

Der Sommer im SalzburgerLand wird „still oder prickelnd“

Neue Sommerkampagne wurde offiziell präsentiert

Die SalzburgerLand Tourismus GmbH (SLTG) stellte am Mittwoch ihre neue Sommerkampagne vor – und es war kein Zufall, dass der Zeitpunkt der Präsentation auf den Internationalen Tag des Wassers fiel. Denn das heimische Wasser steht im Mittelpunkt der Kampagne mit dem Motto „SalzburgerLand – Still oder Prickelnd“. Themen beim Medientermin waren außerdem die Vorreiterrolle des SalzburgerLandes bei nachhaltigem Tourismus, die Reisetrends für den kommenden Sommer und ein erster Rückblick auf die noch laufende Wintersaison.

Landeshauptmann **Dr. Wilfried Haslauer** präsentierte die aktuelle Tourismusstatistik, die von November bis Februar ein knappes Minus von 149.542 Nächtigungen (-1,4%) im Vergleich zum Vorjahr aufweist. *„Der Hauptgrund ist die ungünstige Feiertagslage in diesem Winter und dass im Vergleich zum Februar 2016 aufgrund des vergangenen Schaltjahres heuer ein Tag wegfällt“*, erklärte **LH Dr. Haslauer**. So waren der Heilige Abend und Silvester dieses Mal jeweils ein Samstag – was viele Urlauber dazu veranlasste, ihre Anreise auf den darauffolgenden Montag zu verschieben und den Aufenthalt damit um zwei Tage zu verkürzen. *„Und dennoch ergeben die aktuellen Zahlen das historisch zweitbeste Winterergebnis im Zeitraum von November bis Februar.“*

Bereinigtes Februar-Ergebnis bringt sogar leichtes Plus

Dass der Rückgang vor allem auf den Dezember (-9,5% bei den Nächtigungen) zurückzuführen ist, zeigen auch die Zahlen aus den Monaten November (+5,2%) und Jänner (+3,2%). Im Februar gab es einen leichten Rückgang von -1,8%. Interessant: Bereinigt man den **Vergleichswert vom Februar 2016 (Schaltjahr) auf 28 Tage**, bedeutet dies im **Februar 2017 ein Plus von 1,7%** und damit in **der bisherigen Saison (November – Februar) sogar einen leichten Zuwachs von 0,1%**.

Der Landeshauptmann strich darüber hinaus ein weiteres, sehr positives Faktum hervor: *„Das SalzburgerLand kann im Vergleich mit den anderen alpinen Bundesländern in Österreich die mit Abstand besten Zahlen vorweisen. Angesichts der schwierigen Ausgangslage in diesem Winter können wir also bisher durchaus zufrieden bilanzieren“*, sagte Haslauer, der darauf verwies, dass neben den Nächtigungen auch die Wertschöpfung der Betriebe als Indikator für die touristische Bilanz von besonderer Bedeutung ist.

Gute Sommer-Aussichten für das SalzburgerLand

Ausgesprochen positiv sind die Erwartungen der Salzburger Tourismuswirtschaft für den kommenden Sommer. Gestützt ist dieser Optimismus einerseits auf einen sehr langfristigen Trend: In den vergangenen zehn Jahren stiegen die Nächtigungen in den Sommermonaten um knapp 30% an, das Nächtigungsverhältnis zwischen Sommer und Winter näherte sich dementsprechend an und liegt im SalzburgerLand mittlerweile bei 45:55%. Andererseits lassen auch aktuelle Entwicklungen und Marktforschungsstudien auf einen erfolgreichen Sommer 2017 schließen.

**SalzburgerLand
Tourismus GmbH**

Wiener Bundesstraße 23
Postfach 1
5300 Hallwang | Salzburg
AUSTRIA

T +43 662 6688 0
F +43 662 6688 66

info@salzburgerland.com
www.salzburgerland.com

PRESSEKONTAKT

Michaela Obernosterer
Chefredaktion PR-
und Contentmanagement

m.obernosterer@
salzburgerland.com
T +43 662 6688 77
M +43 664 8066 8877

Gernot Hörwertner
Unternehmens-
kommunikation und
Contentmanagement

g.hoerwertner@
salzburgerland.com
T +43 662 6688 75
M +43 664 8066 8875

Andrea Bodner, BA
PR- und
Contentmanagement

a.bodner@
salzburgerland.com
T +43 662 6688 76

Die **Deutsche Reiseanalyse** etwa weist für Deutschland – den wichtigsten Quellmarkt für den Tourismus im SalzburgerLand – eine erneute Steigerung bei der Urlaubsreiseintensität im Jahr 2017 aus. Beim Interesse der Deutschen, eine bestimmte Destination in den nächsten drei Jahren zu besuchen, sieht sie Österreich an dritter Stelle der Auslandsziele hinter Spanien und Italien. Bei Kurzurlaubsreisen ins Ausland ist Österreich bereits seit vielen Jahren Marktführer, konnte die Spitzenposition im vergangenen Jahr aber sogar noch ausbauen.

