

Tourismus Intern

Magazin für Tourismus und Freizeitwirtschaft in Niederösterreich

1|2017



Unterwegs in Niederösterreich:
Landeshauptfrau Mikl-Leitner
geht auf Gäste und Gastgeber zu.

„Regionalität, Kreativität, Qualität“

Die neue Landeshauptfrau Johanna Mikl-Leitner sieht im Tourismus eine ganz wesentliche Stütze der Wirtschaft Niederösterreichs und einen wertvollen Beitrag zur Lebensqualität im Land.

Die Tourismuswirtschaft ist eine schnelllebige Branche, die hohe Anforderungen an die Anpassung an neue Entwicklungen stellt. Daher sind berechenbare und stabile Rahmenbedingungen für Touristiker besonders wichtig. Sie, Frau Mikl-Leitner, sind als neue Landeshauptfrau für den niederösterreichischen Erfolgsweg verantwortlich. Daher vorweg eine zentrale Frage:

Welchen Stellenwert hat der Faktor Tourismus in Niederösterreich für Sie?

Der Tourismus ist ein wesentlicher Faktor für die wirtschaftliche Entwicklung des Landes Niederösterreich. Der Anteil am Brutto-

regionalprodukt liegt bei rund 3%. Das ist ein großer Beitrag zur Wertschöpfung in Niederösterreich. Betreffend die mediale Resonanz und bezüglich der Identitätsstiftung – dem guten Gefühl, dass Niederösterreich ein überaus lebenswertes und erlebenswertes Land ist – ist die Bedeutung noch deutlich höher einzuschätzen. Dazu hat der Tourismus in Niederösterreich noch spezielle Stärken: 60% der Tourismus-Wertschöpfung werden im Tagestourismus generiert – hier hat Niederösterreich österreichweit sogar eine Vorreiterrolle übernommen, denn strategisch so gut aufgestellt und fein vernetzt präsentiert sich der Ausflugstourismus in keinem anderen Bundesland. ▶

ZAHL DER SAISON

10,9 %

Zuwachs bei den Ankünften Mai/Juni 2017 im Vergleich zu Mai/Juni 2016

ZITAT ZUR SAISON

„Viel wandern macht bewandert.“

Peter Sirius (1858-1913), deutscher Dichter und Aphoristiker

AUF EINEN BLICK

Vom Recht

Auch für Vermieter über Internet-Plattformen gelten die Meldegesetze. **Seite 3**

Aus den Destinationen

Neues vom Wandern, Radeln und Flusskreuzfahrten. **Seite 4**

In den Gärten

Mit einer Kooperation werden die Potenziale der Gärten in Niederösterreich und Südmähren besser genutzt, in Tulln steht 2018 Gartenkunst im Fokus. **Seite 5**

Neues von der Wirtshauskultur

Die Top-Wirte wurden gekürt, der Gastronomie-Nachwuchs wird speziell gefördert. **Seite 6**

Digitales Marketing

Mit Movies, E-Magazin und der digitalisierten CARD wird für Niederösterreich geworben. **Seite 7**

Unterwegs

Der Rückblick auf Events. **Seite 8**

EDITORIAL

Tourismus auf Erfolgskurs



Vor wenigen Jahren haben sich die Touristiker Niederösterreichs und die Landesregierung ein ehrgeiziges Ziel gesetzt: Bis 2020 soll die jährliche Nächtigungszahl in Niederösterreichs Tourismusbetrieben bei 7,2 Millionen liegen.

Ehrgeizig war dieses Ziel, weil der Tourismus kein natürlicher Wachstumsmarkt ist. Die Verfügbarkeit von Urlaubstagen vermehrt sich nicht von selbst. Neue Tourismusdestinationen und -formen lassen sich nicht von heute auf morgen erfinden oder am Markt durchsetzen. Gerade in wirtschaftlich schwierigen Zeiten ist die Generierung jeder zusätzlichen Nächtigung eine Herausforderung. Dazu braucht es herausragende Qualität, reizvolle Ideen, zugkräftige Attraktionen, erstklassiges Preis-Leistungs-Verhältnis.

Umso zufriedener können wir mit dem Trend sein, der sich solide positiv zeigt und für Niederösterreich Wachstumsraten aufweist, die über dem Durchschnitt der österreichischen Bundesländer liegen. Und zwar deutlich: Bei den Ankunftsdaten hat Niederösterreich im ersten Halbjahr 2017 mit 9% knapp dreimal so viel zugelegt wie der Durchschnitt, bei den Nächtigungszahlen mit 5% mehr als doppelt so viel.

Dazu zeigen auch die guten Buchungszahlen für die Sommermonate, dass es sich bei diesen Zuwächsen nicht um ein flüchtiges Hoch handelt, sondern um eine recht stabile Schönwetterlage.

Die Tourismuswirtschaft in Niederösterreich ist also gut aufgestellt, wird von engagierten Unternehmer und ihren Mitarbeitern vorangebracht und setzt auf die richtigen Themen. Die 7-Millionen-Marke – als Ansporn gedacht und als Vision formuliert – wird sehr wahrscheinlich noch deutlich vor 2020 erreicht werden, vielleicht schon 2017.

Petra Bohuslav, Tourismuslandesrätin

IHRE MEINUNG BITTE!

Ihre Meinung ist uns wichtig! Gern veröffentlichen wir in **Tourismus Intern** Anregungen und Kommentare. Ihre Beiträge senden Sie bitte an die Niederösterreich-Werbung oder die Tourismusabteilung des Landes Niederösterreich (Postanschriften im Impressum) oder per E-Mail an marlies.frey@noe.co.at **Die Redaktion**

IMPRESSUM

Medieninhaber: Niederösterreich-Werbung GmbH, 3100 St. Pölten, Wirtschaftszentrum, Niederösterreichring 2, Tel. 02742/9000-19800; **Herausgeber:** Amt der Niederösterreichischen Landesregierung, Abteilung Wirtschaft, Tourismus und Technologie, Landhausplatz 1, Haus 14, 3109 St. Pölten; **Gestaltung und Redaktion:** Büro Meisinger, Wien; **Fotos:** Niederösterreich-Werbung, Niederösterreichischer Landespressediens, Archiv; **Druck:** Berger, Horn. Für unverlangt eingesandte Manuskripte und Fotos wird keine Haftung übernommen. Die Meinung der Gastautoren muss nicht mit jener des Herausgebers übereinstimmen.

TERMINE ZUM VORMERKEN

30. August: Weinherbst Opening, Winzer Krems - Sandgrube 13, Krems

1./2. September: Starnacht aus der Wachau, Rossatzbach

29. September: Charity Weinlese, Weingut Polz, Rührsdorf 22, 3602 Rossatz

10. Oktober: Wiener Alpen Symposium, Pernitz, Pfarrsaal

16. Oktober: Tourismuspreis Niederösterreich, Burg Perchtoldsdorf

6./7. November: 10. Mostviertler Nachhaltigkeitskonferenz, Messe Wieselburg

29. November: Branchensymposium Tourismus 4.0, IMC FH Krems



Johanna Mikl-Leitner über die Stärken der niederösterreichischen Tourismuswirtschaft: „Wir haben strategisch auf die richtigen Themen gesetzt und die Stärken gut genutzt. Niederösterreich als Land der Vielfalt ist in.“

Woraus ergeben sich diese Stärken?

Abgesehen von der Vielfalt und Qualität der Ausflugsdestinationen wurde in der Entwicklung des Ausflugstourismus vieles richtig gemacht. Ein ganz wesentlicher Impulsgeber war die 2006 eingeführte Niederösterreich-CARD, eine Jahreskarte, die den kostenlosen Besuch von mittlerweile über 300 Ausflugszielen ermöglicht. Sie hat sich sehr positiv entwickelt – in der letzten Saison konnte mit 185.000 CARDS wieder ein Verkaufsrekord verzeichnet werden. Über diesen spektakulären Erfolg sollte man aber nicht die positive Entwicklung des Nächtigungstourismus vergessen.

Auch da zeigen ja die Zahlen in die richtige Richtung ...

Die Nächtigungszahlen haben sich in den letzten zwanzig Jahren von 5,6 Millionen (1996) auf 6,9 Millionen (2016) Nächtigungen erhöht, das ist eine hervorragende Entwicklung. Besonders erfreulich ist, dass der Zuwachs vor allem im hochwertigen Bereich erzielt wurde. Die Steigerung der Nächtigungen geht vor allem auf die 4-Sterne-Kategorie zurück – waren es 1995 noch rund 1,5 Millionen oder 26% aller Nächtigungen, sind es derzeit rund 2,5 Millionen oder 37%, also schon über ein Drittel. Am stärksten tragen dazu die Sparten Gesundheitstourismus, Wirtschafts- und Urlaubstourismus bei, die etwa zu gleichen Teilen am Erfolg beteiligt sind. Die nächtigungsstärksten Gemeinden Baden, Schwechat, Krems oder Moorbad Harbach unterstreichen den stabilen Gesundheits- und Wirtschaftstourismus in Niederösterreich.

Worauf führen Sie diese Entwicklung zurück. Gibt es dafür spezifisch niederösterreichische Faktoren?

Kooperation und Teamgeist sind sicher ganz entscheidend. Das sind sicher keine Tugenden, die nur in der niederösterreichischen Tourismuswirtschaft zu finden sind, aber die Zusammenarbeit der Leistungsträger mit den Betrieben, die Zusammenarbeit der Menschen, die gegenseitige Unter-

stützung funktioniert bei uns ganz hervorragend. Und noch einen Grund sehe ich: Dass man bei allen Herausforderungen, die das Tagesgeschäft bietet, positiv in die Zukunft blickt.

Worauf stützt sich dieser Optimismus?

