

Tourismus in Krems 2030

KURZFASSUNG DER STRATEGIE

VORGESTELLT BEI DEN KREMSEMER TOURISMUSGESPRÄCHEN AM 3. MAI 2016

MIT UNTERSTÜTZUNG VON LAND UND EUROPÄISCHER UNION



Europäischer
Landwirtschaftsfonds für
die Entwicklung des
ländlichen Raums:
Hier investiert Europa in
die ländlichen Gebiete



Vorbemerkungen

Die Strategie „Tourismus in Krems 2030“ ist ein Orientierungsrahmen für alle Akteurinnen und Akteure der Tourismuswirtschaft in Krems. In der vorliegenden Kurzfassung werden die wesentlichsten Inhalte dargestellt.

Die Strategie ist kohärent zu weiteren gültigen Strategien, wie dem Konzept Stadtentwicklung Krems 2030 und der Strategie der Destination Donau Niederösterreich.

Die Botschaft ist klar: Ressourcen bündeln, Kooperationen pflegen und gemeinsam viel erreichen!

Als Trägerorganisation des Tourismus in der Stadt Krems werden wir unsere neue Rolle einer Kommunikationsplattform aktiv wahrnehmen–gemeinsam mit allen Akteurinnen und Akteuren in Krems.

Wir bedanken uns für die kooperative und außerordentlich positive Zusammenarbeit im Rahmen der Strategieerstellung und freuen uns schon auf viele gelungene Angebote und Projekte mit Ihnen!



Gabriela Hüther
Geschäftsführerin der Krems Tourismus GmbH

Vision 2030

Krems, die Stadt an der Donau, das Juwel im Weltkulturerbe Wachau, präsentiert sich 2030 als offene, kulturell vielfältige und dynamische Tourismusstadt von internationalem Format.

Unsere einzigartigen historischen Wurzeln verbinden sich mit Moderne und Innovation zu inspirierenden, unverwechselbaren und authentischen Erlebnissen.

In unseren fünf Kernkompetenzen Wein & Kulinarik, Kunst & Kultur, Bildung & Wirtschaft, Donauschifffahrt, Rad und Wandern sowie Gesundheit haben wir Themenführerschaft und überraschen unsere Gäste immer wieder aufs Neue mit einzigartigen und kostbaren Erlebnissen. Wir nutzen achtsam unsere wertvolle Basis, unsere Kompetenzen und binden neue Ansätze ein.

Wir haben Freude am gemeinsamen Gestalten und leben eine wertschätzende und offene Kommunikationskultur, die europaweit vorbildlich ist. Das spüren unsere Gäste und unsere Mitarbeiter und empfehlen Krems als „the place to be!“

Herausforderungen

- starker Wettbewerb auf allen Ebenen
- geänderte Nachfrage
- disruptive Marktentwicklungen
- bis 2018: 2 Großbaustellen (Kunstmuseum Krems, Südtirolerplatz)
- Wirtschaftskrise
- Ertragslage
- Saisonbeeinträchtigung durch Klimaereignisse (z.B. Hochwasser)
- Digitalisierung
- Kommunikationsfluss
- Gesellschaftliche Veränderungen: neue Trends, neue Bevölkerungsgruppen, ...

Stärken

Top - Kompetenz

- 🍇 Wein & Kulinarik
- 🍇 Wirtschaft & Bildung
- 🍇 Kunst & Kultur
- 🍇 Donau: Linien- und Ausflugschiffahrt, Kreuzschiffahrt, Rad, Wandern
- 🍇 Gesundheit

reiches historisches Erbe - Weltkulturerberegion

Hohe Nachfrage & hohe Frequenzen

- 🍇 rund 270.000 ÜN pro Jahr
- 🍇 50% Steigerung in den letzten 10 Jahren
- 🍇 nationale und internationale Gäste
- 🍇 starker Ausflugs-tourismus: > 300.000 Gäste
- 🍇 Top-Tagungen bis zu 300 Personen
- 🍇 13.000 Studierende, MitarbeiterInnen, UnternehmerInnen, EinwohnerInnen

Typische und engagierte Betriebe

326 Betriebe in Fachsparte
65 Nächtigungsbetriebe
1.845 Wirtschaftsbetriebe
Tourismusorganisation, Destination, Vereine,
Kaufmannschaft....

