



Steiermark

DAS GRÜNE HERZ ÖSTERREICHS

Treffpunkt Tourismus 2015

STEIERMARKE TOURISMUS.

St.-Peter-Hauptstraße 243, A-8042 Graz, T +43/316/4003-0, F +43/316/4003-10, info@steiermark.com,
www.steiermark.com

Steiermark Tourismus verstärkt digitales Marketing und setzt auf neue Urlaubsprodukte

Fit für das digitale Zeitalter

Neue touristische Leitprodukte für die Steiermark

Das neue Tourismuskardiogramm zur Marktermittlung

Pressekonferenz, Mi., 14. Oktober 2015, 11.00 Uhr
Conference Center Loipersdorf

Gesprächspartner:

Dr. Christian Buchmann

Landesrat für Wirtschaft, Tourismus, Europa und Kultur

Erich Neuhold

Geschäftsführer Steiermark Tourismus

Weitere Informationen: Steiermark Tourismus, www.steiermark.com

ute.hoedl@steiermark.com (Unternehmenspresse und Fotos)

Fotos/Texte: www.steiermark.com/foto und www.steiermark.com/presse

Steiermark Tourismus verstärkt digitales Marketing und setzt auf neue Urlaubsprodukte.

Der richtige Auftritt im Internet ist nicht erst seit gestern eine wesentliche Voraussetzung für den wirtschaftlichen Erfolg von Unternehmen. Steiermark Tourismus verstärkt daher sein Service für die Tourismusbetriebe im Bereich Online-Marketing. Die Details wurden heute beim Treffpunkt Tourismus, dem großen Branchentreff mit über 300 Teilnehmerinnen und Teilnehmern in Loipersdorf ebenso präsentiert, wie neue Urlaubsprodukte und das steirische Tourismuskardiogramm.

Das Entstehen neuer Medien und die rasante Entwicklung des Internets stellen Tourismusbetriebe vor immer neue Herausforderungen. War es etwa für einen Beherbergungsbetrieb vor einigen Jahren noch ausreichend, eine Website mit Basisdaten wie Lage, Zimmerausstattung, Preise sowie eine E-Mailadresse anzubieten, so ist heute eine Vielzahl von zusätzlichen Informationen und Tools notwendig, um im Wettbewerb um den Gast bestehen zu können: etwa die Möglichkeit zur Online-Buchung, der virtuelle Rundgang durch das Hotel oder der tagesaktuelle Überblick über die wichtigsten Aktivitäten in der Umgebung.

Damit die steirischen Unternehmen auch in Zukunft erfolgreich sind, ist neben den richtigen Angeboten aber auch die Verfügbarkeit von leistungsfähigen Internetverbindungen notwendig. „Eine flächendeckende Versorgung mit ultraschnellem Internet wird in den nächsten Jahren DER entscheidende Wettbewerbsfaktor für ländliche Regionen sein. Ich möchte jeder Steirerin und jedem Steirer eine Auffahrt auf den schnellen Datenhighway ermöglichen“, betont Wirtschaftslandesrat Dr. Christian Buchmann.

Ultraschnelles Internet für die gesamte Steiermark

Grundlage für den Breitbandausbau ist die Breitbandstrategie „Highway 2020“, die auf Initiative von Buchmann von der Landesregierung und dem Landtag Steiermark einstimmig beschlossen worden ist. Diese sieht einen stufenweisen Ausbau der Breitbandinfrastruktur vor. „Wir wollen bis 2018 für alle steirischen Unternehmen und Haushalte die technischen Voraussetzungen für Internetanschlüsse mit Übertragungsraten bis 30 Megabit pro Sekunde schaffen. Im flächendeckenden Vollausbau bis 2022 sollen dann für alle Steirerinnen und Steirer bis 100 Megabit pro Sekunde verfügbar sein, und zwar für den Upload und den Download von Daten“, so Buchmann. Um diese Ziele erreichen zu können, sieht Buchmann vor allem den Bund gefordert, der bis 2020 insgesamt eine Milliarde Euro für den Breitbandausbau in Österreich zur Verfügung stellt. „Im Vergleich zu anderen Bundesländern besteht in