Die Attraktivität des Urlaubslandes Niederösterreich hat – dank einer klaren Positionierung und erfolgreichen Strategie – spürbar zugenommen. Das Image Niederösterreichs ist heute besser als je zuvor. Niederösterreich, das Land der Vielfalt, ist in. Dazu haben einige mutige und erfolgreiche Projekte beigetragen. Niederösterreich wurde beispielsweise erfolgreich als Land für Genuss und Lebenskultur positioniert. Wir waren eines der ersten Bundesländer, die auf die Angebotspalette Genuss – Wein – Kulinarik und hohe Qualität in der regionalen Versorgung gesetzt haben. Das wissen die Gäste zu schätzen, dank attraktiver Angebote konnte die Nachfrage kontinuierlich gesteigert werden.

Welche Entwicklungsmöglichkeiten gibt es Ihrer Meinung nach?

Das Entwicklungspotenzial haben wir in unserer Tourismusstrategie ausgelotet und mit unseren Zielen festgelegt. Wir wollen bis 2020 die Nächtigungszahl von 7,2 Millionen erreichen, die Wertschöpfung im Ausflugstourismus von derzeit 980 Millionen auf über 1 Milliarde und die Anzahl der Qualitätspartner auf 1700 anheben. Dafür arbeiten wir an betrieblichen und infrastrukturellen Erweiterungen im Tourismus und versuchen durch Projekte wie die Landesausstellung nach und nach auch periphere Regionen touristisch zu erschließen, um auch dort wirtschaftlichen Aufschwung zu generieren.

Also noch mehr Vielfalt?

Und dabei dürfen wir den klaren Blick auf unsere Stärken nicht verlieren. Wir müssen an der wunderschönen Basis, der einzigartigen Fülle an Landschaft und Natur, den Sehens-

Der Trend in Niederösterreichs Tourismus: stabil positiv

Die Zahlen der Statistik Austria belegen die nachhaltig erfreuliche Entwicklung in Niederösterreichs Tourismus: Für das erste Halbjahr 2017 wird ein deutliches Plus im Vergleich zum Vorjahreszeitraum ausgewiesen. Damit wird ein Trend bestätigt, der sich kontinuierlich positiv zeigt.

Die Zuwächse betreffen gleichermaßen die Nächtigungen wie die Ankunftsdaten, wobei Niederösterreich in der Ankunftsstatistik – Stichworte: Kurzurlaub, Ausflugstourismus – das mit Abstand beste Ergebnis aller österreichischen Bundesländer aufzuweisen hat. Das Plus in dieser Kategorie liegt bei 9% oder – in absoluten Zahlen – bei mehr als 104.000 zusätzlichen Gästen. Bei den Übernachtungszahlen war Niederösterreich kaum weniger erfolgreich. Im ersten Halbjahr 2017 nächtigten 5% mehr Gäste in Niederösterreich als von Jänner bis Juni 2016, was sich auf 154.000 Nächtigungen summiert. Nach Oberösterreich (6,4%) ist das der zweitbeste Wert im Bundesländervergleich.

Die Zahlen zeigen auch, dass sich Investitionen in Qualität lohnen bzw. für all jene Beherberger unverzichtbar sind, die auch in Zukunft Gäste erfolgreich ins eigene Haus holen wollen. Betriebe der 1- und 2-Sterne-Kategorie mussten als einzige wieder einen

Rückgang hinnehmen, und das sowohl bei den Ankünften als auch bei den Nächtigungen. Am besten schnitten bei diesem Klassenvergleich die gewerblichen Ferienwohnungen ab, die rund 7% mehr Gäste ansprechen konnten.

Tourismuszahlen Niederösterreich 2016/2017

Ankünfte		
Mai-Juni 2016		5271*
Mai-Juni 2017		584,8 +10,9% (Ø 7,2%)
Jänner-Juni 2016		1160,0
Jänner-Juni 2017		1264,2 +9,0% (Ø 3,7%)
Nächtigungen		
Mai-Juni 2016		1298,3
Mai-Juni 2017		1388,4 +6,9% (Ø 5,9%)
Jänner-Juni 2016		3092,1
Jänner-Juni 2017		3246,1 +5,0% (Ø 2,4%)

* Ankünfte und Nächtigungen in Tausend. Ø ist der Durchschnitt aller Bundesländer im Vergleich zum Vorjahreszeitraum. Quelle: Statistik Österreich.

würdigkeiten und dem beeindruckenden Kulturgeschehen festhalten und darauf aufbauen. Auch die Tradition und das hervorragende Angebot rund um den Wein haben großes Entwicklungspotenzial.

Dazu kommen noch die Chancen, die neue Medien bieten. Auch der Bereich der Digitalisierung lässt sich als Motor für neues Wachstum nutzen. Die Tourismusbetriebe müssen sich auf technische Veränderungen und auf neues Gästeverhalten rasch einstellen, um die sich bietenden Chancen zu nutzen.

„Bis 2020 wollen wir 7,2 Millionen Nächtigungen und eine Wertschöpfung von mehr als einer Milliarde erreichen.“

Johanna Mikl-Leitner, Landeshauptfrau

Welche Komponenten werden Ihrer Meinung nach immer wichtiger im Tourismus?

Für mich sind es in erster Linie die Komponenten Regionalität, Kreativität und Qualität. Gäste aus dem In- und Ausland wollen die Urlaubsregion spüren, die regionalen Produkte schmecken und die Menschen, die den Ort prägen, erleben. Authentizität ist auch ein wichtiger Teil, der mit der Regionalität eng verknüpft ist. Kreativität und Innovation muss im Tourismus gelebt werden, sonst bleibt man stehen und wird schnell uninteressant. Man muss sich trauen, einmal gegen den Strom zu schwimmen oder den einen oder anderen Trend für sich als zielführend zu entdecken. Kreative Ideen wecken das Interesse bei den Gästen und generieren zusätzlich PR für das Tourismusland. Und zu guter Letzt: Qualität ist eine der wichtigsten Basis-Komponenten, die auf das Image einzahlen und der Grund dafür sind, warum Gäste wiederkommen. Qualität heißt Erfolg, das ist zum Glück in den Köpfen der meisten Touristiker im Land bereits verankert.

Gibt es Trends, auf die man aufspringen muss?

Trend heißt für mich, zeitgemäß und modern zu sein. Wir müssen uns auf neue Wege einlassen, speziell auf die Digitalisierung, die weltweit die Industrie und Wirtschaft, aber auch den Tourismus verändert hat. Internationale Buchungs- und Bewertungsplattformen, Google Maps und verschiedenste Apps zur besseren Orientierung, die Nutzung der vielen Informationsquellen und Kundendaten bis hin zu künstlicher Intelligenz und dem Einsatz von Chatbots – das sind nur einige der aktuellen digitalen Entwicklungen und Trends, die man im Auge behalten und denen gegenüber man sich gegebenenfalls öffnen muss. In der Projektgruppe Tourismus 4.0 werden bereits seit 2015 Maßnahmen im Online- und Content-Marketing umgesetzt und der Branche bei Workshops und Symposien nahegebracht. Schon vor Jahren entstand als Kooperationsprojekt von Tourismus und Kultur eine gemeinsame Veranstaltungsdatenbank, <https://veranstaltungen.niederoesterreich.at>, die auch von vielen Medien als Grundlage genutzt wird. Es wird also viel getan, damit sich Niederösterreichs Tourismus auch weiterhin gut entwickeln kann. Ich möchte mich hiermit bei allen Tourismusverantwortlichen bedanken. Sie tragen ganz wesentlich zu diesem Erfolgskurs bei.

Weitere Informationen
ecoplus. Niederösterreichs Wirtschaftsagentur GmbH
www.ecoplus.at/

Melden. Aber richtig!

Mit den Möglichkeiten des E-Commerce sind auch neue Vertriebskanäle für Urlaubswohnraum entstanden. Unsicherheiten, wann und in welcher Form die Unterbringung von Gästen oder Reisenden zu melden ist, wurden mit einer Gesetzesnovelle ausgeräumt.

Seit Anfang dieses Jahres ist in Niederösterreich die 3. Novelle des NÖ Tourismusgesetzes 2010 in Kraft. In einem darin ergänzten Paragraphen wird auf neue Vermietungsformen über das Internet Bezug genommen. Darin heißt es:

Wer beabsichtigt, Personen im Rahmen der entgeltlichen Überlassung sonstiger Privatunterkünfte bzw. Zimmer (Anm.: „sonstige“ in Unterscheidung von den bereits bisher als Gästeunterkünfte definierten Räumlichkeiten bzw. Leistungen von Campingplatzbetreibern) zu beherbergen und sich dafür bei einem Online-Diensteanbieter ... registriert, hat dies der Gemeinde, in welcher die Gästeunterkunft gelegen ist, unverzüglich, spätestens jedoch binnen 3 Tagen ab tatsächlich erfolgter Registrierung, schriftlich zu melden.

Damit stellt der Gesetzgeber klar, dass jeder, der Unterkünfte über Plattformen wie airbnb, Wimdu, Tripadvisor und ähnliche anbietet, diese Tätigkeit der Gemeinde zu melden hat.

Allein aus der Registrierung entspringt also eine Meldepflicht. Noch bevor der erste Gast über die Plattform gewonnen wird, ist die Gemeinde zu informieren. Im nächsten Absatz der Novelle heißt es:

Wer Personen im Rahmen der entgeltlichen Überlassung sonstiger Privatunterkünfte bzw. Zimmer beherbergt, hat dies der Gemeinde, in welcher die Gästeunterkunft gelegen ist, unverzüglich, spätestens jedoch binnen 3 Tagen, gerechnet ab dem ersten Tag der tatsächlich erfolgten Beherbergung einer Person, schriftlich zu melden.

