

20.11.2017 - 14:55 Uhr

Neue Tourismusstrategie für Oberösterreich - BILD



Landes-Tourismusstrategie 2022: Stärken des Landes weiter ausbauen und neue Chancen strategisch entwickeln.

Linz/Oberösterreich (ots) - Parallel zur Erarbeitung des OÖ. Tourismusgesetzes 2018 wurden die Eckpfeiler der neuen Landes-Tourismusstrategie 2022 festgelegt. Dies passierte im bewährten Schulterschluss von Land, Wirtschaftskammer OÖ (Sparte Tourismus und Freizeitwirtschaft) und Oberösterreich Tourismus unter Einbindung der oberösterreichischen Touristiker. Ein externes Expertengremium und Interviews mit Vertretern unterschiedlicher Branchen brachten eine entsprechende Zukunfts- bzw. Außensicht aus unterschiedlichsten relevanten Fachdisziplinen ein: so konnte aktuelles Fachwissen aus den Bereichen Digitalisierung, Mobilität, Markenpolitik, Bildung, Vertrieb bis hin zu kultur- und naturräumlichen Fragen eingespielt werden.

Die neue Strategie geht einerseits auf Trendentwicklungen und Herausforderungen für die Tourismus- und Freizeitwirtschaft, etwa in den Bereichen Digitalisierung oder gesellschaftliche Entwicklungen, ein. Andererseits zielt sie auf die Realisierung potenzieller Synergien mit Wirtschaft, Wissenschaft, Landwirtschaft, Kultur oder Naturschutz ab. Damit ist die Basis für eine dynamische Entwicklung des Tourismus als wertvoller Partner im gesamtwirtschaftlichen System Oberösterreichs gelegt. Durch diese ganzheitliche Sicht bringt die Landes-Tourismusstrategie 2022 eine richtungsweisende Veränderung zum Ausdruck: die Tourismus- und Freizeitwirtschaft ist Teil des erfolgreichen Standortes Oberösterreich. Das bestätigt auch die gemeinsame Vision:

Zwtl.: Die Vision: Oberösterreich, das echte Österreich

"Wir sind das 'echte' Österreich und wollen Oberösterreich so zeigen, wie wir sind: menschlich, originell, vernetzt" - diese Vision zeigt sich nicht nur in touristischen Produkten, sondern kommt im gesamten Lebensraum Oberösterreich mit den besonderen Natur- und Kulturkulissen, erfolgreichen Innovationen und ehrlichen, authentischen Menschen zum Ausdruck.

Zwtl.: Das Ziel: 15 Prozent mehr Wertschöpfung bis 2022

Der Tourismus versteht sich als Querschnittsdisziplin, in der branchenübergreifendes Denken und Handeln die Voraussetzung für Erfolg ist. Ein Erfolg der aktuell mit rund 6,06 Milliarden Euro (indirekter und direkter) Wertschöpfung gut 10 Prozent zum Bruttoregionalprodukt des Landes beiträgt (Quelle: Regionales Tourismussatellitenkonto Oberösterreich, WIFO/Stat. Austria).

Ziel der Landes-Tourismusstrategie ist es, die direkte und indirekte Wertschöpfung der oberösterreichischen

Tourismus- und Freizeitwirtschaft um 15 Prozent bis zum Jahr 2022 zu steigern.

Um dieses Ziel zu erreichen, wurden Meilensteine und Aktionsfelder definiert, die Aufgabenteilung zwischen Landes-Tourismusorganisation, Tourismusverbänden und Gemeinden, gewerblichen Tourismus- und Freizeitbetrieben sowie weiteren touristischen Systempartnern geregelt und auch die Standort-, Förder- und Finanzierungs politik des Landes berücksichtigt. Damit sind die Rollen und Aufgaben klar festgelegt. Jeder in seinem Bereich kann auf dieser Basis zum gemeinsamen Erfolg beitragen.

