

strategie
niederösterreich

kursbuch tourismus 2010

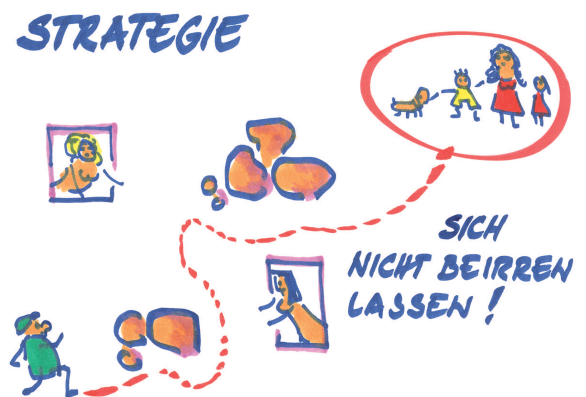
KURSBUCH TOURISMUS 2010

WIR HABEN NOCH VIEL VOR.



1 Einleitung

Tourismus und Freizeitangebote sind ein bedeutender Wirtschaftsfaktor in Niederösterreich. Die Verbindung von Landschaftsvielfalt und ausgeprägten Kompetenzen in den Bereichen Wein, Kulinarik, Kultur und Gesundheit, die Verflechtungen mit dem Ballungsraum Wien und die Chancen durch die EU-Erweiterung bergen enormes Entwicklungspotenzial. Dieses darf nicht ungenutzt bleiben. Niederösterreichs Tourismus soll in den nächsten Jahren weiter wachsen. Wettbewerbsfähigkeit und Wachstum sind die zentralen Stoßrichtungen des neuen „Kursbuchs Tourismus 2010“. Zur Erreichung dieser muss das Handeln aller im Tourismus involvierten Personen, Organisationen und Unternehmen auf klare Ergebnisse abgestimmt sein. Um den erfolgreichen Weg der vergangenen Jahre weiterhin fortzusetzen, bedarf es einer klaren Strategie. Im vorliegenden „Kursbuch Tourismus 2010“ wird die neue Wettbewerbsstrategie für den niederösterreichischen Tourismus vorgestellt.



Das „Kursbuch Tourismus 2010“ definiert die Ziele und den zur Zielerreichung eingeschlagenen Weg, von dem nicht abgesehen werden darf.

1.1 Ausgangslage

Die Tourismuswirtschaft Niederösterreichs befindet sich in einem umfassenden, weltweiten Wettbewerb, der sich nicht nur auf andere Tourismusgebiete und Tourismusdienstleister beschränkt, sondern, insbesondere aufgrund der für Niederösterreich hohen Bedeutung des Ausflugs-tourismus, auch mit anderen Branchen der gesamten Freizeitindustrie (Unterhaltungselektronik, Shopping-, Kino- und Fitnesscenter, Internet etc.) geführt wird.

Bereits 1999 wurde das Entwicklungskonzept (Leitbild) des Landes für die gesamte Tourismuswirtschaft als „Kursbuch Tourismus Niederösterreich“ entwickelt und bildet seit damals die Grundlage für das touristische Förderwesen und das Marketing der Niederösterreich-Werbung und der niederösterreichischen Tourismusdestinationen. Aufgrund der damals vorherrschenden Rahmenbedingungen wurde das „Kursbuch Tourismus Niederösterreich“ auf einen starken Entwicklungsaspekt ausgerichtet. Die Fokussierung lag dabei auf einer breit angelegten Angebots- und Qualitätsentwicklung sowie auf Effizienzsteigerung der Tourismusorganisationen.

Im Zuge der Erstellung des Landesentwicklungskonzeptes Niederösterreich¹ wurde das „Kursbuch Tourismus Niederösterreich“ einer genauen Evaluierung unterzogen. Zudem wurde eine umfassende Untersuchung der derzeitigen Umfeld-, Markt- und Wettbewerbsbedingungen durchgeführt. Auf Basis der Erkenntnisse aus Evaluierung und Untersuchungen wurde das „Kursbuch Tourismus Niederösterreich“ überarbeitet. Als Ergebnis der Überarbeitung liegt nun die neue Wettbewerbsstrategie für die Tourismuswirtschaft des Landes Niederösterreich – „Kursbuch Tourismus 2010“ – vor.