Somit ist auch der Start der Geschäftstätigkeit mit Hilfe der Internetplattform zu melden. In einem Runderlass wird den Gemeinden empfohlen,

bei den gängigsten Diensteanbietern eine Suchanfrage für Unterkünfte innerhalb des Gemeindegebietes durchzuführen, dann die für die Liegenschaft verfügbaren Personen zu kontaktieren und diese über die mit der Beherbergung von Gästen einhergehenden Rechte und Pflichten zu informieren. Den Gemeinden wird geraten, eine Liste mit jenen Personen zu führen, die sich bei einem Online-Diensteanbieter registriert haben, und regelmäßig die relevanten Formulare an diese Personen zu versenden.

Dieses Service der Gemeinden ist allerdings keine gesetzlich vorgeschriebene Maßnahme. Grundsätzlich ist es die Pflicht des Vermieters oder Anbieters, sämtlichen gesetzlichen Vorschriften von sich aus nachzukommen.

Welche Vorschriften dabei zu beachten sind, wurde in einem übersichtlichen Folder zusammengefasst. Dass dies gar nicht wenige sind und dass die Nichtbeachtung erhebliche Konsequenzen haben kann, mag manchem Neuling auf dem Gebiet der entgeltlichen Wohnraumüberlassung nicht klar sein. So unterliegen airbnb-etc.-gestützte Vermieter selbst-

verständlich denselben gesetzlichen Auflagen wie Vermieter, die ihre Wohnungen, Häuser oder Zimmer über konventionelle Vertriebsmodelle und Kommunikationsschienen an die Urlauber oder Reisenden bringen.

Allen voran ist die **Meldepflicht** auch nach dem Meldgesetz 1991 zu beachten, nach der jeder Gast unverzüglich, jedenfalls innerhalb von 24 Stunden nach seinem Eintreffen anzumelden und bei seiner Abreise wieder abzumelden ist. Dafür haben die privaten Vermieter ein Gästeverzeichnis zu führen, aus dem Name, Geburtsdatum, Geschlecht, Staatsangehörigkeit, Herkunftsland und Adresse sowie das Datum der Ankunft und der Abreise ersichtlich sind (bei ausländischen Gästen zusätzlich: Art, Nummer, Ausstellungsdatum und ausstellende Behörde des Reisedokumentes). In gleicher Weise sind airbnb-etc.-gestützte Vermieter nach der bundesweiten Tourismus-Statistik-Verordnung 2002 verpflichtet,



Gibt Auskunft über die Pflichten beim Vermieten: Eine aktuelle Broschüre, die über die Gemeinden erhältlich und auch im Internet aufrufbar ist (siehe Kasten unten).

die Zahl ihrer Gäste und deren Übernachtungen monatlich – aufgeschlüsselt nach dem Herkunftsland der Gäste – an die Gemeinde zu übermitteln.

Weiters macht der Gesetzgeber bezüglich der abzuführenden **Abgaben – von Nächtigungstaxe bis Interessentenbeitrag** – keine Unterschiede zwischen Beherbergern mit unterschiedlichen Kommunikations- bzw. Geschäftsmodellen. Verwaltungsübertretungen werden mit einer Geldstrafe geahndet.

Weitere Informationen
zu diesem Thema sind auf der Homepage des Landes Niederösterreich unter www.noel.gv.at/wirtschaft abrufbar. Der gesamte Text der Gesetzesnovelle, die noch weitere neue Bestimmungen enthält – z. B. zur Nutzerfunktion des Interessentenbeitrags –, ist über das Rechtsinformationssystem des Bundeskanzleramts www.ris.bka.gv.at einzusehen.

AUS DER ECOPLUS

Förder-Call Demografie

Der demografische Wandel hat große Auswirkungen auf alle Lebensbereiche – auch auf den Tourismus. Die zu erwartenden Veränderungen in Geschäftschancen umzuwandeln, ist Ziel des Förder-Calls „Tourismus und demografischer Wandel“, den ecoplus, die Wirtschaftsagentur des Landes Niederösterreich, ins Leben gerufen hat. Niederösterreichs Tourismusbetriebe entwickelten dazu Ideen und reichten diese zum Förder-Call ein. Eine Fachjury kürte nun die zwölf Siegerprojekte.

Die Tourismusbetriebe orientierten sich bei ihren Einreichungen an fünf definierten Zielgruppen: ältere Menschen, Familien mit Kindern, die Gruppe der circa 16- bis 30-Jährigen, Menschen mit internationalem Hintergrund und Menschen mit Behinderungen. Anhand dieser Gruppen haben die zwölf siegreichen Bewerber Maßnahmen ausgearbeitet, die zur Steigerung der Qualität, zu mehr Serviceorientierung und Kundenzufriedenheit, zu längerer Aufenthaltsdauer und letztlich zu mehr Besuchern sowie höheren Umsätzen bei den Ausflugszielen führen sollen. „Für die niederösterreichischen Ausflugs- und Urlaubsdestinationen bie-

tet der demografische Wandel eine Vielzahl an Wachstumschancen. Damit sie diese Chancen ergreifen können, unterstützen wir diesen Förder-Call und haben ihn mit einer Million Euro aus Mitteln der ecoplus Regionalförderung dotiert“, erklärt Wirtschafts- und Tourismuslandesrätin Petra Bohuslav zur Intention des Ideenwettbewerbs.

Die Siegerprojekte

- Das Loisium (Langenlois) plant Investitionen in die Barrierefreiheit und zusätzliche Kinderangebote in der Gastronomie.
- Stift Altenburg will sein Angebot auf Mehrsprachigkeit ausrichten und neue Vermittlungsangebote für Kinder und Familien schaffen.
- Stift Göttweig plant, seinen Web-Auftritt zu überarbeiten und die Stiftsanlage in weiten Bereichen barrierefrei zu gestalten.
- Die Kittenberger Erlebnispark (Schiltern) wollen den Eintrittsbereich barrierefrei gestalten und spezielle Kinderprogramme anbieten.
- Das MAMUZ Museum (Mistelbach) plant eine Museums-App als begleitendes Hilfsmittel für die Besucher-Rundgänge.
- Der Naturpark Ötscher Tormauer fokussiert sich auf Kinder- und Jugend-Angebote und plant den Ausbau des Hüttendorfs.

- Die Perlmutter-Manufaktur Felling wird ihr Angebot auf die Bedürfnisse der neuen Zielgruppen ausrichten.
- Das Krahuletz-Museum (Eggenburg) arbeitet an einem neuen Web-Auftritt und der Erweiterung kindgerechter Inhalte.
- Stift Seitenstetten will eine Gartenakademie für Schulklassen und Jugendgruppen schaffen und das Infosystem neu gestalten.
- Der Museumsverein Ostarrichi (Neuhofen/Ybbs) will die „7 Schritte durch die Geschichte Österreichs“ mehrsprachig ausbauen und arbeitet am Kulturvermittlungsangebot für Jugendliche.
- Im Mohndorf Armschlag setzt man auf neue barrierefreie Vermittlungsangebote und die Erweiterung des Mohnlehrpfades.
- Die Steinschaler Naturhotels (Rabenstein/Pielach) planen die Errichtung einer Garten-Schauküche und eines barrierefreien Rundwegs sowie zielgruppenspezifische Packages.

Diese Projekte werden nun weiter präzisiert: „Derzeit finden die Erstgespräche mit den Projektträgern statt“, erklärt ecoplus-Geschäftsführer Helmut Miernicki den weiteren Verlauf des Förder-Calls, „danach werden die Detail-Unterlagen aufbereitet und eingereicht. Im Herbst könnten die Förderbeschlüsse in den Gremien der ecoplus gefasst werden und danach werden sie der Landesregierung zur Beschlussfassung vorgelegt.“

Aus den Destinationen

Es tut sich was im niederösterreichischen Tourismus – in allen Regionen und vor allem im Themenkreis von Produktentwicklung bis Marketing.

WIENER ALPEN IN NIEDERÖSTERREICH

Haubenküche genießen beim Hüttenwirt

Ein Erfolgsprogramm wird fortgesetzt. Nach dem 10. Juli kochen auch am 4. September zwei Meister ihres Fachs gemeinsam im Karl-Ludwig-Haus auf der Rax: Uwe Machreich, mehrfach ausgezeichnete Gourmetkoch vom Restaurant Triad in der Buckligen Welt, und Gerold Hubmer, Hüttenwirt und Experte fürs Kochen am Holzofen. Doch bevor in der behaglichen Gaststube auf dem Karl-Ludwig-Haus der „Gruß aus der Küche“ lockt, gilt es, die Raxalpe zu erklimmen. Auf dem landschaftlich eindrucksvollen Weg vom Preiner Gscheid führt die begleitete Wanderung in rund 2,5 Stunden zum Karl-Ludwig-Haus, Österreichs einziger vollzertifizierter Bio-Hütte. Dieses steht mitten in der Bergeinsamkeit der Rax, auf 1800 Metern Höhe, mit bester Aussicht auf Bergwiesen und Felswände. Während die genussfreudigen Wanderer sich dem Karl-Ludwig-Haus nähern, sind Haubenkoch Uwe Machreich und Hüttenwirt Gerold Hubmer eifrig in der Küche am Werk und bereiten das sechsgängige Menü zu. Selbstverständlich werden auch hier nur Köstlichkeiten von bio-zertifizierten Produzenten verarbeitet. Im Package inkludiert sind die Übernachtung im Karl-Ludwig-Haus und das Bio-Frühstück auf der Hütte. Wer sich am Zauber der Rax länger erfreuen will, verlängert einfach seinen Aufenthalt im Karl-Ludwig-Haus.