der Steiermark aufgrund der topographischen Gegebenheiten vielerorts noch Aufholbedarf. Ich erwarte mir daher von Minister Alois Stöger einen fairen Anteil aus der Breitbandmilliarde für die Steiermark und bin diesbezüglich auch bereits mit ihm im Gespräch. Außerdem ist es für die Unternehmen und die Menschen in den Regionen entscheidend, dass die versprochenen Bundesprogramme für den Breitbandausbau rasch gestartet werden“, so Buchmann.

Auch die Steirische Wirtschaftsförderung (SFG) bietet aktuell ein Förderprogramm für den Breitbandausbau an. Gefördert werden Unternehmen, die mit Übertragungsgeschwindigkeiten von unter 30 Megabit pro Sekunde versorgt sind und sich an das Breitbandnetz anschließen wollen. Das Mindestinvestitionsvolumen beträgt 1.000 Euro, bis zu 50 Prozent der Anschlusskosten können gefördert werden.

Neuer gemeinsamer Internetauftritt stärkt Tourismusmarketing

Einzellösungen haben im Web einen wesentlichen Nachteil – sie werden schlecht oder gar nicht vom Gast gefunden. Gemeinsame Auftritte hingegen haben einen Multiplikatoreffekt.

Um das Online-Marketing im steirischen Tourismus zu verbessern, bietet Steiermark Tourismus ab Herbst 2016 ein neues Web-Portal an, das allen Partnern zur Verfügung stehen wird. Dazu wird steiermark.com um zahlreiche Funktionen erweitert. „Die neue steiermark.com wird hinsichtlich Design, Inspiration und Funktionen auf dem neuesten Stand der Technik sein. Wir investieren sehr viel Geld in diese neue Seite, die wir auch allen Partnern zur Verfügung stellen. Das Einmalige daran: Der Partner muss keine Kosten für die technische Entwicklung ausgeben und bekommt eine Seite, die auf dem modernsten Stand ist. Nur die Kosten für die individuelle Adaptierung sind zu übernehmen“, so Erich Neuhold, Geschäftsführer von Steiermark Tourismus über diesen einmaligen Schritt in der technologischen Weiterentwicklung des touristischen Internetauftritts in der Steiermark.

Die Vorteile auf einen Blick:

- Kostenersparnis bei der Webentwicklung
- Verstärkte Nutzungsmöglichkeit des Know-how von ST/Steiermark Tourismus
- Moderne und hochentwickelte Webtechnologie
- Erhöhung des Marktdrucks und der Marktdurchdringung
- Wettbewerbsvorteil durch gebündelten Online-Auftritt
- Dynamischer Austausch von Inhalten der Webseiten. Ein Beispiel: Partner müssen sich nicht mehr um Bilder, Übersetzungen und Datendetails kümmern, wenn die Ausflugsziele oder die Aktivitäten in der Nähe dargestellt werden sollen.

Status quo im Internet

Um die richtigen Maßnahmen für die Initiative „Fit für das digitale Zeitalter“ zu eruiieren, hat Steiermark Tourismus insgesamt 6366 steirische Tourismusanbieter von Joanneum Research zu deren Internetauftritt und -umgang befragen lassen und zahlreiche Webseiten einer eingehenden Analyse unterzogen.

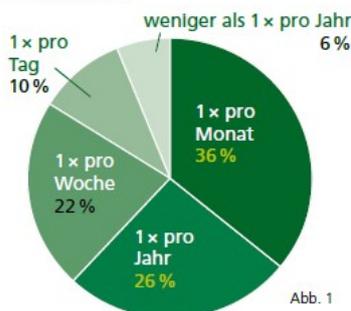
89 Prozent der befragten Unternehmen haben einen eigenen Webauftritt. Bei der aktiven Wartung dieser Seiten sinkt der Wert jedoch dramatisch.

