

Presseinformation

22. September 2020

Präsentation der Tourismusstrategie Niederösterreich 2025

Mikl-Leitner/Danninger/Duscher: Weichen für erfolgreiche Zukunft Niederösterreichs als nachhaltiges Qualitäts-Urlaubsland gestellt

Am heutigen Dienstag-Vormittag präsentierten Landeshauptfrau Johanna Mikl-Leitner, Tourismus-Landesrat Jochen Danninger und der Geschäftsführer der Niederösterreich Werbung Michael Duscher bei einer Pressekonferenz im Landhaus in St. Pölten die neue Tourismusstrategie Niederösterreich 2025 und stellten somit die Weichen für eine erfolgreiche Neu-Positionierung der Tourismusmarke Niederösterreich. Der Fokus liegt dabei ganz klar auf der Steigerung der Qualität und der Wertschöpfung des Tourismus. Niederösterreich soll sich weiter in Richtung eines nachhaltigen und unverfälschten Kurz- und Haupturlaubslandes entwickeln und etablieren. Eine stärkere Vernetzung aller Tourismusakteure mit anderen Bereichen wie Kultur, Land- und Weinwirtschaft, Verkehr und einer Vielzahl weiterer wichtiger Partner wird dabei eine ganz zentrale Rolle zukommen.

Landeshauptfrau Johanna Mikl-Leitner betonte eingangs, dass die Corona-Pandemie der Wirtschaft ganz besonders zu schaffen mache und der Tourismus hart zu kämpfen habe. Das Vorjahr sei mit Nächtigungen über 7,6 Millionen ein Rekordjahr gewesen, das sei heuer anders. „Gerade im ersten Halbjahr sind die Nächtigungszahlen massiv zurückgegangen. Die Tourismusbetriebe mussten auf jede zweite Nächtigung verzichten“, hielt Mikl-Leitner fest, dass sich der Lockdown in der Statistik bemerkbar mache. Besonders betroffen sei das Wiener Umland mit dem Wirtschafts- und Semintourismus. Es gebe aber auch einige „Highlights“, führte die Landeshauptfrau aus, dass einige Tourismusbetriebe im Sommer wieder Zuwächse erzielen konnten, etwa Ferienregionen rund um einen See oder solche, wo es die Möglichkeiten zum Wandern oder Bergsteigen, oder wo es Kultur gebe.

„Die Lage im Tourismus ist sehr angespannt“, betonte Mikl-Leitner neben den Maßnahmen des Bundes das Tourismuspaket im Ausmaß von 22 Millionen Euro des Landes Niederösterreich. Damit habe man die Tourismusbetriebe etwa bei der Anschaffung von Schutzausrüstung oder Desinfektionsmitteln unterstützt, und damit habe man dazu beigetragen, dass sich die Gäste nicht nur wohl, sondern auch sicher fühlen können. „Wir haben aber nicht nur finanziell geholfen, sondern

Presseinformation

auch eine neue Werbelinie aufgesetzt“, betonte die Landeshauptfrau, das Ziel mit dem Motto „Niederösterreich. Einfach erfrischend“ neues Klientel anzusprechen, und zwar junge Menschen aus dem urbanen Raum. „Einfach erfrischend“ habe sich auch im Tun und Handeln der Gastronomie gezeigt, so Mikl-Leitner.

Zur zukünftigen Ausrichtung des Tourismus betonte die Landeshauptfrau, dass das Angebot weiterhin „qualitätsvoll“ sein müsse, „also auf hohem Niveau, aber nicht abgehoben“, sondern „authentisch und regional“. Dieser Anspruch spiegle sich in der Vision für die Tourismusstrategie 2025 wider. Man wolle Niederösterreich als Kurz- und Haupturlandsland weiterentwickeln und in einigen Punkten Themenführerschaft übernehmen: „Der Radtourismus und der Kulturtourismus sind zwei Magnete für die Zukunft, auf die wir setzen wollen“, führte Mikl-Leitner aus, dass man etwa auch auf Wein und Kulinarik setzen wolle. Ziel der Maßnahmen und Ausrichtungen sei es, den Tourismus zu stärken, Wertschöpfung zu generieren und Arbeitsplätze zu schaffen und zu sichern, so die Landeshauptfrau.

Die vier Werte „Qualität“, „Nachhaltigkeit“, „Regionalität“ und „Authentizität“ seien dabei Leitlinie. Zum Punkt Qualität sagte Mikl-Leitner, dass man nicht nur Zimmervermieter, sondern guter Gastgeber sein wolle. „Wir wollen nicht nur Verpflegung anbieten, sondern Wirtshauskultur, wir wollen nicht nur Ausflugsregion, sondern Erlebnisregion sein“, führte die Landeshauptfrau aus, dass man sich vom Tages- zum Ferientourismus weiterentwickeln wolle. „Nachhaltigkeit ist ein Bereich, der in alle Lebensbereiche hineinspielt und immer mehr an Bedeutung gewinnt“, so Mikl-Leitner. Bei der Regionalität gehe es darum, die Genuss- und Kulinarik-Kompetenz zu stärken und Authentizität bedeute, weiterhin unverfälscht zu bleiben. „Wir sind einzigartig und wollen die Einzigartigkeit in den Mittelpunkt stellen“, betonte die Landeshauptfrau, dass Niederösterreich für Erlebnistourismus und nicht Massentourismus stehe.