Weitere Informationen: Wiener Alpen in Niederösterreich Tourismus GmbH, Schlossstraße 1, 2801 Katzelsdorf, T: 02622/789 60, incoming@wieneralpen.at, www.wieneralpen.at/holzofen



GERLEBT.AT / MARTIN MOSER

DONAU

Kreuzfahrten auf der Donau

Eine kürzlich veröffentlichte Studie gewährt Einblicke in den europäischen Kabinenschiffahrtmarkt auf der Donau im Streckenabschnitt zwischen Regensburg und Wien. Im Rahmen der Studie wurde sowohl eine Expertenbefragung als auch eine Gästebefragung durchgeführt. Bei Letzterer wurden 1350 Gäste auf Kreuzfahrtschiffen im Donaunraum befragt. Die Befragung wurde in der Sommersaison 2016 von Anfang Mai bis Ende Oktober durchgeführt, in dem Zeitraum, in dem 90 Prozent aller Kreuzfahrten an der Donau stattfinden. Das Ergebnis ist eindeutig: Donau-Kreuzfahrten generieren eine hohe Wertschöpfung. Als Basis für die Berechnung wurden bei der Studie die Zusatzausgaben der Passagiere, gebuchte Ausflugspakete, Gebühren, Übernachtungen, Transferkosten und der Zukauf von Produkten herangezogen. Insgesamt wurde so von Mai bis Oktober 2016 eine Gesamtwertschöpfung der Flusskreuzfahrten im Donaunraum zwischen Regensburg und Wien von 110,7 Mio. Euro berechnet. Davon entfallen 21,7 Mio. auf Niederösterreich und damit fast doppelt so viel wie auf Oberösterreich. Die von den Passagieren gebuchten Ausflugspakete tragen mit einem Anteil von 46% am stärksten zur Gesamtwertschöpfung bei.

Weitere Infos: Mag. Jutta Mucha-Zachar, Donau Niederösterreich Tourismus GmbH, Schlossgasse 3, 3620 Spitz, T: 02713/300 60-24, jutta.mucha-zachar@donau.com



Kreuzfahrtsstation Melk.

WWW.EXTRAFOTOS.COM

WEINVIERTEL

Auszeit nehmen am Jakobsweg

Eine Reise zu sich selbst in Form einer Pilgerwanderung erfordert nicht zwangsläufig eine Reise nach Santiago de Compostela oder eine mehrwöchige Pilgerwanderung. Auch im niederösterreichischen Weinviertel bietet der Jakobsweg Weinviertel eine 153 km bestens beschilderte Pilgerstrecke und damit die Gelegenheit, eine Auszeit vom Alltag zu nehmen. Der Weg erstreckt sich von Drasenhofen an der Grenze zu Tschechien bis Krems. Die gesamte Strecke lässt sich in einer etwa sechstägigen Tour gut bewältigen, einzelne Etappen oder Teilstücke eignen sich aber auch ideal für kürzere Touren. Neben konventionellen Angeboten für individuelle Pilgerwanderungen (Nächtigungen sowie Gepäcktransport) setzt die Weinviertel Tourismus GmbH auch auf Pilgerneulinge: Für alle, die das Pilgern einfach einmal ausprobieren möchten, ist eine gemeinsame Pilgertour mit einem zertifizierten Pilgerbegleiter genau das Richtige. Eine Tagestour oder eine zweitägige Pilgerwanderung sind hierfür ideal.

Weitere Infos: T: 02552/3515, www.weinviertel.at/jakobsweg, www.jakobsweg-weinviertel.at

Unterwegs auf dem Jakobsweg Weinviertel: Den Alltag wandernd hinter sich lassen. Im Bild zu sehen ist der Michelberg.



WUERNIG

WALDVIERTEL

Wandern auf ECHTdeckungsrouen

Zahlreiche begeisterte Gäste haben bereits die Niederösterreichische Landesausstellung 2017 auf Schloss Pöggstall besucht und das Südliche Waldviertel für sich entdeckt. Um Land und Leute näher kennenzulernen, begibt man sich am besten auf eine ausgiebige Wandschaft. Mit der Eröffnung der ECHTdeckungsrouen Anfang Juni 2017 wurde das Angebot für Pilger, Wander- und Naturfreunde um zwei Weitwanderwege bereichert, und mit der neuen Sitz-Skulptur „Schwemmen“ sowie den „Waldviertelbankerln“ finden auch Kunst und Kultur Einzug in die traumhafte Landschaft.

Auf den beiden ECHTdeckungsrouen „Ysper-Weidental Rundwanderweg“ und „Kremstalweg“ im Südlichen Waldviertel entdecken wanderaffine Gäste auf insgesamt 263 Kilometern schrittweise die Kombination aus fesselnden Naturerlebnissen, Kulturgütern und kulinarischem Angebot. Beim Edlesberger See in der Gemeinde Martinsberg kreuzen sich diese zwei Weitwanderwege, die als verbindendes Element der Niederösterreichischen Landesausstellungsregion dienen.

Weitere Informationen: Waldviertel Tourismus, 3910 Zwettl, Sparkassenplatz 1/2/2, T: 0800/241 045, info@noe-landesaussstellung.at, www.waldviertel.at/landesaussstellung2017, www.alleswasrecht.at



Das Südliche Waldviertel lässt sich auf neuen Routen wandernd und geruhsam erkunden.

WALDVIERTEL.TOURISMUS...WWW.ISHOOTPEOPLE.AT

MOSTVIERTEL

Genussradeln am Ybbstalradweg

Gäste und Einheimische freuen sich schon lange auf die offizielle Eröffnung des Ybbstalradweges. Kaum Steigungen, keine Autos, dafür eine großzügige Breite von 2,5 Metern und durchgängige Geländer machen das 55 km lange Herzstück zwischen Waidhofen an der Ybbs und Lunz am See zum idealen



Zur guten Rast am Ybbstalradweg.

Rad-Ausflugsziel. Auf den neu gestalteten Rast- und Ruheplätzen lässt es sich bequem Kraft tanken und im glasklaren Wasser Erfrischung finden. Zahlreiche imposante Naturschauspiele am Weg bieten Abwechslung – da wartet das Ofenloch, eine Schlucht, die sich nur mit dem Rad entdecken lässt. Oder auch malerische Rundbogenbrücken und ein Tunnel. Dazu kommen verlockende Badeplätze, denen man an heißen Tagen kaum widerstehen kann. Insgesamt misst der Ybbstalradweg von Ybbs bis Lunz 107 Kilometer. Wer seinem Weg folgt, erlebt die gesamte Vielfalt des Mostviertels.

Weitere Infos: Mostviertel Tourismus, Töpperschloss Neubruck 2/10, 3283 Scheibbs, T: 07482/204 44, info@mostviertel.at, www.mostviertel.at; www.ybbstalradweg.at

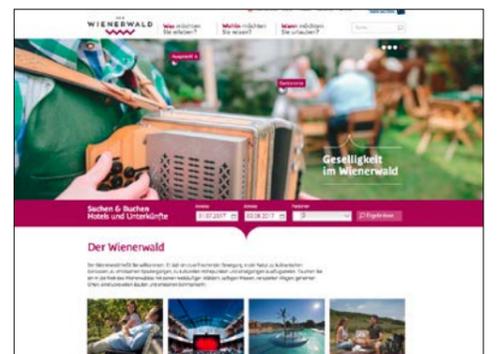
MOSTVIERTEL.TOURISMUS...WWW.VIEWIRTSCHAFT.AT

WIENERWALD

Schwungvoll im Internet unterwegs

Die Region Wienerwald hat ihren Auftritt im Web in Hochform gebracht und mit dem Launch der neuen Website fünf Gemeinden in das Web System Niederösterreich implementiert. Auf Anbieterseite profitieren vor allem Kleinbetriebe im Beherbergungs- und Gastronomiebereich sowie Gemeinden von der neuen Internetpräsenz, über die sich die Kommunikation mit Gästen intensivieren lässt. Erstere haben nun die Möglichkeit, mit einer Seite auf der Homepage der Wienerwald Tourismus GmbH kostenlos vertreten zu sein. Dazu können Reise-willige über die offizielle Website www.wienerwald.info ihre Unterkunft buchen, was für die Beherbergungs-betriebe – im Gegensatz zu anderen Buchungsplattformen – provisionsfrei abgewickelt wird. Auch Gemeinden sind aufgerufen, sich an der Netzwerkinitiative mit einem Widget zu beteiligen, auf dem alle örtlichen Beherbergungsbetriebe mit einem Klick ersichtlich werden. Die großen Tourismusgemeinden Baden, Bad Vöslau, Vösendorf, Klosterneuburg und Gumpoldskirchen haben den neuen Auftritt mit umgesetzt.

Weitere Informationen: erhalten Sie bei Wienerwald Tourismus GmbH, Hauptplatz 11, 3002 Purkersdorf, T: 02231/621 76, office@wienerwald.info, www.wienerwald.info



Blühende Gartenideen

Beachtliches Wachstum zeigen die Gärten Niederösterreichs – nämlich Zuwachs an tollen Ideen und Initiativen, die auch über die Grenzen Niederösterreichs hinausreichen.



DIE GÄRTEN NIEDERÖSTERREICHS

Nun auch grenzüberschreitend: Die Gärten Niederösterreichs kooperieren im Rahmen eines Interreg-Projekts mit Südmähren und damit auch mit dem Französischen Garten in Lednice.

Niederösterreich pflegt seit einigen Jahren eine enge touristische Zusammenarbeit mit der tschechischen Nachbarregion Südmähren. Nun wurde im Rahmen des EU-Programms „INTERREG V-A Österreich – Tschechische Republik“ eine neue Initiative hinzugefügt: Bis Mitte 2019 soll in einer Partnerschaft zwischen den „Gärten Niederösterreichs“ und den Partnern in Südmähren und der IMC Fachhochschule Krems das touristische Wertschöpfungspotenzial der Grünanlagen noch besser genutzt werden. Dazu beitragen können Niederösterreich und Südmähren

sehr viel, denn mit rund 130 Natur- und Schaugärten ist Niederösterreich ein wahres Gartenland, und in Südmähren befinden sich hervorragende Gartensehenswürdigkeiten, wie z. B. die Gärten im Weltkulturerbe Valtice und Lednice.