¹ Vgl. Amt der NÖ Landesregierung, Gruppe Raumordnung, Umwelt und Verkehr – Abteilung Raumordnung und Regionalpolitik (Hg.), „Strategie Niederösterreich, Landesentwicklungskonzept“, St. Pölten, 2004

1.2 Arbeitsmethodik und Prozess

Bereits 2003 wurde der Evaluierungsprozess mit einer umfangreichen Unternehmensbefragung gestartet, im Rahmen derer unter anderem die Relevanz einer niederösterreichischen Gesamttourismusstrategie, die Zusammenarbeit mit den Tourismusorganisationen, aber auch die Bedeutung der verschiedenen Geschäftsfelder abgefragt wurde. Im Frühjahr 2004 wurde die Evaluierung des „Kursbuchs Tourismus Niederösterreich“ durch ein externes Beratungsunternehmen beauftragt, unter anderem mit der Vorgabe, auch Handlungsempfehlungen für die Überarbeitung zu entwickeln². Gleichzeitig wurde eine umfangreiche Kundenanalyse beauftragt. Diese erfolgte im Rahmen eines neuen, österreichweit eingesetzten Marktforschungs-Instrumentariums: „T-Mona“³.

Nach Abschluss der Evaluierung zu Jahresende 2004 wurde mit der Überarbeitung des „Kursbuchs Tourismus Niederösterreich“ begonnen.

Die Überarbeitung wurde federführend von der Abteilung Wirtschaft, Tourismus und Technologie beim Amt der NÖ Landesregierung durchgeführt. Folgende Organisationen wurden in Form von Arbeitsgruppen und Überarbeitungsworkshops miteinbezogen:

- ▶ Niederösterreich-Werbung GmbH
- ▶ Tourismusdestinationen und -regionen
- ▶ Wirtschaftskammer Niederösterreich
- ▶ Österreichische Hotelierversammlung (ÖHV NÖ)
- ▶ Strategiekreis Wirtschaftspolitik Niederösterreich
- ▶ ecoplus. Niederösterreichs Wirtschaftsagentur GmbH
- ▶ Strategiegruppe Tourismus (Beherbergungs- und Freizeitunternehmen)

Dem „Kursbuch Tourismus 2010“ liegt somit auch ein umfassender Arbeits- und Abstimmungsprozess mit allen vom Tourismus stark betroffenen Bereichen zugrunde, bei dem der Einklang für die Vision, die Oberziele und die grundstrategischen Aussagen hergestellt werden konnte.

Für die Überarbeitung wurden folgende Quellen, Vorgaben, Analyseinstrumentarien und Studien miteinbezogen:

- ▶ Landesentwicklungskonzept (LEK)
Insbesondere wurden die im Landesentwicklungskonzept enthaltenen Prinzipien sowie die für die Tourismuswirtschaft besonders relevanten Zielsetzungen und Werte in das Leitbild aufgenommen.
- ▶ Evaluierung „Kursbuch Tourismus Niederösterreich“
Die Evaluierungsergebnisse des „Kursbuchs Tourismus Niederösterreich“ sowie die darin enthaltenen Handlungsempfehlungen.

² Mit der Evaluierung wurde die Firma Invent (Klagenfurt) beauftragt. Es wurde eine Evaluierungs-Steuerungsgruppe gebildet, die sich folgendermaßen zusammensetzte: Land NÖ, Abt. Abt. Wirtschaft, Tourismus und Technologie; Niederösterreich-Werbung GmbH; Destinationen und Tourismusregionen; Wirtschaftskammer NÖ; Österreichische Hotelierversammlung (ÖHV NÖ); ecoplus; Land NÖ, Abt. Raumordnung- und Regionalentwicklung.

³ Tourism Monitor Austria. Österreichweit werden mehr als 10.000 Gästeeinterviews durchgeführt. Abgefragt werden u. A.: Kaufentscheidungsfaktoren, Motive, Aktivitäten, Image, Zufriedenheit und sozio-demographische Daten. Die Ergebnisse werden in eine webbasierte Bench-Mark-Datenbank eingespielt, mittels derer die eigenen Ergebnisse mit dem Österreichschnitt, anderen Bundesländern und einzelnen Destinationen verglichen werden können.