„Ein Drittel der Antwortenden gibt an, dass der Webauftritt mindestens einmal wöchentlich aktualisiert wird, ungefähr ein weiteres Drittel gibt an, die Webseite einmal pro Monat zu aktualisieren. 32 % aktualisieren die Webseite nur einmal jährlich oder seltener. Da besteht für ein schnelllebiges Medium wie das Internet noch Verbesserungsbedarf“, erläutert Erich Neuhold.

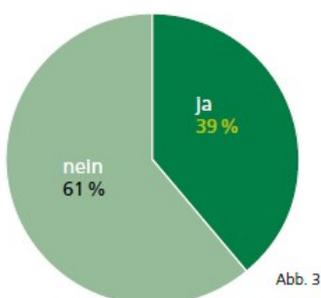
Nur etwa ein Drittel der Webseiten bietet mindestens eine zusätzliche Sprachversion der Inhalte an. Das Angebot einer englischen Version sollte (bis auf Webauftritte kleinster, spezialisierter Betriebe) im Tourismusbereich allerdings als Standard angesehen werden.

75 Prozent der Unternehmen warten ihre Webseiten selbst, 19 lassen dies von einer Agentur machen.

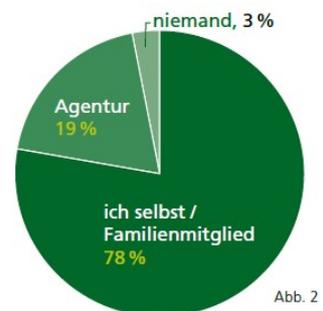
Wie aktiv wird die Webseite gewartet?
599 Antworten



Ist Ihre Webseite mehrsprachig?
Fragebogen, 608 Antworten



Wer aktualisiert Ihre Webseite?
608 Antworten



„Es geht uns nicht darum, Fehler zu suchen, sondern Verbesserungspotenzial zu orten und mit konkreten Vorschlägen für eine bessere Aufbereitung der Online-Inhalte zu sorgen. Dazu dient neben dem neuen Webportal auch ein einheitliches Datenmanagement. Beide Projekte setzen wir gemeinsam mit den Partnern um und wollen dafür die gesamte Branche gewinnen“, so Neuhold.

Einheitliches Datenmanagement

Derzeit gibt es in der Steiermark vier verschiedene Systeme zur Erhebung von strukturierten Daten, die kein effizientes, kostengünstiges und gemeinsames Arbeiten ermöglichen. Deshalb empfiehlt Steiermark Tourismus die Datenaufbereitung in einem einheitlichen Informations- und Reservierungssystem auf allen Ebenen. Ziel ist es, die gesamten Basisdaten der Tourismusanbieter (vom Beherberger bis zum touristischen Leistungsträger von der Therme, dem Ausflugsziel bis zur Seilbahn) über ein Datenmanagementsystem (das System zu Speicherung, Pflege, Verarbeitung, Analyse und Visualisierung von Daten, das technische System zum Transfer von Informationen an den Gast) für alle verfügbar zu machen, um die Datenwartung zu vereinfachen und die Datenwahrheit sicherzustellen. Die Vorteile, die sich daraus ergeben: richtige Daten auf allen Webseiten und Plattformen, Zeitersparnis und Kostenersparnis.

Leitprodukte mit internationaler Strahlkraft

Nach der Strategie 2020 von Steiermark Tourismus werden in allen vier touristischen Erlebnisfeldern Leitprodukte geschaffen, die der Marke Steiermark internationale Strahlkraft verleihen sollen. 2015 erfolgte der erste Schritt mit der Entwicklung der beiden Leitprodukte im Bereich „Natur und Bewegung“: die Wanderroute „Vom Gletscher zum Wein“ sowie die „Weinland Steiermark Radtour“, 2016 beginnt die Vermarktung.