Mit Unterstützung der Niederösterreich-Werbung wird das ungenützte Natur- und Kulturerbe touristisch aufgewertet und die Gemeinsamkeiten und Besonderheiten der Gärten beider Länder werden ins Rampenlicht gerückt. Unterstützt wird dieses EU-Projekt von der IMC Fachhochschule Krems, die wis-

senschaftliche Studien zwecks Ermittlung fehlender Informationen zu den Bedürfnissen der Gartenbesucher durchführt.

Die Ergebnisse dieser Studien werden in einem Handbuch mit Qualitätskriterien für die Inwertsetzung von Grünräumen aufbereitet und als Basis für die weitere Produktentwicklung verwendet. Mit dem Ziel: die Erlebnisqualität der Parks und Gärten in Niederösterreich und Südmähren zu steigern. Die Erkenntnisse der Studien und die Synergien der Zusammenarbeit können vielfältig genutzt und sichtbar werden, zum Beispiel in Form von Pop-up-Gärten, die während des Projektzeitraums an geeigneten Orten aus dem Boden sprießen sollen.

In Tulln 2018: Große Gartenkunst

Kreativität soll in Zukunft auch im regulären Programm der Gärten Niederösterreichs das Wachstum fördern, also noch mehr Besucher in die Gärten ziehen. Schwerpunktartig wird das von Mai bis September 2018 in Tulln zu erleben sein. Unter dem Titel „Green Art“ wird die Gartenstadt Tulln ein umfangreiches Programm mit viel Natur, Kultur und Kulinarik bieten, wobei zahlreiche Gartenkünstler unter Beweis stellen werden, wie faszinierend gestaltete Natur sein kann.



Das Sujet für den Gartensommerschwerpunkt des nächsten Jahres.

Weitere Informationen

Alles über die Gärten Niederösterreichs erfahren Sie unter www.diegaerten.at Für Informationen über das touristische Südmähren besuchen Sie www.ccrjm.cz

IN KÜRZE

Große Gefühle ...

werden mit dem neuen Wording in der Kommunikation für Niederösterreichs touristische Attraktionen ausgelöst. „Groß“ ist das Schlüsselwort, mit dem hauptsächlich Angebote aus den Bereichen Genuss und Aktiv erworben werden.



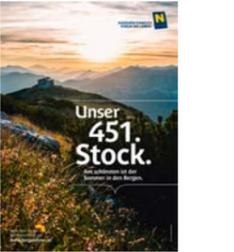
Großer Sport & Spaß ...

erwartet Mountainbiker auf drei neuen Wexl Trails – österreichweit einzigartige Strecken, die von Mountainbikern für Mountainbiker entwickelt wurden. Spaß finden Familien am Schaukelweg in Mönichkirchen, wo nun auch Sonnenbahn, Roller- und Mountaincartbahn die Erlebnisalm Mönichkirchen zu einem idealen Sommer-Ausflugsziel für Familien machen.



Große Freude ...

herrschte bei den Niederösterreich-Werbern anlässlich der Verleihung des ADGAR, der als einer der wichtigsten Werbepreise Österreichs gilt. Das Printsujet aus der Bergsommer-Kampagne 2016, „Unser 451. Stock“, landete auf dem ersten Platz in der Kategorie Dienstleistungen.



Großartigen Zuwachs ...

kann das Convention Bureau Niederösterreich vermelden: Mit dem Hotel Schlosspark Mauerbach, Schloss Thalheim und dem Schloss Rothschild in Waidhofen an der Ybbs sind drei weitere starke Partner hinzugekommen. Das Portfolio des Convention Bureau umfasst nun 44 Spezialisten für Veranstaltungen, und die Expertinnen des Convention Bureau wissen, welche davon perfekt auf den gefragten Veranstaltungstyp passen.



PERSONALIA



Sandra Bräuer

ist neu bei Waldviertel Tourismus. Sie kümmert sich um die Agenten Rad und Wandern, ist im Bereich Projektmanagement tätig und zu den Themen ARGE Jugendtourismus im Waldviertel und Messeorganisation die Ansprechperson.



Verena Schindler, MA

ist ebenfalls neu im Team des Waldviertels. Seit Herbst 2016 betreut sie die Initiative Handwerk und Manufaktur im Waldviertel und wirkt immer wieder an diversen Marketingaktivitäten mit.



Anita Schulte

ist aus der Karenz zurück und betreut nun die Initiative „Waldviertel – ganz mein Geschmack!“. Sie vertritt somit Elisabeth Hiess, die seit Juni in Karenz ist.



Elisabeth Schmid

ist ebenfalls zurück aus der Karenz und bei Waldviertel Tourismus unter anderem in der Gästebetreuung tätig. Der wesentliche Teil ihrer Arbeit besteht im Werbemittelversand und der Hauptlagerverwaltung. Diese Aufgaben

hat sie gemeinsam mit einer Kollegin übernommen, nachdem die langjährige Mitarbeiterin Gabi Scheidl ihren Ruhestand angetreten hat.



Katrin Zeleny

hat in ihrem letzten Studienjahr im Bereich Journalismus als Praktikantin bei den Wiener Alpen zu arbeiten

begonnen. Seit ihrem Fachhochschulabschluss im Juni 2017 unterstützt sie die Organisation nun intensiver im Content Management und in der Produktion. So gehören vor allem die Pflege des umfangreichen Fotoarchivs und der Umgang mit internen Datenbanken zu ihren Aufgaben.



Jennifer Kraus

ist seit Juni für das Incoming der Weinviertel Tourismus GmbH zuständig. Zuletzt war sie als Filialleitung bei der Verkehrsbüro Ruefa Reisen GmbH tätig. Wegen ihrer Liebe zur Region hat sie sich dazu entschieden, sich auch beruflich dem Weinviertel zu widmen.



Mag. (FH) Andrea Buxbaumer

ist neu im Team der Wienerwald Tourismus GmbH. Sie absolvierte die Fachhochschule für Tourismus-Management in Wien, war in der

Verbandstouristik des ÖAMTC im Produktmanagement, danach in der 4- und 5-Sterne-Hotellerie im Bereich Sales und Reservierung und später langjährig im Stift Klosterneuburg als Veranstaltungsmanagerin tätig. Seit April ist sie für Partnerbetreuung und Produktentwicklung des Wienerwald Tourismus zuständig.



Dominik Hiller

verstärkt seit 1. März als Projektleiter für das Thema Rad das Team der Weinviertel Tourismus GmbH. Die letzte berufliche Station des Weinviertler Hobbywinzers war die Hochschule des Stifts Heiligenkreuz.



Christina Beke

ist ebenfalls neu im Team von Mostviertel Tourismus und seit März in der Abteilung Incoming für Individualreisen zuständig. Seit 2014 studiert Frau Beke berufsbegleitend an der FH Wieselburg Produktmarketing und Projektmanagement. Neben ihrem Studium war sie bereits bei Berglandmilch eGen und Austria Juice GmbH tätig.



Christina Schrittwieser, B.A.

ist seit Jänner bei Mostviertel Tourismus in der Incoming-Abteilung für das

Buchungssystem Tomas zuständig. Sie absolvierte die Höhere Lehranstalt für wirtschaftliche Berufe in Amstetten und machte anschließend den Bachelor an der Fachhochschule Wiener Neustadt Campus Wieselburg für Produktmarketing und Projektmanagement. Derzeit befindet sie sich im berufsbegleitenden Masterstudium für Vertriebspsychologie und Marketing an der Fachhochschule Wiener Neustadt.



Irina Kaufmann

ist seit Juli 2017 bei Mostviertel Tourismus in der Abteilung Incoming für Individualreisen beschäftigt. Davor absolvierte sie die Tourismusschule in St. Pölten und arbeitete anschließend in der Gastronomie als Servicekraft und Rezeptionistin. 2016 war Frau Kaufmann als Reiseberaterin bei Raiffeisen Reisen tätig.



Mag. Andrea Greiner

verstärkt seit Juni das Team im Regionalbüro Römerland Carnuntum-Marchfeld und ist als Verkaufsrepräsentantin für das Marchfelder Schloßreich & Römerstadt Carnuntum tätig. Die Absolventin der HLF Krems sammelte erste touristische Erfahrungen im ANA Grand Hotel in Wien. Nach dem Studium an der Universität Wien und der Universität Barcelona folgten berufliche Stationen im

Kultur- und Bildungsbereich im In- und Ausland.



Mag. (FH) Sandra Simeonidis-Huber, M.E.S.,

leitet in der Niederösterreich-Werbung seit Jänner das neu gegründete Team Content & Redaktion. Davor war sie unter anderem als Coach für Marketing und Medien und als stellvertretende Marketingleiterin beim Standard tätig.



Tina Fuchsberger, BA

hat in der Niederösterreich-Werbung im März im Bereich Unternehmenskommunikation und Presse die Karenzvertretung von Corinna Brückner übernommen. Tina Fuchsberger studierte berufsbegleitend Information, Medien und Kommunikation an der FH Burgenland.



Mag. (FH) Christoph Henneis, MBA,

hat im Juni bei der Niederösterreich-Werbung die Nachfolge von Stefan Grubhofer angetreten, der sich nach mehr als 10 Jahren bei der Niederösterreich-Werbung beruflich neu orientiert. Christoph Henneis war zuvor unter anderem beim ORF Niederösterreich als Werbeleiter und bei der AMI Pro beschäftigt.