- ▶ Neueste Erkenntnisse zum Destinationsmanagement und Empfehlungen der Expertise zum Destinationsmanagement Niederösterreich⁴
- ▶ Befragung der niederösterreichischen Beherbergungsbetriebe⁵
- ▶ Konzepte anderer Sektoren mit Schnittstellen zum Sektor Tourismus
- ▶ Aktuelle Fachliteratur

sowie

- ▶ laufende Marktuntersuchungen wie beispielsweise:
 - Gästabefragungen
 - Gästesegmentanalysen (Wanderer, Radfahrer, Mountainbiker)
 - Ausflugstourismusuntersuchung
 - Trendanalysen
 - Nächtigungs- und Ankünfterstatistik
 - Imageanalysen
 - allgemeine und touristische Wirtschaftsdaten und Prognosen

1.3 Aufbau „Kursbuch Tourismus 2010“

Das „Kursbuch Tourismus 2010“ gliedert sich in folgende Bereiche:

- ▶ **Grundstrategie & Ziele landkarte (=Sektorenkonzept Tourismus)**
Diese ist als eine Gesamtunternehmensstrategie für das „Tourismusunternehmen Niederösterreich“ angelegt und legt unveränderbare Ziele bis 2010 fest (beinhaltet auch die strategische Analyse).
- ▶ **Geschäftsfeldstrategien**
Geschäftsfeld- bzw. Produkt-Marktsegment-Strategien sind laufend an die relevanten Markterfordernisse anzupassen. Damit bleibt das „Tourismusunternehmen Niederösterreich“ beweglich.
- ▶ **Produktentwicklungsleitfaden**
Die „Schaffung von durchgängigen, stimmigen Urlaubserlebnissen“ ist ein zentrales Ziel des „Kursbuchs Tourismus 2010“. Der Produktentwicklungsleitfaden bietet allen Akteuren, die touristische Angebote schaffen, betreiben und vermarkten, eine erste Anleitung zur Umsetzung dieses Ziels.
- ▶ **Organisationsstruktur**
Diese bietet eine Übersicht der im Tourismus tätigen Organisationen mit Funktionen und Aufgaben.
- ▶ **Markenhandbuch**
Im Markenhandbuch werden die differenzierenden Elemente (Werte, Identitäten, Emotionen, Tonalitäten) der „Marke Niederösterreich“ definiert. (Entwicklung des Markenkonzeptes mit Markenhandbuch im Frühjahr 2006).

⁴ Im Herbst 2003 wurde eine Expertise zum Destinationsmanagement Niederösterreich beauftragt, deren Ergebnisse im Frühjahr 2004 vorlagen und die ebenfalls in die Überarbeitung des „Kursbuchs Tourismus Niederösterreich“ eingeflossen sind.

⁵ Vgl. Amt der NÖ Landesregierung, Abt. Wirtschaft, Tourismus und Technologie (Hg.), 2003: Befragung der niederösterreichischen Beherbergungsbetriebe, St. Pölten

► **Maßnahmen, Leitlinien und Schlüsselprojekte**

In diesem Teil sind konkrete Maßnahmen sowie Leitlinien für den Umgang mit Themen definiert.



Abbildung 1 – Strategiepyramide Tourismus Niederösterreich

Anmerkung: der dunkelblau markierte Bereich zeigt die Ebenen des „Sektorenkonzepts Tourismus“

Das „Kursbuch Tourismus 2010“ (Sektorenkonzept Tourismus) besteht aus grundstrategischen Entscheidungen, die in den Ebenen Vision, Ziele und Grundstrategie festgelegt sind. Diese bilden somit die Grundstrategie für das „Tourismusunternehmen Niederösterreich“, ohne noch auf detaillierte Geschäftsfeldentscheidungen, Maßnahmenpläne oder Schlüsselprojekte einzugehen. Das Sektorenkonzept Tourismus bildet somit den Rahmen und die Zielvorgabe, dem alle touristischen Landesbereiche verpflichtet sind.