Nordroute: 35 Etappen und 536 km führen vom Dachstein bis nach Bad Radkersburg im Thermenland Steiermark.



VOM GLETSCHER
ZUM WEIN
WANDERROUTE

Südroute: 25 Etappen und 363 km vom Dachstein bis nach Leibnitz in der Südsteiermark.



WEINLAND
STEIERMARK
RADTOUR

403 km, die 8 Etappen führen zu den Eckpunkten Graz, Hartberg, Bad Radkersburg, Leibnitz und Deutschlandsberg und durch idyllische Weinberg-Landschaften.

Neues Leitprodukt 2016: „Kulturgenuss im Grünen“

Mit dem neuen Leitprodukt „Kulturgenuss im Grünen“ setzt das Tourismusressort verstärkt auf den Kulturtourismus. „Ich sehe großes Potenzial, das Angebot des



Kulturlandes Steiermark touristisch stärker zu nutzen als bisher. Ich möchte daher die Vernetzung beider Bereiche forcieren und das kulturelle Angebot der Steiermark – von den großen Häusern bis zur lebendigen freien Szene – unseren Gästen im In- und Ausland stärker schmackhaft machen. Im Kulturtourismus sehe ich die Chance, zusätzliche Gäste in die Steiermark zu bringen, die nicht nur aufgrund einer bestimmten Kulturveranstaltung zu uns kommen, sondern darüber hinaus bei uns nächtigen bzw. sich kulinarisch verwöhnen lassen. Außerdem können wir damit die Nebensaisonen stärker bespielen“, so Landesrat Buchmann.

Innerhalb dieses neuen Kulturauftrittes ist vor allem die Begegnung zwischen Künstlerinnen und Künstlern sowie Gästen ein wesentlicher Schwerpunkt.

Ab 2016 wird das neue Leitprodukt international vermarktet.

Das neue Tourismuskardiogramm/TKG

Die Bekanntheit der Marke „Urlaub in der Steiermark“ national und international – auf den Märkten mit dem größten Potenzial – zu steigern, das ist eines der großen strategischen Ziele von Steiermark Tourismus. Die Steiermark braucht für konstantes Wachstum eine stärkere internationale Durchmischung der Gäste. Ähnlich einem EKG, das die elektrischen Aktivitäten des Herzes in Form von Kurven im Elektrokardiogramm/EKG aufzeichnet, zeichnet nun das neue Tourismuskardiogramm die Marktaktivitäten nach wirtschaftlichen, touristischen wie angebotsseitigen Entwicklungen auf und liefert damit Steiermark Tourismus und den Partnern eine Entscheidungsgrundlage für die Marktauswahl bzw. Marktfokussierung und den Mitteleinsatz zur Marktbearbeitung.

Herzwert 1 Touristische Entwicklung

Nächtigungen
Ankünfte
Entwicklung im
Vergleich zum
Mitbewerber

Herzwert 2 Wirtschaftliche Entwicklung

Wachstumsprognose
Tagesausgaben
Auslandsreisevolumen
BIP/Kopf
Arbeitslosenrate

Herzwert 3 Markteinschätzung

Anresemöglichkeiten
Reisehemmnisse
Angebotsaufbereitung
Partnerinteresse
Affinität zum steirischen
Angebot

Die Märkte 2015-2017 von Steiermark Tourismus mit Partnern

Für das Marketing 2015-17 ergibt sich aus der Erhebung aller relevanten Daten folgender Nationen-Marketingmix für Steiermark Tourismus und seine Partner, wobei für A-Märkte der höchste Mitteleinsatz, für D-Märkte der niedrigste getätigt wird.

A: Österreich und Deutschland

B: Ungarn, Schweiz, Tschechien

C: Niederlande, Polen, Schweden, Dänemark, Slowakei, Slowenien, Italien, Belgien, Großbritannien

D: Kroatien, Rumänien, Türkei, China, Russland, Bulgarien

