



INFORMATION

zur Pressekonferenz

mit

Markus ACHLEITNER

Wirtschafts- und Tourismus-Landesrat

Mag. Andreas WINKELHOFER

Geschäftsführer Oberösterreich Tourismus

am 17. Dezember 2019

zum Thema

“Historisches Rekord- & Reformjahr für den Tourismus in Oberösterreich”

Erfolgreichstes Tourismusjahr aller Zeiten

Tourismus-Strukturreform ist abgeschlossen

Landes-Tourismusstrategie 2022 wird mit voller Kraft umgesetzt

www.oberoesterreich.at / www.markus-achleitner.at

Impressum

Medieninhaber & Herausgeber:
Amt der Oö. Landesregierung
Direktion Präsidium
Abteilung Presse
Landhausplatz 1 • 4021 Linz

Tel.: (+43 732) 77 20-114 12
Fax: (+43 732) 77 20-21 15 88
landeskorrespondenz@ooe.gv.at
www.land-oberoesterreich.gv.at

Kurzfassung

2019 ist das bisher erfolgreichste Tourismusjahr

Strukturreform der Tourismusverbände abgeschlossen

8,5 Millionen Nächtigungen und 3,25 Millionen Gästeankünfte im Tourismusjahr 2019 sind das beste Ergebnis für Oberösterreichs Tourismus- und Freizeitwirtschaft seit Beginn der Erfassung der Tourismusstatistik. „Die größte Strukturreform in der Geschichte des Tourismus in Oberösterreich, die mit dem OÖ Tourismusgesetz 2018 angestoßen wurde, beginnt Früchte zu tragen“, zeigt sich Wirtschafts- und Tourismus-Landesrat Markus Achleitner zufrieden und verkündet einen punktgenauen Abschluss der Fusionsprozesse der oberösterreichischen Tourismusverbände: „Gestern, am 16. Dezember 2019, hat die Oberösterreichische Landesregierung die Verordnung verabschiedet, mit der aus den ursprünglich 104 Tourismusverbänden nun 19 schlagkräftige Organisationseinheiten entstehen.“

Nach der strategischen und organisatorischen Neu-Ausrichtung der Landes-Tourismusorganisation und ihrer Gremien ist mit der Neuordnung der Verbände nun ein weiterer wichtiger Aspekt des OÖ Tourismusgesetzes umgesetzt. „Diese neuen Strukturen und die damit verbundenen neu gestalteten Kommunikationsroutinen gewährleisten eine abgestimmte, verbindliche Planung und Umsetzung der Landes-Tourismusstrategie 2022. Während Strategieboard und Generalversammlung als strategische Steuerungsgremien agieren, werden in der Allianz der Tourismusverbände und Oberösterreich Tourismus – ‚OÖ20‘ - sowie in themenbezogene Marketingkooperationen (z.B. Skigebiete, Gesundheitstouristische Leitbetriebe, Geschäftstourismus) Urlaubserlebnisse für den Gast entwickelt und vermarktet. Hier werden insbesondere auch gemeinsam Maßnahmen zur Entwicklung der Meilensteine Digitalisierung, Menschen (Professionalisierung), Naturräume und Kulinarik vorangetrieben. Eine an den strategischen Maßgaben ausgerichtete Standort-, Finanzierungs- und Förderpolitik des Landes begleitet die erfolgreiche Umsetzung der Ziele, die wir uns in der Landes-Tourismusstrategie 2022 gesetzt haben“, ergänzt Landesrat Achleitner.

Wirtschafts- und Tourismus-Landesrat Markus ACHLEITNER:

Mehr als 8,5 Millionen Nächtigungen in Oberösterreich

Neuordnung der Verbandsstrukturen umgesetzt

Marktfähige Struktur und klare Strategie sichern die Zukunft der Tourismuswirtschaft

