

02.02.2011 - 14:41 Uhr

Neue Strategie für das Tourismus-Unternehmen Oberösterreich - BILD



Linz (ots) -

Gemeinsam mit mehr als 600 engagierten Touristikerinnen und Touristikern, Tourismusexperten und Entscheidungsträgern wurde in Oberösterreich die Strategie zur Weiterentwicklung und Vermarktung des oberösterreichischen Tourismus für die nächsten Jahre erarbeitet. Dieses "Kursbuch Tourismus Oberösterreich 2011 bis 2016" setzt österreichweit neue Maßstäbe. Es ist die erste österreichische Landestourismusstrategie, die gemeinsam von Land, Wirtschaftskammer und Landes-Tourismusorganisation erarbeitet, getragen und umgesetzt wird. Zudem greift das Kursbuch Tourismus Oberösterreich als erste Landestourismusstrategie die bundesweite Strategie "Neue Wege im Tourismus" auf, um Synergien und Ressourcen optimal für das Bundesland zu nutzen.

"Wertschöpfung steigern, Arbeitsplätze sichern"

Die oberösterreichische Tourismusbranche hat sich in den vergangenen Jahren hervorragend entwickelt. Die Wertschöpfung aus der Tourismus- und Freizeitwirtschaft ist im Vergleich 2003-2009 um rund ein Viertel gestiegen. Mittlerweile stammt jeder siebte Euro, der in Oberösterreich erwirtschaftet wird, aus dieser Branche. Ein wesentlicher Faktor für die positive Entwicklung war das Kursbuch 2003 bis 2010, mit dem strategischen Leitlinien für den Tourismus in Oberösterreich definiert und umgesetzt wurden.

"Mit der neuen Tourismusstrategie, dem Kursbuch 2011 bis 2016, gehen wir noch einen Schritt weiter", sagt Wirtschafts- und Tourismuslandesrat Viktor Sigl. Erstmals in Oberösterreich haben alle Systempartner der Tourismus- und Freizeitwirtschaft gemeinsam eine solche Strategie entwickelt, um folgende Ziele zu erreichen:

- Eine Milliarde Euro mehr Wertschöpfung bis 2016 erwirtschaften,
- 30.000 Arbeitsplätze langfristig sichern und
- Schlagkräftige, effiziente Strukturen schaffen.

Wichtige Innovationsprojekte für den Tourismus in Oberösterreich

Kernstück des Kursbuches sind Innovationsfelder, die zum einen marketingstrategische Grundsätze (z.B. Markenmanagement, Weiterentwicklung der Themenstrategie zu Produktmarken mit "Leuchttürmen", Online-Marketing) und zum anderen Ansätze zur nachhaltigen Professionalisierung der heimischen Tourismuswirtschaft (z.B. legislative Rahmenbedingungen, Förderpolitik und Aufgabenteilung unterschiedlicher touristischer Organisationen) beinhalten. "Beides, sowohl das Marketing als auch die touristischen Rahmenbedingungen im Land, stärken unser Qualitätsbewusstsein. Oberösterreichs Tourismusorganisationen und Betriebe erhalten damit einen durchdachten, strategisch vernetzten Leitfaden zur weiteren Professionalisierung," ist BSO Johann Schenner überzeugt. Dass sich alle im Tourismus tätigen Organisationen, Betriebe und Institutionen in den Strategieprozess einbringen konnten - und sich nun auch zu einer neuen Form der partnerschaftlichen, professionellen und verbindlichen Zusammenarbeit bekennen - ist einzigartig für die österreichische Tourismusbranche. Dieses neue Selbstverständnis spiegelt sich im Kursbuch als Leitbild für das "Tourismus-Unternehmen Oberösterreich" wieder. "Wir denken und agieren künftig noch stärker in Synergien sowie organisationsübergreifenden Prozessen. Durch eine klar definierte Aufgabenteilung erreichen wir dabei die notwendige Effizienz-Steigerung," skizziert Schenner die gemeinsame Vision.

Spartenobmann Robert Seeber definiert die Rolle seiner rund 10.700 Mitgliedsbetriebe mit rund 30.000 Mitarbeiterinnen und Mitarbeitern: "Ziel muss es sein, basierend auf bisher bewährten und erfolgreichen Konzepten neue Ideen, Leistungen und Produkte zu kreieren, die den Urlaub in Oberösterreich zu einem einmaligen Erlebnis machen, die aber ebenso den Einheimischen eine abwechslungsreiche Freizeitlandschaft bieten und die vor allem dazu beitragen, das Land Oberösterreich (erl)lebenswert zu halten."

Tourismus-Landesrat Viktor Sigl, BSO Johann Schenner (Vorsitzender des Landes-Tourismusrates) und SO Robert Seeber (Wirtschaftskammer Oberösterreich) präsentierten heute den neuen Tourismusweg Oberösterreichs. Die ausführliche Presseunterlage sowie das "Kursbuch Tourismus Oberösterreich 2011 bis 2016" können Sie hier herunterladen: <http://www.oberoesterreich-tourismus.at/kursbuch>

Bild(er) zu dieser Aussendung finden Sie im AOM/Original Bild Service, sowie im OTS Bildarchiv unter <http://bild.ots.at>

Anhänge abrufbar unter:
http://tourismuspresse.at/p.php?schluessel=TPT_20110202_TPT0003

Rückfragehinweis:

Elisabeth Kierner, MSc
Unternehmenskommunikation
Oberösterreich Tourismus
Freistädter Straße 119
A-4041 Linz
Tel.: +43 (0)732 7277-123
Fax: +43 (0)732 7277-9123
Mobil: +43 (0)664 30 30 444
elisabeth.kierner@lto.at
B2B: <http://www.oberoesterreich-tourismus.at>
B2C: <http://www.oberoesterreich.at>

Digitale Pressemappe: <http://www.ots.at/pressemappe/3952/aom>

*** TP-ORIGINALTEXT PRESSEAUSSENDUNG UNTER AUSSCHLIESSLICHER
INHALTLICHER VERANTWORTUNG DES AUSSENDERS - WWW.TOURISMUSPRESSE.AT

TPT0003 2011-02-02/13:39

Medieninhalte



(vlnr): HR Mag. Walter Winetzhammer (Land OOe), Mag. Karl Pramendorfer (Vorstand OOe. Tourismus), BSO Johann Schenner (Vorsitzender des Landes-Tourismusrates), Wirtschafts- und Tourismuslandesrat Viktor Sigl, Dr. Peter-Paul Froemmel und SO Robert Seeber (beide Wirtschaftskammer OOe, Sparte Tourismus und Freizeit) praesentieren die neue Tourismusstrategie fuer Oberoesterreich. / Weiterer Text ueber ots und auf <http://www.presseportal.ch>. Die Verwendung dieses Bildes ist fuer redaktionelle Zwecke honorarfrei. Veroeffentlichung unter Quellenangabe: "obs/Oberoesterreich Tourismus".

Diese Meldung kann unter <https://www.presseportal.ch/de/pm/100012529/100618414> abgerufen werden.