

INFORMATION

zur Pressekonferenz

mit

LH-Stv. Dr. Michael STRUGL

Wirtschafts- und Tourismusreferent

BR KommR Robert SEEBER

Spartenobmann Tourismus und Freizeitwirtschaft,
Wirtschaftskammer OÖ und Vorsitzender des Landes-
Tourismusrates

Mag. Andreas WINKELHOFER

Geschäftsführer Oberösterreich Tourismus

am 20. November 2017

zum Thema



Tourismusstrategie 2022

Tourismus. Zukunft. Oberösterreich.

Impressum

Medieninhaber & Herausgeber:
Amt der Oö. Landesregierung
Direktion Präsidium
Abteilung Presse
Landhausplatz 1 • 4021 Linz

Tel.: (+43 732) 77 20-114 12
Fax: (+43 732) 77 20-21 15 88
landeskorrespondenz@ooe.gv.at
www.land-oberoesterreich.gv.at

DVR: 0069264

Rückfragen-Kontakt:

Michael Herb, MSc, Presse LH-Stv. Strugl, Tel: 0732/7720-15103, 0664/6007215103

Elisabeth Kierner, MSc, OÖ Tourismus, Tel. 0732/7277-123, 0664/3030444

LH-Stv. Dr. Michael STRUGL

Landes-Tourismusstrategie 2022

Stärken des Landes weiter ausbauen und Neue Chancen strategisch entwickeln

Parallel zur Erarbeitung des OÖ. Tourismusgesetzes 2018 wurden die Eckpfeiler der neuen Landes-Tourismusstrategie 2022 festgelegt. 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 wertvollen Partner im gesamtwirtschaftlichen System Oberösterreichs gelegt. Eine Grundlage, auf der künftig neue Innovationen generiert werden“ ist LH-Stv. Dr. Michael Strugl überzeugt und skizziert die Vision: „Wir sind das „echte“ Österreich und wollen Oberösterreich so zeigen, wie wir sind: menschlich, originell, vernetzt.“ Eine Vision, die sich nicht nur in touristischen Produkten zeigt, sondern die im gesamten Lebensraum Oberösterreich mit den besonderen Natur- und Kulturkulissen, erfolgreichen Innovationen und ehrlichen, authentischen Menschen zum Ausdruck kommt.

Oberösterreich, das echte Österreich.



Expertengetriebener Strategieprozess

Vor gut einem Jahr initiierte das Land Oberösterreich den Prozess zur Erarbeitung der neuen Landes-Tourismusstrategie 2022. Im bewährten Schulterschluss von Land, Wirtschaftskammer OÖ (Sparte Tourismus und Freizeitwirtschaft) und Oberösterreich Tourismus wurden – unter Einbindung der oberösterreichischen Touristiker – die Leitlinien für die strategische Weiterentwicklung der Tourismus- und Freizeitwirtschaft erarbeitet. 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 Entwicklung der Landes-Tourismusstrategie 2022 ist ein mustergültiges Beispiel für eine breit getragene Zusammenarbeit, sowohl innerhalb der Tourismusbranche als auch darüber hinaus. Die neuen Leitlinien vernetzen die Tourismuswirtschaft über die Branchengrenzen hinaus, öffnen sie für Wissens- und Erfahrungsaustausch und machen sie damit fit für die Herausforderungen der Zukunft,“ ist BR KommRat Robert Seeber, Obmann der Sparte Tourismus und Freizeitwirtschaft in der Wirtschaftskammer OÖ und Vorsitzender des Landes-Tourismusrates, überzeugt.

Vernetzt und flexibel auf dem Weg in die Tourismus-Zukunft

„Dieser Blick über den touristischen Tellerrand hat neue Sichtweisen und Möglichkeiten aufgezeigt, die es nun in einem starken Netzwerk und in Allianzen umzusetzen gilt“ sagt Strugl und ergänzt: „Schließlich leben wir in einer Welt der kontinuierlichen Veränderung.“ Volatile, unsichere, komplexe und ambivalente Zeiten sind das Umfeld für zukünftige Entwicklung, dem sich auch der Tourismus stellen muss. Die Landes-Tourismusstrategie 2022 gibt mit ihren Prinzipien Antworten auf Herausforderungen, sie gibt Orientierung und ist die gemeinsame Grundhaltung für die touristischen Akteure. Sie ist die „Leitplanke“ der landesweiten Tourismusedwicklung. Sie definiert den Fahrplan in die touristische Zukunft, ersetzt allerdings keineswegs die notwendigen Unternehmens- und Destinationsstrategien. „Wir brauchen ein agiles Management des gesamten oberösterreichischen Tourismussystems, in dem Prioritäten regelmäßig hinterfragt und neu ausgerichtet werden, in dem Anpassungen an Marktveränderungen situativ erfolgen. Der Tourismus muss sich als Querschnittsdisziplin verstehen, in dem branchenübergreifendes Denken und Handeln die Voraussetzung für Erfolg ist“ fordert Strugl.