Der **ADAC Reisemonitor** wiederum sieht Sicherheit mittlerweile als ein Hauptkriterium bei der Urlaubsplanung (55% der Befragten fühlen sich durch Berichte über terroristische Anschläge bei ihrer Urlaubsplanung stark oder sehr stark beeinflusst) und prognostiziert eine weitere Verschiebung in Richtung sicherer Nahziele wie dem SalzburgerLand.

Nachhaltigkeit im Tourismus gefragt

Vor allem aber trifft das Angebot des SalzburgerLandes einen touristischen Zeitgeist: So haben die **Vereinten Nationen (UN)** das Jahr 2017 zum „Internationalen Jahr des nachhaltigen Tourismus“ erklärt. Ein Thema, dessen Relevanz die Deutsche Reiseanalyse bereits 2014 bestätigte: Demnach haben bereits über 30% der Deutschen großes Interesse an einem möglichst ökologisch und sozial verträglich, ressourcenschonend und umweltfreundlich gestalteten Urlaub.

SLTG-Geschäftsführer **Leo Bauernberger** hob in diesem Zusammenhang die Vorreiterrolle des SalzburgerLandes bei nachhaltigen Tourismusformen hervor: „Seit mehr als 20 Jahren setzen wir in unserer touristischen Produktentwicklung auf die drei Säulen ökologische, soziale und ökonomische Nachhaltigkeit.“ Aus dieser Strategie hervorgegangen sind erfolgreiche Angebotsthemen und Produktlinien wie der **Salzburger Bauernherbst**, der **Salzburger Almsommer**, die **Via Culinaria** oder das **BioParadies SalzburgerLand**.

Neue Sommerkampagne: „SalzburgerLand – Still oder Prickelnd“

Perfekt zu dieser Strategie passt auch die neue Sommerkampagne der SLTG. Zentrales Element dabei: das heimische Wasser. Über 250 kristallklare Bergseen, unzählige alpine Quellen und Thermalquellen, die wissenschaftlich belegte erstklassige Qualität der Flüsse und Seen und nicht zuletzt Wasser-Superlative wie Europas höchste Wasserfälle machen das SalzburgerLand zu einem erfrischenden Paradies im Sommer.

Das in Zukunft noch mehr Menschen anziehen wird, wie **Leo Bauernberger** betonte: „*Sauberes Trinkwasser ist – auch in Europa – keine Selbstverständlichkeit, in vielen Regionen der Erde ist Trockenheit ein ernsthaftes Thema. Unser Wasser ist also ein wertvolles Gut, das bei der Urlaubsentscheidung eine immer wichtigere Rolle spielen wird. Es ist daher der richtige Zeitpunkt für diese Kampagne.*“



Erfrischend ist auch das Kampagnen-Motto: „**SalzburgerLand – Still oder Prickelnd**“. **Bauernberger**: „*Im SalzburgerLand begegnet einem das Wasser in einer wunderbaren Vielfalt: als rauschender Gebirgsbach, als wohltuendes Heilwasser, als funkelnder Bergsee, als tosender Wasserfall oder in einer spektakulären Klamm. Man kann hier Wasser in aller Ruhe oder in voller Action erleben – und genau das möchten wir unseren Gästen zeigen.*“

Flankiert wird die Kampagne von entsprechenden buchbaren Angeboten in den Regionen, vom „Kunst, Kräuter und Heilwasser“-Urlaub in Bad Gastein bis zur ausgefallenen Idee des „Regenwanderns“ im Tennengau.

Salzburger Lungau verspricht „Urlaub, der erdet“

Im Salzburger Lungau – übrigens die Region mit den meisten Bergseen in Europa – haben sich neun Gastgeber zusammengeschlossen und buchbare Packages rund um die Trend-Themen Auszeit, Entschleunigung und Digital Detox geschnürt. Das Angebot reicht dabei vom traditionellen Bauernhof über die moderne Selbstversorgerhütte ohne Handy-Anschluss bis zum innovativen Wellnesshotel und fügt sich unter dem Motto „**Echt.Sein. Salzburger Lungau – Urlaub, der erdet**“ in die „Still oder Prickelnd“-Kampagne ein.

„*Der Salzburger Lungau ist eine Vorzeigeregion, wenn es um Nachhaltigkeit im Tourismus geht*“, freut sich **Leo Bauernberger** und nennt den Biosphärenpark als ein perfektes Beispiel für einen bewussten Umgang mit den eigenen Ressourcen. „*Diese Region hat immer wieder ein feines Gespür und Innovationsgeist bei der touristischen Angebotsentwicklung bewiesen.*“

Mehr zu den Angeboten unter: www.salzburgerland.com/de/echt-sein/

Ab Sommer 2017: Thermalwasser-Badeseen in Gastein

Ein anderes neues, aufsehenerregendes Angebot gibt es ab diesem Sommer in einer Region, die schon historisch gesehen eng mit dem Wasser verbunden ist. In der **Alpentherme Gastein** werden im Juli 2017 – österreichweit einzigartig – zwei Thermalwasser-Badeseen mit einer Gesamtfläche von 1700 m² eröffnet. „*Mit dieser Angebots-Erweiterung schärfen wir einerseits unsere Positionierung als familienfreundliche Gesundheitstherme und schaffen andererseits eine touristische Belebung der Sommersaison*“, so **Klaus Lemmerer**, Geschäftsführer der Alpentherme Gastein.

