

SLTG wirbt seit 25 Jahren für das SalzburgerLand



Zahlreiche Gäste aus Tourismus, Politik und Wirtschaft waren erschienen, um am 22. Mai im Loft Salzburg das 25-Jahr-Jubiläum der SLTG und des Salzburger Tourismusgesetzes zu feiern. Im Bild Leo Bauernberger, MBA (GF SLTG), LH-Stv. Dr. Wilfried Haslauer, Dr. Helga Rabl-Stadler (Präsidentin der Salzburger Festspiele), Dr. Arno Gasteiger (ehemaliger Wirtschafts- und Finanzreferent & Aufsichtsratsvorsitzender der SLTG) und Dr. Peter Weixelbaumer (ehemaliges Mitglied der SLTG-Unternehmensleitung).

Credit: SalzburgerLand Tourismus GmbH
Fotograf: SalzburgerLand Tourismus GmbH

Utl.: Mit dem Salzburger Fremdenverkehrsgesetz 1986 begann eine Erfolgsgeschichte =

Salzburg (TP/OTS) - Das Salzburger Fremdenverkehrsgesetz schuf 1986 eine neue, zeitgemäße Struktur für die Salzburger Tourismuswerbung. Die SalzburgerLand Tourismus GmbH (SLTG) konnte als Innovations- und Marketingagentur viele Impulse für die Weiterentwicklung dieses für Salzburg so wichtigen Wirtschaftszweigs setzen und das SalzburgerLand als Marke international positionieren. Touristische Produkte und Angebote wie der Bauernherbst, der Tauernradweg, die Salzburg Super Ski Card, die Via Culinaria oder der Salzburger Almsommer sind heute nicht mehr wegzudenken.

Vor 25 Jahren brach in der Salzburger Tourismuswerbung eine neue Ära an: Mit dem Salzburger Fremdenverkehrsgesetz 1986 wurden auf Ortsebene die Fremdenverkehrsverbände gegründet und auf Landesebene das "Landesverkehrsamt" aus dem Amt der Landesregierung ausgegliedert und zu einer eigenen Gesellschaft, der SalzburgerLand Tourismus GmbH (SLTG), aufgewertet. In dieser neuen Gesellschaft hatten Fremdenverkehrsverbände die Mehrheit. Aus einem Amt wurde eine schlagkräftige Marketinggesellschaft, die das SalzburgerLand mit geballter Kraft als Urlaubsdestination am internationalen Markt positionieren konnte. "Die Gründung der SLTG ist eine echte Erfolgsgeschichte", sagte Tourismusreferent LH-Stv. Dr. Wilfried Haslauer bei einer Diskussionsveranstaltung anlässlich des Jubiläums: "Der Tourismus im SalzburgerLand konnte sich in den vergangenen zweieinhalb Jahrzehnten toll weiterentwickeln und ist heute einer

unserer wichtigsten Wirtschaftszweige. Das ganze Land profitiert vom Tourismus."

Zwtl.: Mehr Angebote, mehr Gästeankünfte, mehr Nächtigungen

Die Bilanz der vergangenen 25 Jahre kann sich sehen lassen: Bei der Zahl der Gästeankünfte verzeichnete das SalzburgerLand im Zeitraum von 1986/87 bis 2010/2011 ein Plus von 51 Prozent, das sind von rund 3,9 Millionen Ankünfte auf knapp 6 Millionen. Die Nächtigungen sind in dieser Zeit von 20,9 Millionen um 15 Prozent auf über 24 Millionen gestiegen. Die Zahl der Betten ist in diesem Zeitraum mit rund 200.000 zwar weitgehend gleich geblieben, die Qualität aber konnte wesentlich gesteigert werden: Es gibt heute deutlich mehr 5- und 4-Stern-Unterkünfte und hochwertige Apartments als vor 25 Jahren. Das Angebot für die Gäste hat sich stark weiterentwickelt. Das SalzburgerLand ist auf einem ausgezeichneten Weg, zu einer attraktiven Ganzjahresdestination mit kontinuierlicher Auslastung zu werden. "Das ist wichtig für die Wertschöpfung in den Betrieben und sorgt für eine saisonunabhängige hohe Beschäftigungsquote im Tourismus", sagte Haslauer.

Zu Beginn der 1980er Jahre hatte der kontinuierliche, teils steile Aufschwung im Salzburger Fremdenverkehr nach dem Zweiten Weltkrieg eine Eintrübung erfahren. Die Übernachtungen waren rückläufig, besonders der Sommer blieb hinter den Erwartungen zurück. Das Land Salzburg war mit seinen Verkehrsvereinen in den Tourismusgemeinden und den Gebietsverbänden sowie dem Landesverkehrsamt nicht optimal aufgestellt. Die Reform der Salzburger Fremdenverkehrswerbung sollte die Kräfte und die Ressourcen bündeln. Der damalige Slogan "SalzburgerLand - Ein kleines Paradies" wurde zur Dachmarke, die in den Herkunftsmärkten der Salzburger Gäste beachtet wurde.