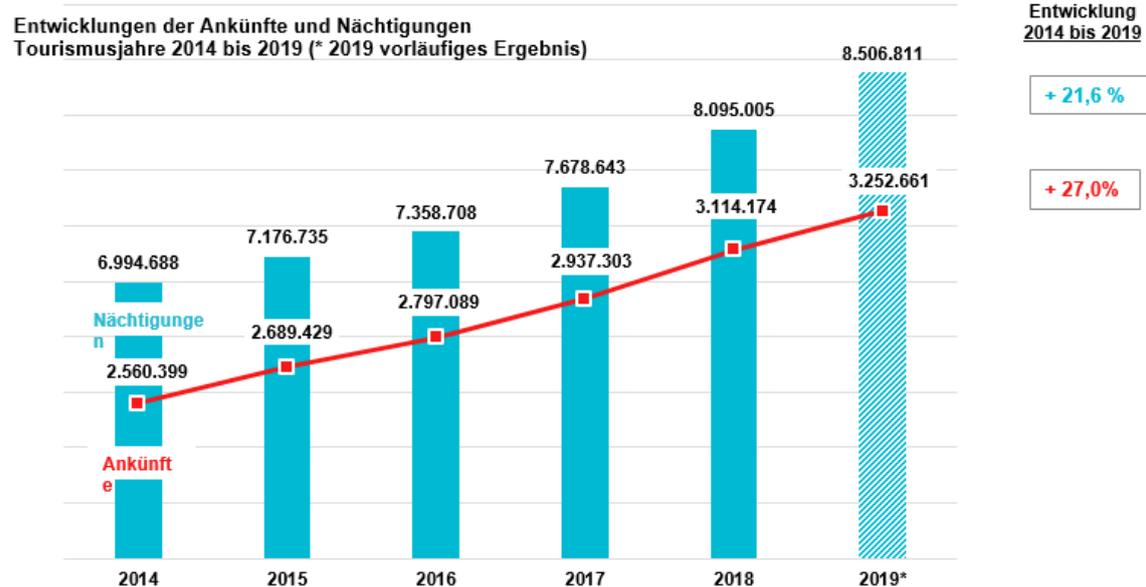
Das Tourismusjahr 2019 brachte für Oberösterreich das beste Ergebnis seit Erfassung der Tourismusstatistik – und zwar sowohl bei den Ankünften als auch bei den Nächtigungen. Mehr als 8,5 Millionen Nächtigungen von November 2018 bis Oktober 2019 bedeuten einen Zuwachs um 5,1 Prozent im Vergleich zum Vorjahr. Um 4,5 Prozent legten die Gästeankünfte auf insgesamt 3,25 Millionen zu. Der erfreuliche Trend spiegelt sich auf den strategischen Kern- und Potenzialmärkten durchgehend wider: Plus 3,3 Prozent Nächtigungen auf dem Heimmarkt Österreich werden von der Nächtigungsentwicklung auf den Kernmärkten Deutschland (+4,4 Prozent), Tschechien (+10,8 Prozent), Polen (+17,2 Prozent) und der Slowakei (+8,8 Prozent) noch übertroffen. Mit 16,3 Prozent Nächtigungsplus tragen Gäste aus dem Potenzialmarkt China zum besten Tourismusjahr aller Zeiten bei.

Entwicklung Kern- und Potenzialmärkte im Tourismusjahr 2019

Nächtigungen November 2018 bis Oktober 2019 im Vergleich zum Vorjahr



„Diese erfreulichen Zahlen zeigen eindrucksvoll, dass die großen Weichenstellungen, die wir in den vergangenen Jahren im touristischen System Oberösterreichs vorgenommen haben, auf einen richtigen Weg geführt haben. Die touristische Strukturreform auf Basis des OÖ Tourismusgesetz 2018 und die neu koordinierte strategische Ausrichtung und Zusammenarbeit tragen Früchte“, freut sich Wirtschafts- und Tourismus-Landesrat Markus Achleitner.



