

Presseinformation

6. Juni 2023

„Das Land neu entdecken“: NÖ Werbung präsentiert Sommerkampagne

LH Mikl-Leitner: Tourismus sichert Wohlstand, regionale Wertschöpfung und Arbeitsplätze

Im Rahmen einer Pressekonferenz in der Gastwirtschaft Floh in Langenleobarn präsentierten am heutigen Dienstag die für Tourismus zuständige Landeshauptfrau Johanna Mikl-Leitner und Michael Duscher, Geschäftsführer der NÖ Werbung, die touristischen Schwerpunkte für den Sommer in Niederösterreich.

„Der Tourismus sichert Wohlstand, regionale Wertschöpfung und Arbeitsplätze“, begann Mikl-Leitner ihre Ausführungen, und sei darüber hinaus laut dem kürzlich veröffentlichten Quartalsbericht der Statistik Austria eine „wichtige Stütze in Zeiten eines aktuell schwächelnden Wirtschaftswachstums.“ Die Zahlen des NÖ Tourismus seien erfreulich, man nähere sich bei den Nächtigungszahlen dem Vorkrisenniveau, doch die Branche stehe vor großen Herausforderungen wie unter anderem Inflation oder gestiegene Energie- und Betriebskosten. „Als Land unterstützen wir unsere heimischen Tourismusbetriebe mit vielfältigen Maßnahmen“, so die Landeshauptfrau, und nannte hier einerseits die Gastgebercalls mit bisher 1.350 genehmigten Projekten, „die bereits eine Gesamtinvestition von über 50 Millionen Euro ausgelöst haben.“ Andererseits bringe auch die Abschaffung des Interessentenbeitrages eine erhebliche Entlastung für 20.000 heimische Betriebe.

„Der nächste Schritt zur Unterstützung unseres Tourismus ist nun die neue Sommerkampagne der NÖ Werbung“, sagte Mikl-Leitner, in der man erstens weiterhin auf Qualität, Vielfalt und Nachhaltigkeit setzen werde, und zweitens Niederösterreich vom Ausflugs- zum ganzjährigen Urlaubsland entwickeln wolle. Die Werbekampagne bestehe aus drei Eckpunkten, führte die Landeshauptfrau aus. Zum einen aus den „Entdeckertouren, wo wir für Gäste unter dem Motto ‚Das Land neu entdecken‘ mehrere Highlights wie Radfahren, Wandern, Kulturevents und Kulinarik zu einem Gesamterlebnis zusammenfügen, um einen Urlaub in Niederösterreich noch schmackhafter zu machen.“ Die Entdeckertouren seien aufgebaut wie ein Reiseführer inklusive Reiseempfehlungen von bekannten Persönlichkeiten der Region, wie zum Beispiel Peter Groß, der ein Potpourri an

Presseinformation

Tipps für die Region Wiener Alpen bereithält. „So wird die Urlaubsplanung für die Gäste noch einfacher und übersichtlicher und sie können Niederösterreich in all seinen Facetten hautnah spüren, erleben und erkunden“, erklärte Mikl-Leitner. Sie selbst gehe heuer auf Entdeckertour im Weinviertel und genieße Highlights wie „Tafeln im Weinviertel, Kultur bei Winzerinnen und Winzern, einen Radausflug am Iron Curtain Trail und anschließender Übernachtung in den Kellergassen.

Ein weiterer Teil der Kampagne sei die Bewerbung des Festivallandes Niederösterreich mit 300 Veranstaltungen in allen Regionen wie den Festspielen Reichenau, dem Theaterfestival Niederösterreich oder auch dem Kultursommer Grafenegg. Mikl-Leitner: „In einer aktuellen Umfrage geben 16 Prozent der Besucherinnen und Besucher an, wegen Kunst und Kultur bei uns Urlaub zu machen, deswegen werden wir hier erstens noch mehr informieren und zweitens Kunst und Kultur als Gesamterlebnis in Kombination mit Natur und Kulinarik ermöglichen.“ Als Beispiel brachte die Landeshauptfrau einen Tag im Waldviertel mit Kulinarik im Loosium, einem Operetten-Besuch in Haindorf mit Übernachtung in den Kittenberger Chalets und tags darauf eine Radtour entlang der Top-Radrouten der Region.

Als dritten Punkt sprach Mikl-Leitner vom „Erfolgsgaranten Niederösterreich-Card“, die in der aktuellen Saison mit rund 350 Ausflugszielen so viele Angebote wie noch nie beinhalte. „Vom Haus der Digitalisierung über das Renaissanceschloss Rosenberg bis zu den Wexl Trails ist für alle Altersgruppen das richtige Angebot dabei“, sagte die Landeshauptfrau. Gerade die Wexl Trails in der Region zwischen Mönichkirchen und St. Corona, wo man letzte Woche das letzte Stück des 100 Kilometer langen Trails eröffnet habe, seien ein „best practice Beispiel, wie man aus einer Region eine Ganzjahresdestination machen kann“. Diese seien „sogar laut Washington Post role model für den Ganzjahrestourismus.“

Michael Duscher, Geschäftsführer der NÖ Werbung, führte anschließend die drei Marketingschwerpunkte der neuen Kampagne näher aus. Dies sei erstens „das Auslandsmarketing mit umfangreichen Maßnahmen für unsere Haupt-Auslandsmärkte Deutschland, Ungarn, Tschechien und die Slowakei“, so Duscher. Hier setze man Marktbearbeiter und –bearbeiterinnen ein, die Native Speaker seien, um Niederösterreichs Image als Rad-, Kultur- und Kulinarikland medial auch im Ausland breit zu streuen.

Mit neuen Werbesujets, „auf denen gezeigt wird, wie Menschen Niederösterreich erleben, gespickt mit subtilem Humor und einem Augenzwinkern, möchten wir zudem eine noch breitere Zielgruppe ansprechen und mit dem Schwerpunkt der

Presseinformation

Entdeckertouren die Gäste nicht nur vermehrt nach Niederösterreich holen, sondern sie auch länger in den Regionen halten“, erklärte Duscher. Als vierten Schwerpunkte setze man in der neuen Kampagne auf Spots und Videos in allen digitalen Kanälen. „Zusätzlich ist im Sommer eine eigene Social-Media-Kampagne mit unseren Schwerpunkt-Themen Wandern, Radfahren, Kulinarik und Kultur geplant“ so Duscher abschließend und ergänzte, man sehe der Sommersaison sehr positiv entgegen.

Weitere Informationen: www.tourismus.niederoesterreich.at



(v.l.) Michael Duscher, Geschäftsführer NÖ Werbung, Landeshauptfrau Johanna Mikl-Leitner und Josef Floh, NÖ Top-Wirt 2022/23, bei der Präsentation der neuen Sommerkampagne „Das Land neu entdecken“ in der Gastwirtschaft Floh.

© NLK Filzwieser

Weitere Bilder



Landeshauptfrau Johanna Mikl-Leitner und Michael Duscher, Geschäftsführer NÖ Werbung, mit einem der Sujets der neuen Sommerkampagne „Das Land neu entdecken“.

© NLK Filzwieser