INSPIRATION
150 JAHRE
POETRY
STILTRADITION
VIELFALT INNOVATION
QUALITÄT

JuliusMeinKaffee
www.meinlkaffee.at

Inspiriert Poeten seit 1862. **Julius Meinl**

Einer für alles.

KASTNER

„Gastronomiekompetenz durch 60.000 Artikel, Fachsortimente und persönliche Beratung auf höchstem Niveau.“
Christof Kastner
www.kastner.at

MUMAC ACADEMY
ACCADEMIA DELLA MACCHINA PER CAFFÈ
MAILAND • KREMS • LONDON

WO KAFFEE GELEBT UND GELEHRT WIRD!
JUDENGASSE 6 • 3500 KREMS

Ein Fest für die Wirte

57 Wirtshauskultur-Wirte wurden für 2017 mit dem Titel des Top-Wirts ausgezeichnet. Was wieder zeigt, dass in Niederösterreich regionstypische Gastlichkeit auf höchstem Niveau geboten wird.

Eine gemeinsame Idee, Kooperationsfreudigkeit, aber auch gesunder Sportsgeist zeichnen die Wirte der Niederösterreichischen Wirtshauskultur aus. Und so stellten sie sich zum

19. Mal dem Wettbewerb zur Verleihung der Top-Wirte-Titel. Nicht weniger als 57 Wirtshauskultur-Wirte und -Wirtinnen durften sich nach anonymen Tests durch ausgewie-



Können sich über den Titel „Top-Wirt des Jahres 2017“ freuen: Gastgeber Johann und Sylvia Puchegger und Sohn Christoph, der die Küche des Puchegger-Wirts in Winzendorf leitet.

sene Genussexperten über die Zuerkennung der Auszeichnung „Top-Wirt 2017“ freuen. Traditionellerweise geschah das im Rahmen eines „Fests für die Wirte“, an dem in der Reitschule Schloss Grafenegg rund 500 Gäste teilnahmen.

Wie es die Regeln vorsehen, wurden auch heuer wieder drei Betriebe besonders hervorgehoben. Mit dem Puchegger-Wirt in Winzendorf kommt der „**Top-Wirt des Jahres 2017**“ (der in diesem Jahr am besten bewertete der Top-Wirte-Gemeinschaft) aus den Wiener Alpen in Niederösterreich. Seit dem Gründungsjahr 1896 steht das Wirtshaus für regionsbezogene Küche mit viel Liebe zum Detail. Mittlerweile wird dieser Genusstreffpunkt in fünfter Generation geführt.

Über den Titel „**Einsteiger des Jahres 2017**“ darf sich Familie Hueber vom Gasthof Hueber in St. Georgen an der Leys freuen. Ein Wirtshaus, das sich zu einem Ort der Begegnung entwickelt hat. Regionalität wird hier besonders ernst genommen, denn vom Rindfleisch und Fisch bis zum Wein kommt alles aus der unmittelbaren Wirtshausumgebung.

Jahr für Jahr enorm gesteigert haben Ferry und Gabi Heinz vom Gasthaus Trefflingtalerhaus in Puchenstuben die Leistungen für ihre Gäste – was mit dem Titel „**Aufsteiger des Jahres 2017**“ belohnt wurde. Das Wirtshaus befindet sich seit mehreren Generationen in Familienbesitz, steht für besonders authentische Küche und verwendet auch Produkte aus der eigenen Landwirtschaft. ◀

Weitere Informationen
www.wirtshauskultur.at
www.trefflingtalerhaus.at
www.gasthof-hueber.at
www.puchegger.at



Wirtshaus macht Schule

Den Nachwuchs fördern und den Gästen in Niederösterreich auch in Zukunft hervorragende Küche bieten – das ist das Ziel einer neuen Aktion, in der Wirtshauskultur, Wirtschaftskammer und Land zusammenarbeiten.

Bei der Unterstützung junger Talente setzt der Verein der Niederösterreichischen Wirtshauskultur auf eine Vielzahl an Aus- und Weiterbildungsmaßnahmen. Mit der neuen Initiative „Schule macht Wirtshaus! – Wirtshaus macht Schule!“ wird das Ziel verfolgt, den Nachwuchs der heimischen Tourismusschulen zu fördern, diesen Einblicke in den Alltag der Gastronomie zu ermöglichen und die Zusammenarbeit mit den Schulen zu forcieren.

Damit startet die Wirtshauskultur ein Projekt, das es in dieser Form noch nicht gegeben hat. Unterstützt wird sie dabei von der Wirtschaftskammer Niederösterreich die – so Mario Pulker, Spartenobmann der Touris-

mus- und Freizeitwirtschaft in der Wirtschaftskammer – „eine engere Zusammenarbeit zwischen Betrieben, Wirtschaftstreibenden und Schulen in jeder Hinsicht wünschenswert und nützlich“ findet. Nicht zuletzt, weil die Schüler vom verstärkten Praxisbezug profitieren, indem sie erfahren, was bei der Ausübung des Berufs für sie und die Betriebe besonders wichtig sein wird.

Gestartet wurde die Aktion im Retzbacherhof in Retz, weitere Einblicke konnten die Schüler bereits beim Beringer in Mank, im Triad in Krumbach und bei Toni Mörwald gewinnen.

Infos unter www.wirtshauskultur.at



Christoph Madl (Niederösterreich-Werbung), Mario Pulker (WKNÖ), Wirtshauskultur-Obmann Harald Pollak und Landesrätin Petra Bohuslav bringen in Pollaks Retzbacherhof die Schulaktion auf den Weg.

NEWS AUS DER NIEDERÖSTERREICHISCHEN WIRTSCHAUSKULTUR

Neue E-Tankstellen

Die Kombination von gutem Essen und Strom ist sinnvoll. Das haben auch zahlreiche Wirte der Wirtshauskultur Niederösterreich erkannt und bieten neben kulinarischen Genüssen jetzt auch Ladestationen für Elektroautos an. Bisher wurde ein gutes Dutzend Ladestationen an Wirtshäusern in Niederösterreich installiert, und zahlreiche Gespräche laufen noch. Im Sinne der Nachhaltigkeit können bei E-Tankstellen-Wirtshäusern die Gäste während ihrer kulinarischen Stärkung das E-Fahrzeug mit Energie aufladen.



Auch der Landgasthof Buchinger in Harmannsdorf setzt bereits auf E-Mobilität.

Das ist nicht nur ein guter Service für die Gäste und entspricht der umweltschonenden Wirtshauskultur-Philosophie, E-Tankstellen bringen auch neue Gäste ins Haus. E-Mobilisten wählen ihre Destinationen auch nach der Verfügbarkeit von E-Tankstellen, was für sie Wirtshäuser mit der Gelegenheit zum genussvollen Aufladen besonders attraktiv macht.

Die EVN unterstützt Wirte mit umfassendem Know-how von der Errichtung der Zapfstellen bis zur Bereitstellung von Apps und der Implementierung von Bezahlmöglichkeiten.

Infos: www.wirtshauskultur.at/genussvolles-aufladen

Neue Mitgliedsbetriebe

Die Wirtshauskultur freut sich über die Verstärkung durch Gastronomen mit großem Gespür für die niederösterreichische Genussskultur:

– Auszeit Gastern, Hauptstraße 2/3, 3852 Gastern, www.auszeit-gastern.at

- Wirtshaus Alte Schiffstation, Rossatzbach 21, 3602 Rossatzbach, www.alteschiffstation.com
- Gasthaus Zum Alten Zollhaus, Bahnhofplatz 2, 2100 Korneuburg, www.zumaltenzollhaus.at
- Gasthof Haselberger „Zum Alten Richter“, Donaustraße 70, 3671 Marbach, www.gh-haselberger.at

Neue Wirtshaus-Zeitung

Neu aufgelegt wurde die Wirtshaus-Zeitung. Zu lesen ist sie in den Wirtshauskultur-Wirtshäusern Niederösterreichs, per kostenlosem Abo kann man das Blatt aber auch ins eigene Haus kommen lassen. Was drinsteht? Viel über die authentisch niederösterreichische Genusswelt und zahlreiche Tipps, wie Gäste in Niederösterreich ihre Zeit kulinarisch vergolden können.

Für Abo-Bestellungen: www.wirtshauskultur.at im Internet besuchen.

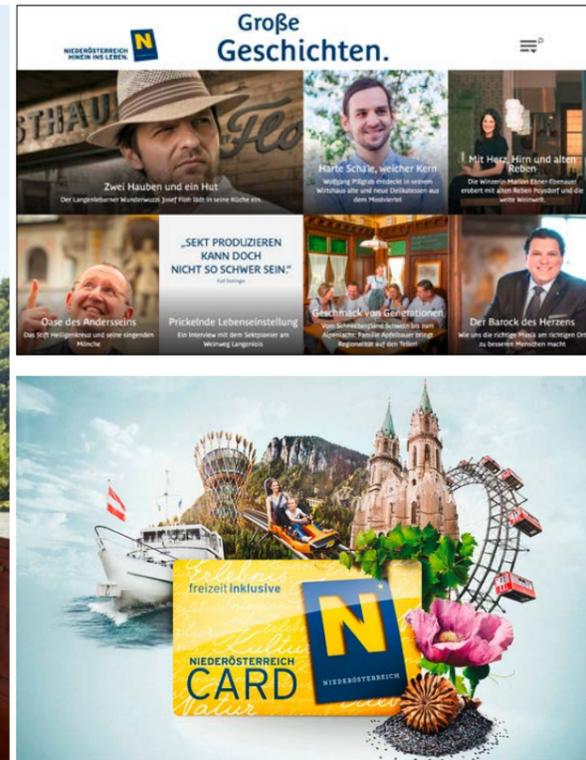


Tourismus 4.0 – digital abheben

Symposien, die elektronische Aufrüstung der Niederösterreich-CARD und eine 360°-Grad-Content-Strategie bringen die Digitalisierung der niederösterreichischen Tourismuswirtschaft voran. Diesen Sommer sorgt eine virale Video-Kampagne für Gesprächsstoff um das Urlaubs- und Ausflugsland Niederösterreich.