Große Strukturreform des Tourismus abgeschlossen 19 schlagkräftige Tourismusverbände in Oberösterreich

Die bisher größte Strukturreform in der Geschichte der oberösterreichischen Tourismuswirtschaft nahm ihren Ausgang im neuen OÖ Tourismusgesetz, das im Februar 2018 nach gründlicher Vorbereitung in Kraft getreten ist. „Ziel war und ist es, professionelle und marktfähige Strukturen zu schaffen, um durch die Bündelung von Ressourcen und Budgets international mehr Sichtbarkeit für Oberösterreich zu erreichen und die touristische Wertschöpfung im Land zu erhöhen. Aus den bis dahin 104 großteils eingemeindigen Tourismusverbänden gingen 19 neue Verbände hervor, die durch ihre Nächtigungsrelevanz und budgetäre Ausstattung die nötige Schlagkraft auf den touristischen Märkten mitbringen. Mit der Verordnung von 19 Tourismusverbänden durch die

Oberösterreichische Landesregierung am 16. Dezember 2019 ist dieser Prozess nach der zweijährigen Übergangsfrist pünktlich und den Vorgaben entsprechend abgeschlossen“, verkündet Landesrat Achleitner zufrieden.

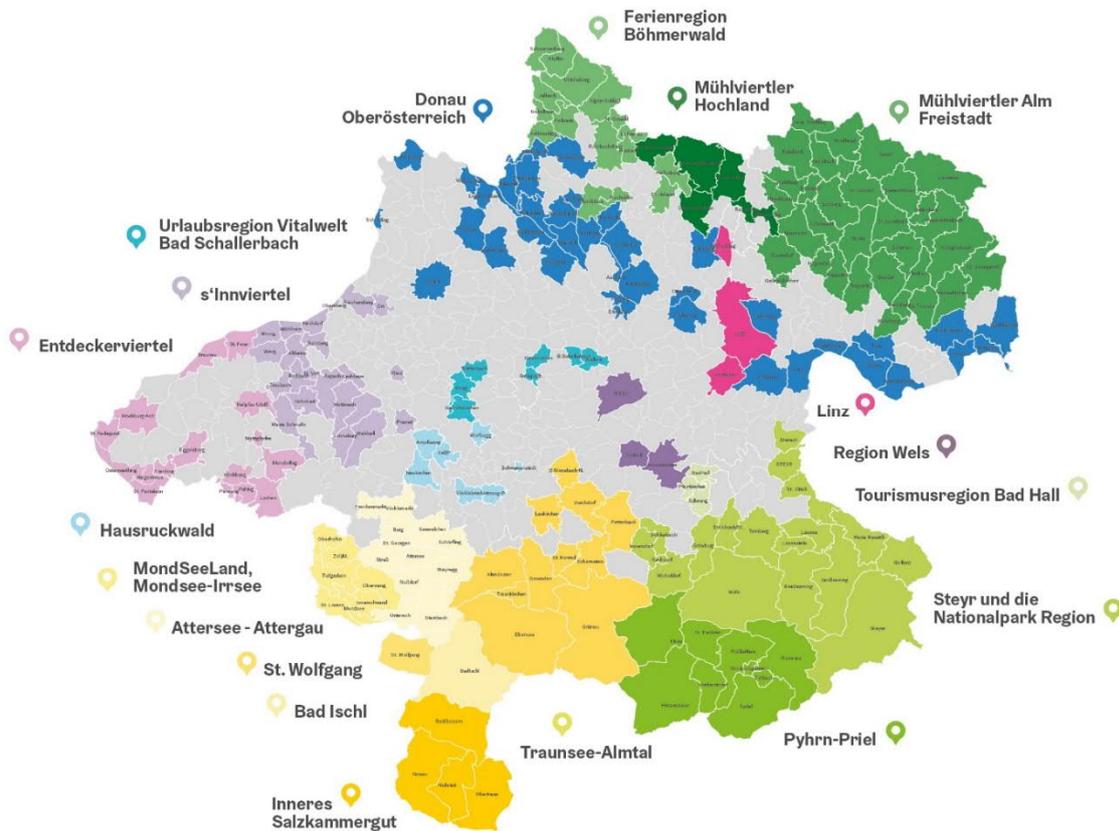


Abbildung Tourismusstruktur Oberösterreich per 1.1.2020

Als Rahmengrößen für Tourismusverbände schreibt das OÖ Tourismusgesetz 2018 eine Untergrenze von 600.000 Euro an jährlichem Finanzierungsaufkommen aus Tourismusbeiträgen und -abgaben sowie von 200.000 Nächtigungen vor. Entsprechend dieser Regelungen sind in den vergangenen zwei Jahren folgende Tourismusverbände neu entstanden bzw. um Gemeinden erweitert worden:

- Am 1. Jänner 2018: Mühlviertler Hochland, Region Wels
- Am 1. Jänner 2019: Attersee-Attergau, Donau Oberösterreich, Entdeckerviertel, Steyr und die Nationalpark Region, Traunsee-Almtal, Urlaubsregion Vitalwelt Bad Schallerbach

- Am 1. Jänner 2020: Ferienregion Böhmerwald, Hausruckwald, Linz, Mühlviertler Alm Freistadt, S'Innviertel
- Unverändert bleiben bestehen: Bad Ischl, Inneres Salzkammergut, MondSeeLand – Mondsee-Irrsee, Pyhrn-Priel, St. Wolfgang im Salzkammergut, Tourismusregion Bad Hall

Zusätzlich verlangt das Gesetz moderne Organisations-Strukturen der Tourismusverbände, die an eine GmbH mit Aufsichtsrat und hauptamtlicher Geschäftsführung angelehnt sind. Bei den dadurch notwendig gewordenen Prozessen der Organisations- und Strategieentwicklung wurden die Tourismusverbände unter Berücksichtigung der jeweils individuellen Ausgangslagen und Besonderheiten von Oberösterreich Tourismus professionell begleitet und unterstützt. „Diese Prozesse dauern auch nach der Errichtung der Tourismusverbände weiter an. Denn nach Abschluss der Fusionsprozesse gilt es nun für die neuen Verbände ihre Generalversammlung einzuberufen, Aufsichtsrat und Geschäftsführung zu bestellen, die strategische Ausrichtung festzulegen und diese anschließend in konkreten Maßnahmen umzusetzen. Auch dabei wird Oberösterreich Tourismus die Verbände beratend und unterstützend begleiten. Damit die Kräfte, die durch diese Reform freigesetzt werden auch auf den Märkten und letztlich beim Gast sicht- und spürbar werden“, kündigt Landesrat Achleitner an.

Weitere Meilensteine des OÖ Tourismusgesetzes 2018 waren

- die Restrukturierung der Landes-Tourismusorganisation als „Oberösterreich Tourismus GmbH“,
- die Einrichtung des Strategie-Boards als breit aufgestelltes, beratendes Expertengremium,
- die Konkretisierung der Aufgabenteilung zwischen Landes-Tourismusorganisation und Tourismusverbänden sowie
- die Einführung der einheitlichen Ortstaxe von 2 Euro und der Freizeitwohnungspauschale in allen Gemeinden Oberösterreichs.

Landes-Tourismusstrategie konsequent in der Umsetzung Vernetzte und koordinierte Maßnahmen-Planung

„Das moderne gesetzliche Regelwerk und die darauf aufbauenden neuen Strukturen sind die Voraussetzung für die konsequente und erfolgreiche Umsetzung der Landes-Tourismusstrategie 2022 und der darin verankerten partnerschaftlichen Kooperation, auch über die Branche hinaus. Die Strategiepartner Land Oberösterreich, WKO Oberösterreich und Oberösterreich Tourismus haben schon im Prozess der Strategiefindung einen breiten Ansatz gewählt, der neben dem intensiven Dialog innerhalb der Tourismusbranche mit der Einbindung externer Experten den Blick ganz bewusst über den touristischen Tellerrand hinaus geschärft hat“, betont Landesrat Achleitner. Dieser Weg wird in der laufenden Umsetzung der strategischen Vorgaben konsequent weiterverfolgt.

Land Oberösterreich fördert touristische Projekte Neue Hotels und mehr Gästebetten für Oberösterreich

Um die organisatorische und strategische Neuausrichtung des touristischen Systems zielgerichtet zu stärken verfolgt das Land Oberösterreich eine akkordierte Standort-, Finanzierungs- und Förderpolitik. „Investitionen in die Produkt- und Angebotsentwicklung sowie in die touristische Infrastruktur stärken die Tourismuswirtschaft in ihrer Gesamtheit, sichern Wertschöpfung, Arbeitsplätze und Lebensqualität“, erklärt Landesrat Achleitner die Zielsetzung.