Zwtl.: SLTG als Innovationsagentur

"Die SLTG hat sich von Anfang an als Innovations- und Marketingagentur verstanden", betonte Leo Bauernberger, Geschäftsführer der SLTG. Konkrete Produkte für den potenziellen Gast standen und stehen im Vordergrund. Der Tauernradweg, der mittlerweile zur selbstverständlichen Infrastruktur im SalzburgerLand gehört, wurde von der SLTG initiiert. Der Bauernherbst, eine oft kopierte Salzburger Idee, entstand aus der Überlegung heraus, die Sommersaison zu verlängern und die Gäste an authentischem Salzburger Brauchtum sowie an der bäuerlichen Kulinarik teilhaben zu lassen. "Auch der

Salzburger Almsommer, die Via Culinaria oder die Salzburg Super Ski Card sind Produkte aus der Ideenwerkstatt der SLTG", erinnerte Bauernberger: "Wir haben uns als erste Tourismus-gesellschaft gemeinsam mit unseren Seilbahnunternehmen an einer Skihalle beteiligt und so neue, sehr effektive Vermarktungsmöglichkeiten für das SalzburgerLand aufgetan."

Zwtl.: Pionier auf neuen Märkten

Bei der Erschließung neuer Märkte war das SalzburgerLand Vorreiter. 1988 gab Salzburg als erstes österreichisches Bundesland eine Pressekonferenz in Ungarn, um Nächtigungsgutscheine für günstige Privatzimmer vorzustellen. In Dresden und Leipzig wurden kurz nach dem Umbruch eigene Servicebüros eingerichtet. Damit wurde der Grundstein für den Erfolg bei Gästen aus Ostdeutschland und Ländern wie Ungarn, Polen oder Tschechien gelegt. 1995 landete die erste Chartermaschine mit russischen Gästen am Salzburger Flughafen - heute einer der stark wachsenden Herkunftsmärkte.

Internationale Großereignisse - wie die Skiweltmeisterschaft in Saalbach Hinterglemm, die Rad-WM in Salzburg oder die Euro 2008 - wurden genutzt, um das SalzburgerLand einem internationalen Publikum als Urlaubsdestination zu präsentieren. Gleichzeitig kümmerte sich die SLTG um vermeintliche Nischenthemen: Der Messe- und Kongresstourismus ist dabei ebenso zu nennen wie der Pilgertourismus oder internationale Fußballtrainingscamps. Bei der Nutzung des Internet als neue Präsentationsmöglichkeit war die SLTG ebenso Vorreiter. 1995 hatte das SalzburgerLand als erste österreichische Tourismusregion eine übersichtliche Darstellung im Internet - heute ein unverzichtbares Medium bei der Kommunikation mit dem potenziellen Gast.

Zwtl.: Nachhaltige Wertschöpfungskette

Durch die gezielte Vernetzung unterschiedlicher Branchen hat die SLTG mitgeholfen, nicht nur die direkte, sondern auch die indirekte Wertschöpfung aus dem Tourismus im Land zu stärken. "Die enge Kooperation zwischen Landwirtschaft und Tourismus ist im SalzburgerLand beispielgebend für nachhaltigen Erfolg", sagte Bauernberger.

"Für die Zukunft ist es wichtig, dass wir wieder internationale Großereignisse ins SalzburgerLand holen, um die damit verbundene

Aufmerksamkeit zur Vermarktung zu nützen. Wir verzeichnen den höchsten Anteil an Jugendlichen beim Winterurlaub, auch als Familienurlaubsland sind wir Marktführer. Diese Stärken sollten wir ebenso ausbauen, wie es gilt, die Internationalisierung voranzutreiben und Themen, die für das SalzburgerLand typisch sind, wie 'The Sound of Music' oder 'Stille Nacht', noch besser mit neuen Angeboten zu positionieren. Ganz besonders aber naturnahe und ökologisch wertvolle Urlaubsformen, wie z.B. Rad- und Bike-Angebote bzw. Angebote im Nationalpark Hohe Tauern sowie Gesundheitsprogramme bieten noch große Potenziale in der Zukunft", erklärte Bauernberger. Bei der sich rasant entwickelnden Online-Kommunikation ständig am Ball zu bleiben ist ebenso eine große Herausforderung, wie beim Marketingbudget mit den Mitbewerbern mithalten zu können. Der Umsatz der SLTG hat sich seit 1987 von 2,8 Millionen Euro auf 14,1 Millionen Euro im Jahr 2011 verfünffacht. "Ziel ist es aber, die mittel- bis langfristige Marketingkraft der Gesellschaft zu erhöhen", sagte Bauernberger: "Da dürfen wir nicht den Anschluss verlieren."

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

Rückfragehinweis:

SalzburgerLand Tourismus
presse.salzburgerland.com

Andrea Bodner
Tel.: +43 (0)662 6688-75
a.bodner@salzburgerland.com

Michaela Obernosterer
Tel.: +43 (0)662 6688-344
m.obernosterer@salzburgerland.com

Digitale Pressemappe: <http://www.ots.at/pressemappe/3865/aom>

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

TPT0013 2012-05-23/16:27

231627 Mai 12

Link zur Aussendung:

http://www.tourismuspresse.at/presseaussendung/TPT_20120523_TPT0013