

Presseinformation

26. Mai 2014

Tourismusstrategie Niederösterreich 2020 präsentiert

LR Bohuslav: „Niederösterreich als Land des Genießens und der Lebenskultur positionieren“

Seit dem Jahr 2010 bildet die „Tourismusstrategie Niederösterreich 2015“ die Leitlinie und Zielvorgabe für die Tourismusedwicklung Niederösterreichs. Veränderungen der wirtschaftlichen und gesellschaftlichen Rahmenbedingungen sowie Vorgaben der neuen EU-Programmplanungsperiode 2014-2020 machten eine Evaluierung und Überarbeitung des bestehenden Konzepts erforderlich. Erarbeitet wurde eine neue Strategie für die Tourismuswirtschaft Niederösterreichs. Die „Tourismusstrategie Niederösterreich 2020“ präsentierte Tourismus-Landesrätin Dr. Petra Bohuslav heute, Montag, gemeinsam mit Mag. Georg Bartmann, Leiter der Abteilung Wirtschaft, Tourismus und Strategie, und Prof. Christoph Madl, MAS, Geschäftsführer der Niederösterreich Werbung, im Rahmen einer Pressekonferenz im NÖ Landhaus.

„Wir wollen Niederösterreich als Land des Genießens und der Lebenskultur weiterhin positionieren“, so die Tourismus-Landesrätin. Auf Basis dieser Vision sei die Marke Niederösterreich entwickelt worden. „Wir haben uns drei Ziele gesteckt, die wir messen und nachvollziehen wollen“, so Bohuslav. Im Bereich der Nächtigungszahlen sei von 2015 bis 2020 eine Steigerung von 700.000 als Zielwert geplant. Derzeit liege man bei rund 6,5 Millionen Nächtigungen. Im Steigerungsziel liege also eine „ganz klare Botschaft“, die 7 Millionen-Marke nicht nur zu erreichen, sondern sogar zu überschreiten. Quantitativ sei auch das Ziel im Ausflugstourismus. Betreffend der Umsätze, die derzeit bei einer Höhe von 980 Millionen Euro liegen, solle eine Steigerung von 100 Millionen Euro erreicht werden. „Drittes Ziel ist eine Qualitätssteigerung. Wir müssen die Qualität bei unseren Produkten und Anbietern steigern um wettbewerbsfähig zu bleiben“, so Bohuslav. Derzeit seien rund 1.500 Unternehmen Mitglied im Qualitätspartnerprogramm, bis 2020 sollen weitere 200 Qualitätspartner dafür gewonnen werden.

Wichtiger Bestandteil der Marke Niederösterreich seien die Werte „genussvoll, Gegensätze verbindend und mutig“, und zwar im Sinne von ungewöhnliche Wege gehen sowie Außergewöhnliches bieten. Als die Stärken Niederösterreichs

Presseinformation

bezeichnete Bohuslav erstens „Landschaft, Natur und Berg“, zweitens, „Kulinarik, Wein und regionale Produkte“, drittens „Gesundheitsangebote“ und viertens „Kunst und Kultur“. Diese vier Kompetenzfelder bilden die Basis für Angebote und Produkte. Als zentrale Bedürfnisse bzw. Sehnsüchte der Menschen gelten „Beständigkeit und Echtheit“, „Innehalten und Durchatmen“ sowie „Glückserlebnis und Sinn“. Um diese Bedürfnisse anzusprechen, wurden die Stoßrichtungen „Lebenslust“, „Wohlbefinden“ und „Abenteuer“ definiert. „Das muss man in den Produkten spüren“, so Bohuslav.

„Wir wollen Europa und die Regionen durch die Strategie miteinander verbinden“, so Mag. Georg Bartmann, Leiter der Abteilung Wirtschaft, Tourismus und Strategie. Er sprach von der Agenda 2020 der Europäischen Union, deren Ziel ein „intelligentes, nachhaltiges und integratives Wachstum“ sei. Das Ergebnis der neuen Tourismusstrategie entspreche im Wesentlichen den Intentionen der EU.

Zur Marktfokussierung sagte Prof. Christoph Madl, MAS, Geschäftsführer der Niederösterreich Werbung, dass in Zukunft sowohl der österreichische, als auch der deutsche Markt mit Schwerpunkt Bayern sowie Ungarn, Slowakei und Tschechien bearbeitet werden. Neu erschlossen werden wird der Markt Polen. „Die Zielgruppen wurden anhand der Sinus-Milieus aus Österreich und Deutschland analysiert“, so Madl. Für Niederösterreich wurde die „Etablierte Mitte“ definiert, ein Bereich, in dem sich die „Bürgerliche Mitte“ mit den „Etablierten“ bzw. mit den „Postmateriellen“ schneidet. „Wir beschäftigen uns sehr genau damit, welche Produkte zu welcher Zielgruppe passen“, so Madl. Gearbeitet werde derzeit an einem neuen Familienprodukt unter dem Titel „Sommerfrisch“. „Wir wollen bewusst ein neues Produkt gemeinsam mit unseren Betrieben entwickeln. Damit haben wir eine gute Chance, entsprechende Nachfrage vorzufinden“, so Madl.

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



Präsentierten die Tourismusstrategie Niederösterreich 2020: Mag. Georg Bartmann, Leiter der Abteilung Wirtschaft, Tourismus und Strategie, Tourismus-Landesrätin Dr. Petra Bohuslav und Prof. Christoph Madl, MAS, Geschäftsführer der Niederösterreich Werbung (v.l.n.r.)



Presseinformation

© NLK