Für die Angebots-Erweiterung wird ein Teil des Kurparks von Bad Hofgastein dem Thermenareal angeschlossen. Der mit 1300 m² größere See wird im Bereich der Relax World errichtet, ein zweiter See mit 370 m² wird in den Saunabereich integriert. Die erste Befüllung und die tägliche Nachspeisung erfolgt mit reinem Gasteiner Thermalwasser.

Mehr zu den Thermalwasser-Badeseen unter: www.alpentherme.com



Neuer Imagefilm als Visitenkarte des SalzburgerLandes

Beim Medientermin am Mittwoch wurde auch der neue SalzburgerLand-Imagefilm präsentiert. Ein Film, der das touristische Profil der Destination schärft und getragen wird vom Markenkern des SalzburgerLandes: „**Die höchste Erlebnisdichte in Europa**“. Authentische, menschlich nahe Bilder aus Sommer und Winter sind eingebettet in ein wiederkehrendes Rahmenmotiv: Die Gestaltung der Marke SalzburgerLand durch den Salzburger Künstler Hans Weyringer.

Der rund dreiminütige Film wurde von der Kreation bis zur Produktion von der SLTG umgesetzt. Applaus kam dafür auch vom Landeshauptmann: „*Hier ist ein Film gelungen, der auf bisher ungesehene Art und Weise Lust auf Urlaub im SalzburgerLand macht. Auch für mich ist er – etwa bei Reisen ins Ausland – eine Visitenkarte, die man gerne herzeigt*“, so **Dr. Wilfried Haslauer**.

Digitalisierungsoffensive der SLTG

Weitere Bewegtbildformate entstehen in regelmäßigen Abständen und sind das Ergebnis der aktuellen Digitalisierungsoffensive der SLTG. Ein besonderer Fokus liegt dabei auf Authentizität und Qualität der Produktionen. Einen großen Impact erreichte erst kürzlich das Video „Herbstzeitlos im SalzburgerLand“, das sich auf der Online-Videoplattform Youtube über mittlerweile knapp 150.000 Views und über die Nominierung für den Österreichischen Staatspreis in der Kategorie Wirtschaftsfilm freut. Die Preisverleihung findet am 30. März statt.

Ein anderes Vorzeigeprojekt ist die Online-Serie „**Meisis Reise durchs SalzburgerLand**“, deren erste Folgen seit Anfang März auf Youtube zu sehen sind. In der Serie entdeckt SalzburgerLand-Botschafterin **Alexandra Meissnitzer** besonders authentische und genussvolle Seiten ihrer Heimat – vom Streifzug durch den Rauriser Urwald mit dem Nationalpark-Ranger bis zum Bauernkrapfen-Backen mit der Almbäuerin.

Der SalzburgerLand Youtube-Kanal unter: www.youtube.com/salzbürgerland

Neben der konsequenten Erweiterung des Videomarketings setzt die SLTG im Bereich der sozialen Medien auf ein immer größeres Netzwerk an Influencern – Menschen, die auf Plattformen wie Facebook, Instagram oder mit ihren persönlichen Blogs eine sehr große Reichweite erzielen. So berichtete **Leo Bauernberger**: „*Wir haben in diesem Sommer fünf der am besten zu unserer Zielgruppe passenden Influencer eingeladen, um das SalzburgerLand auf ihre Weise zu entdecken. Die dabei entstandenen Videos, Bilder und Stories teilen sie auf ihren Kanälen hunderttausendfach und werden so zu ganz besonderen SalzburgerLand-Testimonials.*“



Wichtigste Sommermärkte werden crossmedial bespielt

Ein Mix aus neuen und traditionellen Kanälen prägt die Sommer-Kommunikation in den wichtigsten Quellmärkten. Die Highlights: Im **deutschsprachigen Raum** eine crossmediale Kampagne gemeinsam mit der Ferienregion Nationalpark Hohe Tauern sowie das SalzburgerLand-Special der Illustrierten BUNTE, in den **Niederlanden** eine Hörfunkkampagne auf einem der reichweitenstärksten Radiosender, in **Großbritannien** eine Kooperation mit dem wichtigsten Bike-TV-Sender zur gezielten Bewerbung der Mountainbike- und Rad-Touren sowie in **Italien** das SalzburgerLand-Spezial des beliebten Reise- und Lifestyle-Magazins DOVE. Und schließlich gibt es im kommenden Sommer ein verstärktes **Airline-Marketing** mit den SalzburgerLand-Partnern **Eurowings** und **British Airways** zur Bewerbung der Flüge aus den europäischen Metropolen nach Salzburg.