15 Prozent mehr Wertschöpfung bis 2022

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 Finanzierungspolitik des Landes berücksichtigt. „Damit sind die Rollen und Aufgaben auf dem touristischen Spielfeld klar festgelegt. Jeder in seinem Bereich kann auf dieser Basis zum gemeinsamen Erfolg beitragen“, sagt Strugl.

Vier Meilensteine wirken nach Innen und Außen

Maßgebliche Neu- und Weiterentwicklungen marktentscheidender Kompetenzen, notwendige Instrumente und Techniken in Marketing und Produktentwicklung sind die Grundlage für eine erfolgreiche Umsetzung der Landes-Tourismusstrategie 2022.

4 Meilensteine

Tourismusorientiert

Menschen



Digitalisierung



Gäste- & Marktorientiert

Naturräume



Kulinarik



Die Meilensteine zielen einerseits auf das Innere des touristischen Systems: 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. Diese Meilensteine „Naturräume“ und „Kulinarik“ gilt es in den nächsten Jahren zu entwickeln und in den Vordergrund der Kommunikation zu stellen. Beides Schwerpunkte, die den gesellschaftlichen Bedürfnissen nach Natur-Erlebnis und Genuss regionaler Produkte/Lebensmittel entsprechen. „Der Gast entscheidet sich für Erlebnisse, Begegnungen und Genuss. Digitalisierung bleibt ein Mittel zum Zweck – sie vereinfacht, ermöglicht und unterstützt den Menschen“, gibt Strugl die Überlegungen dazu wieder.

Für jeden dieser Meilensteine wurden in der Landes-Tourismusstrategie 2022 Ziele definiert, Maßnahmen daraus abgeleitet und die Zuständigkeiten festgeschrieben.

Vier Aktionsfelder: das „daily Business“ im Tourismus

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

4 Aktionsfelder



**Marke
& Content**



**Motive
& Produkte**



**Märkte, Marketing
& Vertrieb**



**Allianzen
& Netzwerk**

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 die verstärkte Allianz mit Netzwerkpartnern aus den Bereichen Industrie, (Land-)Wirtschaft, Kultur, Natur, Forschung/Bildung, Mobilität und Sport, um damit neue Möglichkeiten zur Gästeansprache zu finden und neue branchenübergreifende „win-win Situationen“ zu schaffen.

„Die Landes-Tourismusstrategie 2022 definiert Ziele und gibt die Richtung vor, eröffnet uns gleichzeitig viele Gestaltungsmöglichkeiten. Sie setzt Leitplanken, innerhalb derer Platz für agiles Handeln entlang von sich ändernden Markt- und Wettbewerbssituationen bleibt, die aber auf das gemeinsame Ziel hinlenken:

gästeorientierte, innovative Produkte zu entwickeln, internationale Märkte zu erschließen und von Kooperationen zu profitieren. Dabei wird Oberösterreich Tourismus als Service- und Marketingorganisation seine Partner in der Branche kompetent begleiten und unterstützen“, ergänzt Mag. Andreas Winkelhofer, Geschäftsführer des Oberösterreich Tourismus.

Gesetzlicher 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 orientieren, den gemeinsamen Weg.

Durch diese ganzheitliche Sicht bringt die Landes-Tourismusstrategie 2022 eine richtungsweisende Veränderung zum Ausdruck: die Tourismus- und Freizeitwirtschaft ist Teil des erfolgreichen Standortes Oberösterreich. „Ich bin zuversichtlich, dass wir damit – auch unter Berücksichtigung neuer Verbandsstrukturen und Möglichkeiten zu Allianzen – künftigen Erfolg ermöglichen und unsere Stärken weiter ausbauen werden“, sagt Strugl.

Die Umsetzung startet Anfang 2018, wenn im Rahmen einer Branchenveranstaltung Details der neuen Landes-Tourismusstrategie 2022 präsentiert werden.