„Auch in schwierigen Zeiten ist es wichtig, Visionen und Ziele zu haben“, betonte die Landeshauptfrau, dass man mit der Tourismusstrategie 2025 der Gastronomie und Hotellerie Mut machen wolle, weiter zu machen. „Wir können es schaffen“, führte Mikl-Leitner aus, dass es das Miteinander brauche. „Die Zahlen der Neuinfektionen sind herausfordernd und diese werden in der nächsten Zeit, wo sich sehr viel nach innen verlagert auf einem hohen Niveau bleiben. Wir werden aber alles tun, um einen Lockdown zu verhindern“, so die Landeshauptfrau.

Abschließend bedankte sich Mikl-Leitner bei Landesrat Jochen Danninger und Geschäftsführer Michael Duscher und dem gesamten Team für die Erarbeitung der

Presseinformation

Tourismusstrategie 2025. Damit zeige man, dass man „nicht nur in guten Zeiten, sondern auch in herausfordernden Zeiten Partner des Tourismus“ sei.

Tourismus-Landesrat Jochen Danninger ergänzte, dass es für die Tourismusstrategie 2025 zwei Anläufe benötigt habe: „Schon 2019 wurde ein umfassender Entwicklungsprozess gestartet, Analysen durchgeführt, die Destinationen eingebunden und die Tourismuswirtschaft nach ihren Wünschen gefragt. Dann kam Corona und hat den gesamten Tourismus und auch unsere strategischen Überlegungen völlig auf den Kopf gestellt.“ Zentrale Frage, die man sich dann gestellt habe, sei folgende gewesen: „Welche Maßnahmen müssen wir setzen, um den Wiederaufbau der so schwer gebeutelten Tourismuswirtschaft zu ermöglichen?“ Dazu habe man aus den von Landeshauptfrau Mikl-Leitner präsentierten Werten und Visionen messbare tourismuspolitische Ziele und Maßnahmen abgeleitet.

„Wir wollen Niederösterreich als unverfälschte Tourismusdestination positionieren. Das heißt: Wir wollen uns nicht verstellen, wir wollen hier keine künstlichen und kitschigen Erlebniswelten, sondern wir überzeugen unsere Gäste mit der unberührten Natur, den Tälern und Bergen, den Flüssen und Seen, mit tollen Wirten, mit Kunst und Kultur auf Weltklasseniveau“, betonte Danninger, dass man nicht auf ein „Mehr um jeden Preis“ setze, sondern man die Gäste mit Top-Qualität von einem längeren Aufenthalt und höheren Ausgaben überzeugen wolle. Man wolle die Nächtigungen gerade in den 4- und 3-Stern Beherbergungskategorien deutlich – also um zehn Prozent steigern. Dazu müsse man die Qualität in allen Bereichen erhöhen – bei den Wirtshäusern, bei den Beherbergern und bei den Top-Ausflugsziele. Unterstützt werde dies mit einem Gastgeber-Call 2021 und einem Leitfaden für Beherberger, der sich gerade in der Ausarbeitung befinde.

„Wir wollen die Wertschöpfung pro Gast durch qualitativ hochwertige Angebote erhöhen“, führte der Landesrat aus, dass das sowohl im Bereich der Nächtigungen als auch bei den Ausflugs Gästen gelte. Aktuell werden im Ausflugstourismus 1,4 Milliarden Euro pro Jahr erwirtschaftet. Ziel sei es, diesen Wert in den nächsten 5 Jahren um eine halbe Milliarde Euro zu steigern.

„Tourismuspolitik ist eine wesentliche Form der Regionalpolitik in Niederösterreich“, führte Danninger aus, dass der Tourismus in manchen peripheren Orten die Haupteinnahmequelle und dafür verantwortlich sei, dass die Orte weiterhin belebt seien und regionale Betriebe Arbeitsplätze schaffen können. Daher wolle man das Nächtigungsaufkommen im ländlichen Raum um zehn Prozent steigern. Neue Impulse wolle man hier auch mit dem Instrument der

Presseinformation

Regionalförderung setzen.

Außerdem wolle man branchenübergreifende Kooperationen forcieren, vor allem im Bereich der Landwirtschaft und der Kultur gebe es enormes Potenzial, das man heben wolle. Als Beispiel nannte Danninger, dass ein internationaler Gast, der ein Konzert in Grafenegg besuche, noch zwei Übernachtungen in der Wachau oder eine Radtour im Weinviertel dranhänge.