Zusätzlich stärkt das Land Oberösterreich die Umsetzung der Landes-Tourismusstrategie mit Förderprogrammen, die sich an den Meilensteinen und Aktionsfeldern der Landes-Tourismusstrategie 2022 orientieren. Erst kürzlich wurden Mittel in der Höhe von rund 1 Million Euro für Leitprojekte der Destinationsmarken und Schwerpunktprojekte der Tourismusverbände vergeben, die auf die Entwicklung und Stärkung des Nächtigungstourismus in den Themen Naturräume und/oder Rad/E-Bike-Tourismus abzielen. Drei Destinationsmarken (Salzkammergut für die „Sommerfrische reloaded“, Linz für das Produktentwicklungs- und Vertriebsprojekt „#zukunfddenken“ und Donau

Oberösterreich für das Projekt „Radwegenetz Donau Oberösterreich – Donauradweg reloaded“) sowie drei Tourismusverbände (MondSeeLand für das Projekt sich als erste „Green Destination“ Europas zu positionieren, Traunsee-Almtal für das Projekt einer nachhaltigen Waldurlaubs-Destination und die Region Wels für die Produktentwicklungen „Genuss auf zwei Rädern“) werden von Jänner 2020 bis Juni 2022 mit bis zu 50 Prozent der Projektkosten gefördert.

Neben neuen touristischen Produkten bleibt gleichzeitig die touristische „Hardware“ im Fokus, also Hotels und zusätzliche Gästebetten, die den Qualitätstourismus in Oberösterreich stärken. Eine ganze Reihe neuer Betriebe wurde erst kürzlich eröffnet (ALPRIMA Aparthotel Hinterstoder mit 330 Betten, das Ramenai „Böhmerwaldlerdorf“ mit seinen acht Hütten mit einer Kapazität zwischen zwei und 14 Personen sowie das Motel One mit 111 Zimmern und das Amedia Hotel mit 97 Zimmern in Linz) oder befindet sich in Bau bzw. in der Planungsphase (Hotel Ibis Wels, spinnerei-design-hotel Linz Ebelsberg, JUFA Hotel Engelhartzell, Hotel Stadtgut Steyr, ARCOTEL Linz im Rahmen des Projekts „NeuBau 3“ in der Tabakfabrik Linz, DORMERO Hotel Linz).

„Alle diese Reformen und Entwicklungen – die neue Tourismusstruktur für Oberösterreich, die breit angelegte Strategiepartnerschaft, die tiefe Vernetzung in der Planung und Umsetzung von Marktmaßnahmen und eine konsequent an strategischen Maßgaben ausgerichtete Förderpolitik – schaffen erst die Voraussetzungen für die erfolgreiche Umsetzung der Landes-Tourismusstrategie 2022. Die Klarheit in Organisation und Zusammenarbeit gibt dem Tourismussystem die Stärke, um über die Branchengrenzen hinaus Netzwerke zu knüpfen und Allianzen einzugehen – mit starken Wirtschaftsunternehmen, mit Kultur, Sport und Landwirtschaft – um gemeinsam die zukünftigen Herausforderungen für die Tourismuswirtschaft in Angriff zu nehmen“, resümiert Wirtschafts- und Tourismus-Landesrat Achleitner.

Mag. Andreas Winkelhofer, Geschäftsführer Oberösterreich Tourismus:

Landes-Tourismusstrategie 2022 konsequent in Umsetzung

Die Neugestaltung des touristischen Systems ermöglicht eine abgestimmte Planung und professionelle Umsetzung der in der Landes-Tourismusstrategie 2022 definierten Meilensteine und Aktionsfelder. Zwischen der Generalversammlung des Oberösterreich Tourismus, dem Strategie-Board als beratendem und steuerndem Expertengremium und dem neuen Format der „ÖÖ 20“ – dem Planungs- und Austauschforum der 19 Tourismusverbände mit Oberösterreich Tourismus – stellt ein koordinierter Planungs- und Austauschzyklus die Einbindung aller relevanten touristischen Entscheidungsträger und damit die koordinierte Umsetzung der vereinbarten Maßnahmen sicher.