Peter, der Weltreisende, hat in Niederösterreich eine feine Zeit, was in zahlreichen Kurzvideos dokumentiert wird. Hier ist das sympathische Testimonial in der Wachau unterwegs und animiert die Betrachter des Videos zu erlebnisreichen Urlaubstagen und Ausflügen. Begleitend dazu macht ein E-Magazin Appetit auf schöne Tage in Niederösterreich. Die Niederösterreich-CARD ist ab der Saison 2018/2019 digital.



Die Digitalisierung verändert ganz wesentlich die Informations- und Kaufprozesse der Menschen. Auch im Tourismus. Und gerade im Tourismus sind die Ansprüche an den digitalen Service der Anbieter und Informationsquellen besonders hoch. Damit hat die digitale Transformation Auswirkung auf alle Tourismusbetriebe. Landesrätin Petra Bohuslav hat dazu eine klare Position: „Es ist wichtig, dass Tourismus 4.0 und Digitalisierung nicht nur als großer Fortschritt in den Kommunikationsmöglichkeiten angesehen und gepriesen werden. Digitalisierung muss auch gelebt werden.“

Die Touristiker sind also gefordert, ein tiefgreifendes Verständnis für ihre Zielgruppen und deren Entscheidungsprozesse im digitalen Zeitalter zu entwickeln und sicherzustellen, dass potenzielle und tatsächliche Gäste auf digitalem Weg erreicht und betreut werden können.

Fitness im digitalen Bereich bedeutet freilich nicht, dass traditioneller Service vernachlässigt werden darf. Die Begegnungsqualität von Gästen mit den Gastgebern ist nach wie vor wichtig. Ebenso sind freundliche Aufnahme und herzliche Betreuung der Gäste auch im modernen Tourismus Schlüsselfaktoren zum Erfolg, denn gerade im Urlaubs- und Ausflugstourismus wünschen viele Gäste, in eine Gegenwelt zu ihrem digitalen Alltag einzutauchen.

Daraus ergeben sich für die Tourismuswirtschaft Niederösterreichs wesentliche Herausforderungen, nämlich

- die Gäste in ihrer eigenen Kommunikationswelt zu erreichen – von den klassischen bis zu den Sozialen Medien;
- Gästen Tools anzubieten, die bei der Planung und Buchung von Ausflug und Urlaub zeitgemäßen Komfort bieten;
- Gäste vor Ort stets mit aktuellen Informationen und Tipps zu versorgen;
- die Vorteile und Nutzen der Digitalisierung für Gäste und Gastgeber klar zu kommunizieren.

Digital-Symposium Ende November

Die Niederösterreich-Werbung und die Destinationen beschäftigen sich seit Jahren intensiv mit dem Einsatz der Online-Kommunikation, des digitalen Marketings sowie der Nut-

zung sozialer Netzwerke. Zahlen zeigen, dass diese Bemühungen erfolgreich sind: Die Facebook-Community der Niederösterreich-Werbung hat beispielsweise über 84.000 Fans an sich gezogen, auf Twitter sind über 1000 Follower registriert und der Instagram-Channel der Niederösterreich-Werbung hat rund 4000 Abonnenten.

Um den Transformationsprozess in die umfassende Digitalisierung weiter voranzutreiben, sind eine Reihe von Maßnahmen, Events und Tools geplant bzw. bereits umgesetzt. So steht – als Folgeveranstaltung des Kick-off-Branchensymposiums „Tourismus 4.0“ im letzten Jahr – am 29. November 2017 am IMC Krems ein weiteres Symposium auf dem Programm. Die Schwerpunkte werden dabei auf den Bereichen „Künstliche Intelligenz“ und „Datenschnittstellen“ liegen, zwei hochbrisanten Themen, die unter anderem durch eine neue Datenschutzrichtlinie aktualisiert werden.

Niederösterreich-CARD wird smart

In den Startblöcken steht auch bereits die Digitalisierung der Niederösterreich-CARD. Mit mehr als 185.000 Käufern (Saison 2016/2017) zählt die CARD zu den großen Erfolgsprojekten im Tourismusmarketing und ist die verkaufstärkste Ausflugskarte Österreichs.

Mit der Digitalisierung wird den spektakulären Zuwachsraten im Mobile Commerce Rechnung getragen. Vor allem im Hinblick auf Inspiration und Recherche nutzen immer mehr Menschen ihre mobilen Geräte, mit der Digitalisierung wird die CARD noch nützlicher und reizvoller für die Inhaber und effektiver für die Tourismuswirtschaft. Die Vorteile der Digitalisierung liegen vor allem in

- einer schnelleren Kartenausgabe;
- der technischen Möglichkeit zur individuellen Betreuung der CARD-Inhaber, indem über die App Umkreis-Informationen gegeben werden, z. B., welche Ausflugsziele und Wirtshauskultur-Betriebe sich in der Umgebung des aktuellen Standorts befinden;
- der Implementierung von Empfehlungs- und Bewertungstools, über die wertvolle Erkenntnisse über die Interessen und Bedürfnisse der Kunden gesammelt werden können.

Die smarte Niederösterreich-CARD wird in der Saison 2018/2019 auf den Markt gebracht.

Reisen mit dem Weltenbummler

Bereits online sind innovative Marketingprojekte. Mit einer viralen Video-Kampagne unter dem Titel „Die große Reise durch Niederösterreich“ und einem E-Magazin, das kontinuierlich mit neuem Content befüllt wird, setzt das Marketingteam der Niederösterreich-Werbung neue Maßnahmen, um die Tourismus-Werbetrommel zu rühren. Der Forderung nach „einer zeitgemäßen Ansprache potenzieller Gäste“ (LR Bohuslav) wird die neue Content-Marketing-Strategie der Niederösterreich-Werbung vollauf gerecht. Die Video-Kampagne mit dem Protagonisten Peter setzt das Tourismusland Niederösterreich auf innovative und kreative Art in Szene und hat das Potenzial zu einer großen Verbreitung über die digitalen Medien.

Mehr als 30 Online-Kurzvideos in den Formaten 30 und 60 Sekunden machen seit Anfang Juni Lust auf Urlaub in Niederösterreich. Dafür wurde ein Handlungsrahmen entwickelt, der den Betrachter der Videos nicht nur gute Ideen für schöne Tage in Niederösterreich vermittelt, sondern auch ein hohes Maß an emotionaler Ansprache und Identifikationsmöglichkeit bietet. Im Zentrum einer Reise zu besonders reizvollen Schauplätzen steht der weltenbummelnde Niederösterreicher Peter. Als leidenschaftlicher Reisender war Peter 15 Jahre unterwegs, ist durch aller Herren Länder gereist und hat schon sehr viel gesehen. Beinahe alles, was man als Tourist so gesehen haben sollte. Über sein Heimatland weiß der sympathische Abenteurer aber noch erstaunlich wenig. Also zieht es ihn zurück nach Niederösterreich, wo er mit Freude erkennt: Auf der Welt, da gibt es zwar viel zu entdecken, aber Niederösterreich hat auch einzigartig schöne Plätze.

Jeden Mittwoch erscheint eine neue Kurzgeschichte aus den unterschiedlichsten Regionen Niederösterreichs. „Wir beschreiten hier definitiv neue Wege im Marketing der Niederösterreich-Werbung“, kommentiert Christiana Hess, Marketingleiterin der Niederösterreich-Werbung, die Video-Kampagne und das begleitende E-Magazin. „Damit er-

reichen wir potenzielle Gäste auf der digitalen Schiene, und weil Peter so viele Persönlichkeitsfacetten hat, sprechen wir mit dieser Figur eine breite Zielgruppe an.“

Die Video-Kampagne wird ausschließlich online über Social-Media-Kanäle ausgespielt, wo auch zukünftig eine Community interaktiv eingebunden werden wird. Für das Konzept zeichnet die Kreativagentur WeMake verantwortlich. Das erste Video wurde am 31. Mai dieses Jahres online gestellt.

Digitale Gastgeber-Geschichten

Von der Wirksamkeit digital verbreiteter Kampagnen und der Wichtigkeit von Authentizität ist auch Christoph Madl, Geschäftsführer der Niederösterreich-Werbung, überzeugt: „Storytelling war und wird in der Kommunikation immer wichtiger. Wir dürfen die Menschen nicht nur mit plakativer Werbung ansprechen, sondern müssen auch die interessanten Geschichten dahinter sichtbar machen. Diese Geschichten können Begeisterung wecken und die damit angesprochenen Menschen motivieren, Land und Leute kennenzulernen. Daher spielen unsere Gastgeber im Tourismusmarketing mittlerweile eine ganz wesentliche Rolle, was sich in unseren Printprodukten wie auch im neuen E-Magazin sehr deutlich zeigt.“

Als Ergänzung zur Video-Kampagne veröffentlicht die Niederösterreich Werbung auf der digitalen Kommunikationsschiene ein E-Magazin. Unter dem Titel „Große Geschichten“ werden Persönlichkeiten, Hintergrundinformationen und Geheimtipps rund um das touristisch nutzbare Angebot in Niederösterreich für die Zielgruppen aufbereitet. Seit 15. Juni steht die stetig wachsende Sammlung animierender Storys unter der Internetadresse www.magazin.niederösterreich.at zur Verfügung.