- 🍇 Universitäten, FH
- 🍇 Kultureinrichtungen, Festivals
- 🍇 Gastronomie / Beherbergung
- 🍇 Schifffahrt
- 🍇 Gesundheitsbetriebe



Wir leben unser Potenzial !

Mit dieser Strategie begegnen wir den Herausforderungen:

- 🌿 Stärken stärken, d.h. konsequentes Weiterarbeiten an unserer DNA und unseren Kompetenzbereichen:
 - 🌿 Wein & Kulinarik
 - 🌿 Wirtschaft & Bildung
 - 🌿 Kunst & Kultur
 - 🌿 Donau: Schiff, Rad, Wandern
 - 🌿 Gesundheit inkl. Sport
- 🌿 Lücken/Mängel qualitativ und kreativ schließen
- 🌿 bündeln unserer Kompetenzen, Ressourcen, Kreativität
- 🌿 Kommunikation, Kooperation und Innovationsarbeit
- 🌿 Auseinandersetzung mit und Anwendung von neuen Konzepten
(wie z.B. Open Innovation, Co-Creation, Co-Spaces, neue Betriebskonzepte, Kunst...)

Ziele

Gesundes Wachstum

Steigerungen bei:

- Nächtigungen
- internationalen Ankünften
- Bettenauslastung
- Frequenzen Tagestourismus
- Wirtschaftstourismus
- Ertragslage Betriebe

2026: + 20 %

(kumuliert 10 Jahre)

Echte Qualität

Konkret bedeutet das:

- Themenführerschaft in unseren Kompetenzbereichen
- Steigerung der Qualität
 - Angebotsvielfalt
 - vernetzte Angebote
 - Saisonverlängerung
 - Innovationen
 - Qualitätsbetriebe

„Unsere Gäste meinen: Krets ist top!“

Anerkennung und Wahrnehmung:

1 nationale und 1 internationale Auszeichnung

Aktives System

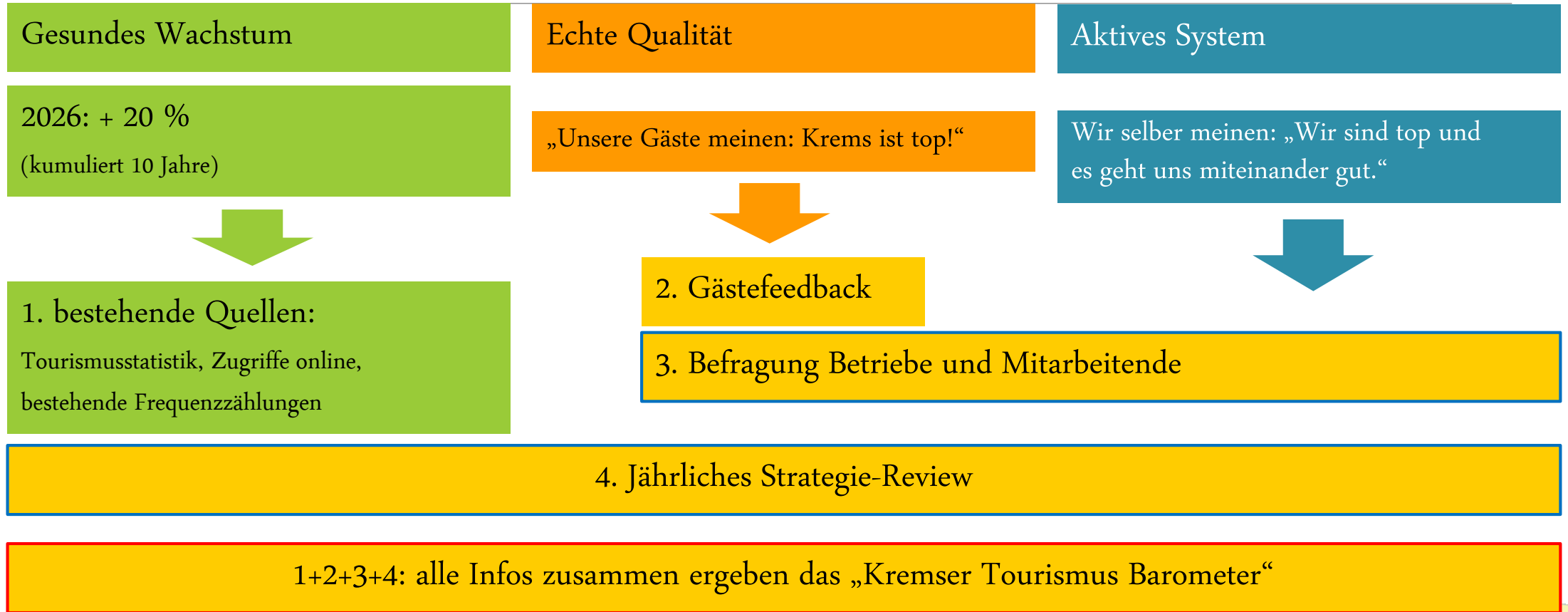
Merkmale eines dynamischen, innovativen und resilienten Systems sind klar erkennbar:

- hohe Kommunikationsqualität
- hohe Reaktionsfähigkeit
- Absorption Impulse/Innovationen
- Prozesse, Formate, Schnittstellen
- selbstgesteuerte Aktivitäten

Wir selber meinen: „Wir sind top und es geht uns miteinander gut.“

= aktiver Beitrag zu den tourismuspolitischen Zielen des Landes Niederösterreich

Ziel erreicht? Messung und Steuerung mit Tourismusbarometer



Messgrundsätze:
vertretbarer Aufwand
Aussagekraft
Beziehung zu Bestand:
Steigerungen und qualitative
Aussagen

5 Dimensionen der Wirkung | Handlungsbereiche

Qualitätsvolle Stärkung und Weiterentwicklung der bestehenden Kompetenzbereiche

Wein & Kulinarik | Wirtschaft & Bildung | Kunst & Kultur | Donau: Schiff, Rad, Wandern | Gesundheit (inkl. Sport)

Vernetzte Angebote | Tradition | Neuinterpretationen | Einklang mit Weltkulturerbe und Ökologie | hohe Wertschöpfung | hohe Qualität | Vielfalt | Kompetenz der AkteurInnen nutzen

Gemeinsames Lernen, Kooperation, Vernetzung und Innovation

Positives Innovations- und Kooperationsklima | Vielfalt | Nischen | Management und Reaktion auf Ereignisse | Nutzen für Betriebe

Marketing, Vertrieb, Verkauf und Steuerung

aktive AkteurInnen | Koordination durch eine Stelle | Marke und Slogan | Infos 24/7 und mehrsprachig

Rahmenbedingungen und Infrastruktur positiv gestalten

Integrierte Planungen | positiver Rahmen für Initiativen und Entrepreneurship | Abstimmung | Infrastruktur

Krems als Tourismusstadt ins Bewusstsein rücken

wertvoller Teil des Lebens in Krems | Einheimische & Gäste gemeinsam | Angebote MitarbeiterInnen, Bevölkerung



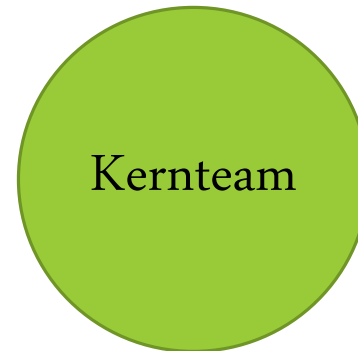
Umsetzungsstruktur

Das Kernteam besteht aus:

- fixe Ressourcen (Krems Tourismus GmbH)
- VertreterInnen weiterer Stellen bei Planungen und Abstimmungen

Das Kernteam hat folgende Aufgaben:

- treibt die Umsetzung voran
- betreut permanente Prozesse und Projekte
- betreut Arbeitsgruppen
- ist Kommunikationsplattform / Andockstelle für Ideen
- organisiert Messung und Strategie-Review
- Erstellung und Abstimmung jährliches Arbeitsprogramm
- Teilnahme bei Abstimmungstreffen (Schnittstellen)
- gestaltet die Kommunikation über den Fortgang der Entwicklungen



