Destination entdeckt haben.“ Dazu habe man den etwas in Vergessenheit geratenen Begriff der Sommerfrische wiederbelebt und neu interpretiert. „Denn die Sommerfrische hat in Niederösterreich eine lange Tradition und gewinnt gerade jetzt in den heißen Sommermonaten wieder an Bedeutung“, so der Landesrat. In einer zweiten Werbewelle konzentrierte man sich auf den Nahmarkt Deutschland sowie Tschechien, Slowakei und Ungarn, sobald die Grenzen offen sind.

Ein Hauptfokus liege weiterhin auf Familien, die in der Nähe von Niederösterreich – speziell in Wien – wohnen. Für sie wurden Angebote der Niederösterreich-CARD ausgearbeitet. Mit der CARD habe man freien Eintritt zu über 300 Ausflugszielen. Für jeden Familienurlaub ab fünf Nächtigungen gebe es heuer für mitreisende Kinder bis 16 Jahren eine Niederösterreich-CARD gratis. „Und dann gibt es noch einen weiteren guten Grund sich gerade heuer die Niederösterreich-CARD anzuschaffen: Unter allen aktiven

NLK Presseinformation

CARD-Inhabern werden 20.000 Wirtshauskultur-Gutscheine im Wert von 20 Euro verlost“, informiert Danninger.

Abschließend sagte Michael Duscher, Geschäftsführer der Niederösterreich Werbung, dass der „Sommer in Niederösterreich heuer anders verlaufen wird, als wir das gewohnt sind.“ Aber Niederösterreich biete ein großes Angebot, auch jenseits des urbanen Raumes. „Das Entdecken Niederösterreichs als Ferien- und Freizeitregion vor den Toren Wiens und die Sommerfrische in Niederösterreich sind heuer die zentralen Themen, wenn es um Sommerurlaub in Niederösterreich geht. Unser Anspruch ist es, die gewohnte, traditionelle Sommerfrische in einer frischen, modernen, kunst- und kulturrainen Version zu interpretieren. Darüber hinaus schaffen wir mit den Aktionen der Niederösterreich-CARD neue Anreize für Familien, sich für einen Urlaub in Niederösterreich zu entscheiden und für Genussmenschen, die gerne in ein Wirtshaus der Niederösterreichischen Wirtshauskultur zum Essen kommen.“

Nähere Informationen: Niederösterreich-Werbung, Marcella Maurer-Tomschitz, Telefon 02742/9000-19844, E-Mail marcella.maurer@noe.co.at, bzw. Büro LR Danninger, Mag. Andreas Csar, Telefon 02742/9005-12253, E-Mail andreas.csar@noel.gv.at.



Landeshauptfrau Johanna Mikl-Leitner und Landesrat Jochen Danninger präsentierten die neue Werbelinie „Sommerfrische in Niederösterreich“.

© NLK Burchhart