Darüber hinaus wurde und wird auch weiterhin in unterschiedlichen Themen- und Angebotsgruppen das Netzwerk branchenübergreifend ausgebaut. So können etwa in Kooperation mit starken Wirtschaftsunternehmen neue, zusätzliche Gästeschichten angesprochen werden (Bsp. KTM im Radtourismus, Fischer Ski und Intersport im Wintertourismus). Sport, Kultur oder Landwirtschaft bieten ebenso Möglichkeiten und Synergien für eine internationale Marktbearbeitung. Die klare Fokussierung auf strategische Kernmärkte (Österreich, Deutschland, Tschechien, Slowakei und Polen) und Potenzialmärkte (China, Südkorea) sowie die konsequente Marktbearbeitung in enger Abstimmung und Kooperation mit Betrieben, Angebotsträgern und Tourismusverbänden bewirkt eine klare Positionierung Oberösterreichs und zeigt positive Auswirkungen in der Nächtigungsstatistik.

Die strategischen Meilensteine zielen einerseits auf das Innere des touristischen Systems: Sie heben die Service- und Dienstleistungsqualität im Tourismus (etwa durch Qualifizierungsprogramme oder Maßnahmen zur Steigerung der Tourismusgesinnung) und fördern die digitale Kompetenz in der Branche. Zum anderen sind Meilensteine definiert, die auf einer starken Gäste- und Marktorientierung aufbauen. Diese Meilensteine „Naturräume“ und „Kulinarik“

gilt es gemeinsam zu entwickeln und in den Vordergrund der Kommunikation zu stellen. Beides Schwerpunkte, die den gesellschaftlichen Bedürfnissen nach Natur-Erlebnis und Genuss regionaler Produkte/Lebensmittel entsprechen. „Der Gast entscheidet sich für Erlebnisse, Begegnungen und Genuss. Digitalisierung bleibt ein Mittel zum Zweck – sie vereinfacht, ermöglicht und unterstützt den Menschen“, sagt Mag. Andreas Winkelhofer, Geschäftsführer des Oberösterreich Tourismus.

Für jeden dieser Meilensteine wurden in der Landes-Tourismusstrategie 2022 Ziele definiert, Maßnahmen daraus abgeleitet und die Zuständigkeiten festgeschrieben. „Mit Blick auf diese Teilprojekte haben wir 2019 bereits viele Initiativen erfolgreich implementiert und andere strategisch vorbereitet“, zieht Winkelhofer eine erste Zwischenbilanz.

Oberösterreichs Naturräume als
Kommunikationsschwerpunkt 2020/21

Naturerlebnisse sind ein wesentliches Motiv für das Freizeitverhalten von Oberösterreichs Urlaubsgästen. Deshalb wurde 2019 in enger Zusammenarbeit von Naturschutz, Naturvermittlern und Tourismus eine touristische Naturraumstrategie für Oberösterreich erarbeitet, die vier unterschiedliche Angebotsfelder identifiziert. Je nach Motivlage des Gastes werden unterschiedliche Zugänge zum Urlaubs- und Freizeiterlebnis in der Natur aufbereitet:

- Das Angebot für aktive Sportler, die Natur als „Kraftkammer“ verstehen
- Sinnlicher Naturgenuss mit sanfter Bewegung, Entspannung, Kulinarik
- Inspirierende Angebote, die mit neuem Wissen den Horizont erweitern
- Abenteuer und Vergnügen als erlebnisreicher Naturzugang

„Auf Basis dieser strategischen Ausrichtung haben wir ein kreatives Kommunikationskonzept mit neuen Ansätzen entwickelt und gemeinsam mit den beteiligten Destinationen und Tourismusverbänden dazu passende touristische Angebote geschaffen. Diese werden ab Frühjahr 2020 im Rahmen eines zweijährigen Kommunikationsschwerpunktes in den Kernmärkten

vorstellen und Begeisterung für Urlaubs- und Freizeiterlebnisse in Oberösterreichs Natur wecken“, ist Winkelhofer überzeugt.