Arbeitsgruppen

Arbeitsgruppe MICE
(AnbieterInnen + weitere)

weitere Arbeitsgruppen

Innovationsformate

Arbeitsgruppe
Angebotsentwicklung /
Innenstadt Abend

Einladungen zu Aktivitäten

Tourismus-Barometer, bestehend aus:

- ✓ Statistikdaten
- ✓ Gästebefragung
- ✓ Befragung Betriebe & MA
- ✓ Strategie Review

Grobübersicht Vorhaben (Auswahl)



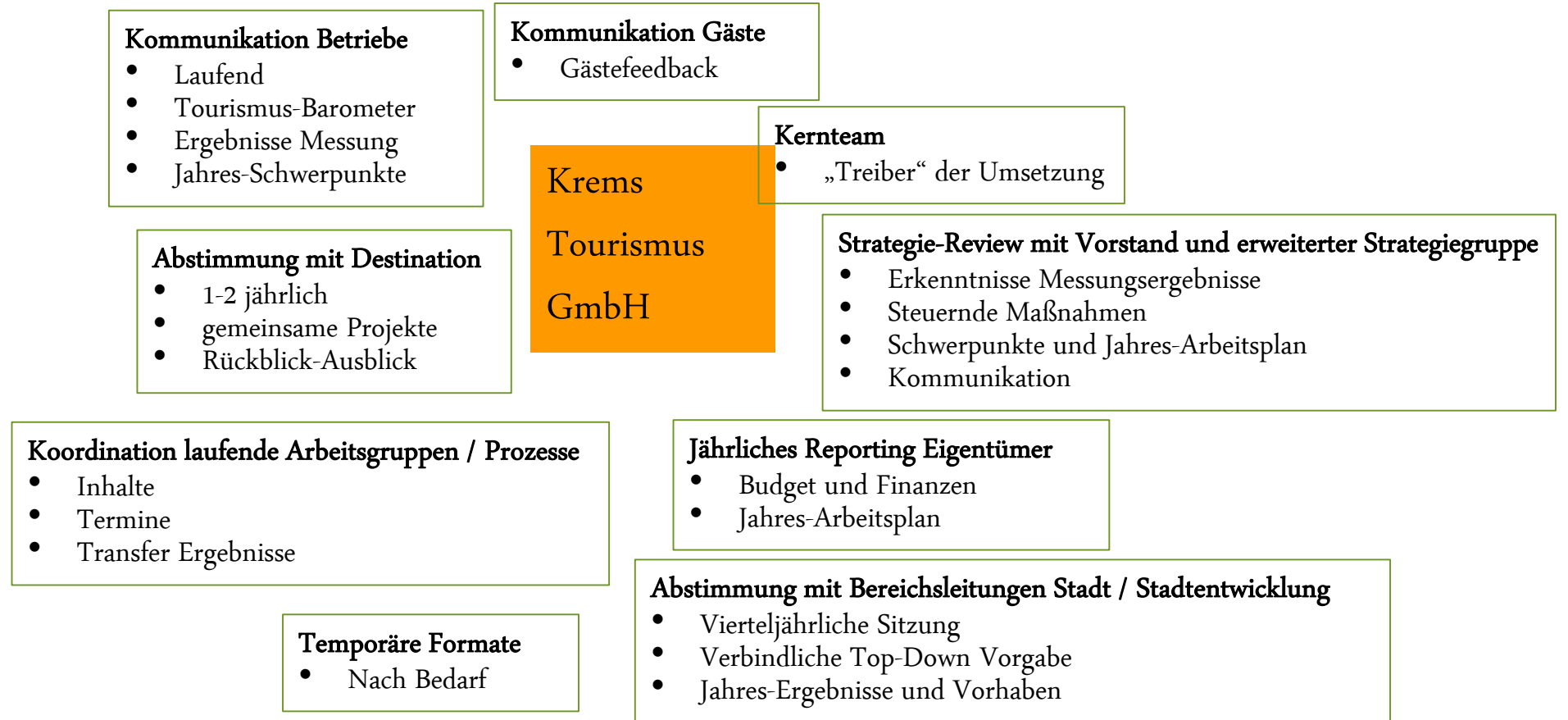
Nächste Schritte

Zur Umsetzung der Strategie werden folgende nächste Schritte gesetzt:

- ✿ Beschluss der Strategie durch den Gemeinderat
- ✿ Arbeitsgruppe „Angebotsentwicklung / Innenstadt Abend“
- ✿ Arbeitsgruppe Geschäftstourismus (MICE)
- ✿ Start Projekt „Foto-Plattform“
- ✿ Tourismusbarometer: Gästebefragung, Vorbereitung Befragung Betriebe

- ✿ Funktion der Kommunikations-Plattform
- ✿ Aufsetzen der Strukturen und Schnittstellen, Abstimmungstreffen
- ✿ Planung Kommunikationsmaßnahmen Baustellen
- ✿ Screening mögliche Förderprojekte / Kooperationsprojekte
- ✿ Vorbereitung Arbeitsplan 2017

Empfehlungen für Schnittstellen



Strategieerstellung

Jänner bis Mai 2016

Strategie-Suite bestehend aus:

- 3 halbtägigen Workshops
- 10 ergänzende Fachgespräche
- Feedbackschleifen
- Studien, Daten, Fachliteratur

54 AkteurInnen aus Tourismus, Wirtschaft, Verwaltung und Politik aktiv beteiligt:

Harald Aufreiter, Dr. Judith Bauer, Mag. Barbara Brandner-Mosser, Mag. Birgit Brandner Wallner, Erni Breith, Doris Denk, Vbgm. Mag. Wolfgang Derler, Adelheid De Durand, Christine Emberger, Michael Frödrich, Mag. Daniela Freistetter, Andrea Grech-Alt, Eva-Maria Gruber, Mag. Karl Hallbauer, Markus Hann, Mag. Beatrix Henneis-Kohlbauer, Mag. Thomas Hagmann, Martina Hackel, Mag. (FH) Barbara Pia Hartl, Gabriela Hüther, Gudrun Ilkerl, Albert Kisling MSc, MAS, Astrid Klinglhuber, Mag. Sharon Kohlberg, Doris Karl, Maria Kwasnitzka, Karl Leopold, Birgit Müller, Klaus Moser, DI Wolfram Mosser, Georg Mantler, Dipl. Ing. (FH) René Matous, Mag. (FH) Karmen Mentil, Sabina Panlehner, Mag. Christina Petz, Bgm. Dr. Reinhard Resch, Otto Raimitz, Carina Ratzer, Peter Sigmund MBA, Dr. Franz Schönfellner, Harald Schindlegger, Mag. Bernhard Schröder, DI Dr. Matthias Slatner, Sebastian Streibl, Helma Stritzik, Marta Szeplaki, DI Wolfgang Vrzal, Mag. Heinrich Wallner, Mag. (FH) Tina Weiss, Mag. (FH) Angelika Wurm, Mag. Hannes Zimmermann, Mag. Elisabeth Zettl, Eva Zwirner, Cornelia Zeilinger

Ihre Plattform & Kontaktstelle



Marta Szeplaki

Gabriela Hüther

Cornelia Zierlinger

Krems Tourismus GmbH

Utzstr. 1

3500 Krems an der Donau, Österreich/Donau

Tel. +43 2732 82676

Fax +43 2732 70011

willkommen@krems-tourismus.at

www.krems.info

Auftraggeber:

Krems Tourismus GmbH
Utzstraße 1
3500 Krems

Auftragnehmer:

ÖAR Regionalberatung GmbH
Fichtegasse 2/17
1010 Wien

3. Mai 2016 | V2 Arbeitsfassung

MIT UNTERSTÜTZUNG VON LAND UND EUROPÄISCHER UNION



Europäischer
Landwirtschaftsfonds für
die Entwicklung des
ländlichen Raums:
Hier investiert Europa in
die ländlichen Gebiete