Zwtl.: Die vier Meilensteine

Die Meilensteine zielen einerseits auf das Innere des touristischen Systems in Oberösterreich. Sie heben die Service- und Dienstleistungsqualität im Tourismus (etwa durch Qualifizierungsprogramme oder Maßnahmen zur Steigerung der Tourismusgesinnung) und fördern die digitale Kompetenz in der Branche (zum Beispiel sollen eCoaches digitales Know-How vermitteln oder digitale Services stärker forciert werden). Zum anderen sind Meilensteine definiert, die auf einer starken Gäste- und Marktorientierung aufbauen: Die Meilensteine "Naturräume" und "Kulinarik" sollen in den nächsten Jahren entwickelt und in den Vordergrund der Kommunikation gestellt werden. Beides Schwerpunkte, die den gesellschaftlichen Bedürfnissen nach Natur-Erlebnis und Genuss regionaler Produkte/Lebensmittel entsprechen. Für jeden dieser Meilensteine wurden in der Landes-Tourismusstrategie 2022 Ziele definiert, Maßnahmen daraus abgeleitet und die Zuständigkeiten festgeschrieben.

Während die Meilensteine die zu erreichende bzw. zu sichernde Basis einer zukunftsgerichteten Weiterentwicklung des oberösterreichischen Tourismus darstellen, gehen die Aktionsfelder auf konkrete, marketing-strategische Aspekte und Projekte ein.

Zwtl.: Die vier Aktionsfelder

Hier werden die Grundprinzipien einer stringenten Markenpolitik ebenso wie die Prinzipien einer abgestimmten Kommunikationsstrategie festgelegt. Zudem wurden sieben aus den zentralen Reise- und Freizeitmotiven der Gäste abgeleitete Motivbündel (Aktiv-Zeit, Aus-Zeit, Gesundheits-Zeit, Kultur-Zeit, Event-Zeit, Arbeits-Zeit, Rundreise-Zeit) definiert, die die Stärken des touristischen Angebotes in Oberösterreich widerspiegeln und das künftige Produktportfolio bilden. Weiters werden die für Oberösterreich relevanten Zielmärkte definiert und in Kern-, Potenzial- und Spotmärkte mit jeweils maßgeschneiderten Marktbearbeitungs-Strategien differenziert. Zielsetzung hierbei ist etwa die Steigerung der internationalen Ankünfte im Bundesland um 15 % bis zum Jahr 2022. Zentrales viertes Aktionsfeld ist auch die verstärkte Allianz mit Netzwerkpartnern aus den Bereichen (Land-)Wirtschaft, Kultur, Natur, Forschung/Bildung, Mobilität und Sport um damit neue Möglichkeiten zur Gästearsprache zu finden und neue branchenübergreifende "win-win Situationen" zu schaffen.

Zwtl.: Der rechtliche Rahmen

All diese marketing-strategischen Überlegungen fußen auf dem gesetzlichen Rahmen, mit dem die Weichen für neue, professionelle Verbandsstrukturen sowie die Finanzierung des touristischen Systems geregelt werden. Eine akkordierte Standort-, Finanzierungs- und Förderpolitik verstärkt mit strategiekonformen Förderprogrammen, die sich an den Meilensteinen und Aktionsfeldern der Landes-Tourismusstrategie 2022 orientiert, den gemeinsamen Weg.

Die Landes-Tourismusstrategie 2022 wird im Dezember von der Oberösterreichischen Landesregierung beschlossen und im Jänner dem Oberösterreichischen Landtag zur Kenntnis gebracht. Die Umsetzung startet 2018. Details der neuen Landes-Tourismusstrategie werden am 7. Februar 2018 im Rahmen einer Branchenveranstaltung präsentiert.

Weitere Informationen und die ausführliche Presseunterlage finden Sie unter <https://medienservice.oberoesterreich.at>

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

Rückfragehinweis:

Oberösterreich Tourismus GmbH
Elisabeth Kierner, MSc
Leitung Media House & Marke
0664-3030444
elisabeth.kierner@oberoesterreich.at
www.oberoesterreich-tourismus.at

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

Medieninhalte



BILD zu OTS - Der Geschäftsführer der Oberösterreich Tourismus GmbH Mag. Andras Winkelhofer, Wirtschafts- und Tourismusreferent LH-Stv. Dr. Michael Strugl sowie der Vorsitzende des Landes-Tourismusrates und Spartenobmann Tourismus und Freizeitwirtschaft in der Wirtschaftskammer OÖ BR Robert Seeber (v.l.n.r.) präsentieren die neue Landes-Tourismusstrategie 2022 für Oberösterreich.

Diese Meldung kann unter <https://www.presseportal.ch/de/pm/100012529/100809484> abgerufen werden.