Weitere Informationen

Weitere Informationen zu den Online-Marketingaktivitäten erhalten Sie bei Christiana Hess, christiana.hess@noe.co.at und zum Branchensymposium bei Stefan Bauer, stefan.bauer@noe.co.at

Touristiker unterwegs



Unterzeichneten den Kooperationsvertrag in Grafenegg: Sylvia Bretschneider, Präsidentin des Landtags Mecklenburg-Vorpommern, und Landesrätin Petra Bohuslav. Es sekundierten als Vertreter der Tourismus-Werbegesellschaften: Tobias Weitendorf und Christoph Madl.

Kultiviertes Kooperieren

Mit Mecklenburg-Vorpommern, dem nordöstlichsten Bundesland Deutschlands, verbindet Niederösterreich seit 2011 eine vertragliche Zusammenarbeit, die beim gemeinsamen Thema Gärten ihren Ursprung nahm und in den letzten Jahren auf die Bereiche Ausflugstourismus mit dem Schwerpunkt Rad, Kultur und Kulinarik sowie Infrastruktur erweitert wurde. Aufgrund der positiven Erfahrungen wurde bei einer Vertragsunterzeichnung in Grafenegg die Kooperationsvereinbarung bis 2020 verlängert und den Gästen aus Mecklenburg-Vorpommern die Gelegenheit geboten, die „Sommernachts-gala“ in Grafenegg zu erleben.

Großes Regionstreffen

Unter Federführung von Waldviertel Tourismus wurde in Pöggstall der 4. Waldviertler Tourismustag abgehalten. Die Programminhalte des jährlichen Branchentreffs der Touristiker des Waldviertels sorgten bei den



Volles Haus beim Waldviertler Tourismustag: 220 interessierte Gäste kamen.

Teilnehmern für Wissenszuwachs, und die Versammlung von 220 Besuchern an einem Ort bot beste Gelegenheiten zur Vernetzung.

Auf großes Interesse stießen Präsentationen zur Niederösterreichischen Landesausstellung 2017. Neben allgemeinen Informationen zur Ausstellung wurde der Mehrwert neuer Angebote, wie beispielsweise die neuen Waldviertel-Stationen, die Rundwanderwege mit dem Titel „ECHTdeckungsrouten“ und die Naturvermittler präsentiert. Im Anschluss an den Waldviertler Tourismustag bekam jeder Teilnehmer die Möglichkeit, die Niederösterreichische Landesausstellung 2017 „Alles was Recht ist“ auf Schloss Pöggstall im Südlichen Waldviertel kostenlos zu besichtigen.

Köstliches Frühstück

Für einen angenehmen Start in den Arbeitstag sorgte das Convention Bureau Niederösterreich mit seinem zweiten Business Breakfast in der modernen Business Lounge im Palais Niederösterreich in Wien. Für die genussreichen Momente sorgte das Gourmetfrühstück von Toni Mörwald, für Spannung



Das Team Convention Bureau mit Gastgeberin Birgit Hackenauer, Geschäftsführerin der „Event Residenzen Niederösterreich“ (Mitte).

hingegen der das Publikum in Staunen versetzende Auftritt von Lucca, dem Vizeweltmeister der Mentalmagie. Ebenso bezaubernd wirkte das Angebot der über 25 Top-Partner des Convention Bureau, die hervorragende Ideen für Meetings und Events präsentierten. 105 Gäste widmeten sich den kulinarischen und veranstaltungstouristischen Leckerbissen, und so war das Business Breakfast für das Team und die Top-Partner des Convention Bureau ein voller Erfolg.

Ausgezeichnetes Campen

Seit 1996 zeichnet der Deutsche Camping-Club, Deutschlands größter Fachverband für Caravan-, Motorcaravan- und Zelttouristen, einen sehr kleinen, ausgewählten Kreis von Campingplätzen mit dem Europa-Preis aus. Heuer waren es fünf europäische Plätze, die im Rahmen der Essener Frühjahrsmesse Reise+Camping die begehrte Urkunde überreicht bekamen – darunter als einziger öster-



Landesrätin Bohuslav und die Europapreisträger des Aktiv Camp Burgstall, Familie Kaiser.

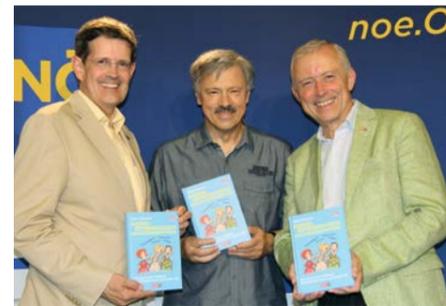
reichischer Vertreter das Aktiv Camp Purgstall. Tourismuslandesrätin Petra Bohuslav gratulierte „dem Familienbetrieb, der zu jenen kleinen, feinen Campingplätzen Niederösterreichs gehört, die neben ihrer idyllischen Lage mit Top-Komfort und herausragendem Service punkten“.

Mundart vermittelt

Den meisten Hörern von Radio Niederösterreich ist er bekannt – der (fiktive) deutsche Urlaubsgast Kai-Uwe, der alljährlich seine Ferien in Niederösterreich dazu benützt, mit

großer Begeisterung die Sprache der Einheimischen zu studieren. „Stoffl, moch kane Fisimatenten, sunst krieg i an Rappl“, solche urigen Dialektsätze schnappt er immer wieder auf, und in der Sommerserie „Niederösterreichisch für Fortgeschrittene“ versucht er dann dahinterzukommen, was sie bedeuten.

Nun hat der Radio-NÖ-Moderator Peter Meissner, der Kai-Uwe Text und Stimme verleiht, ein heiteres und lehrreiches Buch zu dieser Serie geschrieben, mit dem man die niederösterreichische Mundart ganz mühelos verstehen und dabei auch lachen kann.



Präsentierten ein heiteres Sprachlehrbuch: Autor Peter Meissner (Mitte), Christoph Madl und ORF-Niederösterreich-Intendant Norbert Gollinger.

Wachau auf beste Art

2012 wurde die Qualitätsoffensive „Best of Wachau“ ins Leben gerufen, also war heuer ein erstes – das 5-jährige – Bestandsjubiläum zu feiern. Grund dafür gab es reichlich, hat sich doch das von der Niederösterreich-Werbung tatkräftig unterstützte Programm hervorragend bewährt: Die Qualitätsinitiative wird von den Partnerbetrieben bestens akzeptiert, die Vernetzung der Wachauer Touristiker schreitet voran, die Qualität der Angebote steigt kontinuierlich. Das Jubiläum



Stehen für Wachauer Top-Qualität: Peter Sigmund (Donau Niederösterreich), Sabine Fuchs-Achter (Projektleiterin Best of Wachau), Tourismuslandesrätin Petra Bohuslav, Bernhard Schröder (GF Donau Niederösterreich), Martin Prankl (Gasthof Prankl).

war eine gute Gelegenheit, eine Neuheit – den „Best of Wachau“-Goldclub – zu präsentieren. Mit dem Bonusprogramm werden Gäste animiert, ihre Aufenthaltsdauer zu verlängern. Wer länger als drei Nächte bleibt, kommt in den Genuss spezieller Zusatzleistungen.

Top-Weinfest prämiert

Auch heuer wurde wieder das „TOP-Weinfest des Jahres 2017“ ausgezeichnet. Das Publikum am meisten überzeugen konnte die Retzer Weinwoche, die heuer zum 48. Mal stattfand und als eine der größten und



Beim köstlichen Spezialitätenvergleich „Weißwein trifft Weißbier“: Niederösterreich-Werbung-Geschäftsführer Christoph Madl, Bayerns Staatsministerin Ilse Aigner und Niederösterreichs Tourismuslandesrätin Petra Bohuslav.



Präsentieren die Auszeichnung für Retz: LR Ludwig Schleritzko, Weinbau-Obmann Ludwig Hofbauer, LR Petra Bohuslav, Bgm. Helmut Koch.

bedeutendsten Weinveranstaltungen in Niederösterreich gilt.

Berge eröffnet

Gemütliche Stimmung, viele Attraktionen und Infos werden beim Wander- und Bergsteiger-Opening in den Wiener Alpen geboten. Deshalb strömten heuer wieder 1000 Besucher zu dem Event. Zu erleben gab es neben der prachtvollen Bergkulisse unter anderem eine Alpin-Ausstellung, einen Segway-Parcours und den Hochseilgarten.



Beim Wander- und Bergsteiger-Opening: Christoph Madl (GF NÖ-Werbung), Markus Fürst (GF Wiener Alpen), Bgm. Horst Schröttner, LR Petra Bohuslav, LAbg. Hermann Hauer, Bezirkshauptmann-Stv. Neunkirchen Martin Hallbauer.

Gute Beziehungsarbeit

Mit 11,6% Marktanteil ist der deutsche Gast für Niederösterreichs Tourismus besonders wichtig, und unter Gästen aus Deutschland sind wieder besonders viele Bayern. Da ist es gut, wenn die niederösterreichisch-bayrischen Beziehungen gepflegt werden. Das kann sehr schmackhaft sein, wie bei einem Treffen unter dem Titel „Weißwein trifft Weißbier“ unter Beweis gestellt wurde. Dazu lud die Niederösterreich-Werbung deutsche Medienvertreter zu einem „Genießer-Brunch“ in Bayerns beliebte Käfer Schänke ein, um ihnen das „Land des Genießens und der Lebenskultur“ näherzubringen. Unter dem Motto „Bio und Nachhaltigkeit“ nahmen die niederösterreichischen Gastgeber die Gäste auf eine kulinarische Reise mit. Darunter Bio-Wirt Joseph Floh, Christine Saahs vom Bio-Weingut Nikolaihof, Johannes Bertl jun. von den Wilhelmsburger Hoflieferanten und Michael Priessnitz von green sheep. Katrin Lux, vor allem in Bayern bekannt aus der TV-Serie „Dahoam is Dahoam“, repräsentierte ihre Heimat, das Mostviertel, und stand für Interviews und Fragen zur Verfügung.