„Wir wollen Niederösterreich als die Raddestination Nummer 1 im Herzen Europas positionieren“, führte der Tourismus-Landesrat aus, dass man hier auf einem soliden Fundament aufbauen könne. In diesem Zusammenhang nannte Danninger die zehn Top-Radrouten auf einer Länge von 4.200 Kilometern mit speziellen Abschnitten für Familien und Kinder, die 5.000 Kilometer Mountainbike-Strecken, die ständige Überprüfung und Weiterentwicklung der Qualität der Radrouten, die Erreichbarkeit vieler Radrouten mit öffentlichen Verkehrsmitteln und den Erlebnisfaktor entlang der Radrouten durch Wirtshäuser, Ausflugsziele und Heurige.

Man wolle aber noch besser werden, betonte Danninger, dass man das mit Urlaubs-Packages, einem engmaschigen Rad-Verleih-System, den Ausbau von Radrouten mit öffentlichen Verkehrsmitteln und Rad-Shuttle-Bussen und neuen Leuchtturm-Projekten im Mountainbike-Bereich erreichen wolle.

„Wir wollen die Champions League der Top-Wein und Kulinarik-Region für uns entscheiden“, führte der Landesrat aus, dass Niederösterreich im Bereich Regionale Kulinarik und Wein bereits in der obersten Liga sei und man diese Stärken mit der neuen Tourismusstrategie noch besser vermarkten wolle und eine intensivere Kooperation mit der Landwirtschaft anstrebe. Als Beispiel nannte er die Kooperation „Kultur beim Winzer“ von der NÖ Werbung mit der Landwirtschaft und Kultur.

Für den Erfolg der Tourismusstrategie sei das Zusammenspiel aller Akteure innerhalb der niederösterreichischen Tourismusstruktur unverzichtbar. Auf Basis dieser Leitstrategie erfolge nun eine spezifische touristische Strategieentwicklung für die jeweilige Region, betonte Danninger, dass man damit sicherstelle, dass die strategischen Leitlinien auch das bewirken, warum man sie entwickelt habe: „Sie sollen unseren 8.300 Tourismus- und Gastronomiebetrieben mit ihren 40.000 Beschäftigten eine konkrete Vision vermitteln, wie wir die Zukunft dieser – für Niederösterreich identitätsstiftenden – Branche gemeinsam gestalten werden.“

Presseinformation

Der Geschäftsführer der Niederösterreich Werbung Michael Duscher erläuterte den strategischen Kompass, der strategischer Rahmen und Orientierungsinstrument sei. „Im Zentrum stehen die zentralen Werte Qualität, Nachhaltigkeit, Regionalität und Authentizität“, führte Duscher aus, dass diese als Leitlinie dienen und aus ihnen Grundsätze bzw. Prinzipien abgeleitet werden, die bis in die operative Umsetzung wirken. Die Kompetenzfelder zeigen, wo Niederösterreich seine größten Kompetenzen und Stärken habe, das seien „Natur und Bewegungsräume“, „Regionale Kultur und Wein“, „Kunst- und Kulturerlebnis“ und „Gesundheitsexpertise“. Diese Kernkompetenzen wolle man weiterentwickeln, in dem man sie auf neuartige Weise kombiniere und das Gesamterlebnis des Gastes in den Mittelpunkt stelle. Als Handlungsfelder seien folgende definiert: „Touristische Geschäftsfelder stärken“, „Erlebnis- und Begegnungsräume weiterentwickeln“, „die Marke Niederösterreich mit ihren Destinationsmarken weiterentwickeln“ und „leidenschaftliche Gastgeber und Produzenten stärken“.

Das Tourismus-Monitoring habe gezeigt, dass im Vorjahr 15 Prozent der Gäste aufgrund von Werbung in Niederösterreich gewesen seien, heuer seien es 22 Prozent gewesen. Neue Sujets werde es etwa für die Leitthemen „Kultur in Niederösterreich“ mit „Erfrischend abstrakt“, für die Wirtshauskultur Niederösterreich mit „Erfrischend lässig“, für den Weinherbst mit „Erfrischend harmonisch“, für „Mindful, fit & healthy“ mit „Erfrischend pur“, für die Raddestination Niederösterreich mit „Erfrischend weit“, für das Mountainbiken mit „Erfrischend flowig“, für den sanften Winter mit „Erfrischend leise“ und für den aktiven Winter mit „Erfrischend pulvrig“ geben.

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



Präsentation der Tourismusstrategie Niederösterreich 2025: Tourismus-Landesrat Jochen Danninger, Landeshauptfrau Johanna Mikl-Leitner und der Geschäftsführer der Niederösterreich Werbung Michael Duscher (v.l.n.r.)

© NLK Filzwieser

Presseinformation

Weitere Bilder



Landeshauptfrau Johanna Mikl-Leitner (Mitte) bei der heutigen Präsentation der Tourismusstrategie Niederösterreich 2025 mit Tourismus-Landesrat Jochen Danninger (rechts) und dem Geschäftsführer der Niederösterreich Werbung Michael Duscher (links).

© NLK Filzwieser