Ein Kulinarikprofil für Oberösterreich Strategieentwicklung ist im Gang

Für ein weiteres Zukunftsprojekt, das in der Landes-Tourismusstrategie 2022 fixiert ist, fiel im Sommer 2019 der Startschuss: der Entwicklung einer Kulinarik-Strategie. Künftig soll die Kulinarik noch stärker dazu beitragen, dass sich Oberösterreich deutlich von anderen Destinationen unterscheidet. Dadurch können neue Gästegruppen angesprochen und damit mehr Wertschöpfung in Tourismus, Gewerbe und Landwirtschaft erzielt werden. In Zusammenarbeit mit dem Wirtschafts- und Agrarressort des Landes, der WKO Oberösterreich, der Landwirtschaftskammer Oberösterreich und Oberösterreich Tourismus wurden hier erste Meilensteine abgeschlossen: Marktanalysen, Einzelinterviews und Gesprächsrunden mit ausgewählten Fachexperten aus verschiedensten Disziplinen und Branchen mit Berührungspunkten zum Genuss (von der Kulinarik über Tischkultur und Design bis hin zu Kommunikation, Vertrieb und Inszenierung) schärften den Blick auf aktuelle Trends und eröffneten neue Perspektiven. In weiterer Folge werden gemeinsam Entwicklungspotenziale ausgelotet und strategische Handlungsfelder definiert. Bis zum Mai 2020 wird die Kulinarik-Strategie für Oberösterreich fertig ausgearbeitet sein. Darauf aufbauend folgt eine intensive Phase der Produktentwicklung, die ab Mitte 2021 in der Marktkommunikation sichtbar werden wird. „Mit einer Genuss-Botschaft, die Oberösterreich ein eigenständiges und unterscheidbares kulinarisches Profil gibt, werden wir Gäste und Kunden von der Qualität unserer Kulinarik-Erlebnisse überzeugen“, kündigt Winkelhofer an.

Herausforderungen der Digitalisierung e-Coaches, Chatbot und Mediendatenbank

Eng miteinander verschränkt sind die Meilensteine Digitalisierung und Mensch der Landes-Tourismusstrategie 2022. „Die zukunftsfähige Qualifizierung touristischer Fachkräfte ist eines unserer zentralen Anliegen. Dabei spielt die

digitale Fitness der Mitarbeiter in den Organisationen und Betrieben eine wesentliche Rolle“, skizziert Winkelhofer die Herausforderungen technologischer und gesellschaftlicher Entwicklungen für die Tourismuswirtschaft. Um Oberösterreichs Tourismuswirtschaft für diese Herausforderungen zu rüsten, wurde die „Oberösterreich eCoach Akademie“ ins Leben gerufen. eCoaches sind MitarbeiterInnen von Tourismusverbänden, die digitales Wissen in die Region tragen und insbesondere Betriebe unterstützen – von Online-, Social Media- und Suchmaschinen-Marketing über den Umgang mit Bewertungsportalen bis hin zu rechtlichen Aspekten des digitalen Zeitalters. Die mittlerweile 25 eCoaches in 15 Tourismusverbänden tauschen ihr Wissen im 2019 neu gegründeten „eCoach Netzwerk“ aus. Der dritte Lehrgang zum Oberösterreich eCoach startet im März 2020.

Gleichzeitig verfolgt Oberösterreich Tourismus das Ziel, dem Gast und der Tourismuswirtschaft nutzenstiftende digitale Services zur Verfügung zu stellen. Diese sollen das Reise-Erlebnis des Gastes sinnvoll ergänzen und erleichtern, wie etwa der Oberösterreich Chatbot „Flo“, der derzeit in einer „Beta-Trainingsphase“ auf seinen Einsatz als Rund-um-die-Uhr Tourismusinformation vorbereitet wird. 2020 wird „Flo“ als erster touristischer Chatbot für ein ganzes Bundesland seine Arbeit aufnehmen.

Synergien in der Verwaltung touristischen Bild- und Bewegtbildcontents bringt die Mediendatenbank für den Gesundheitstourismus in Oberösterreich mit sich - ein Projekt dem kürzlich eine Leuchtturmförderung aus dem Programm „Digitale Potenziale im Tourismus nutzen“ des Bundesministeriums für Nachhaltigkeit und Tourismus und der ÖHT zugesprochen wurde. Das Content-Sharing-System bringt Vorteile und Synergien in der Produktion, Bereitstellung und Auspielung von Content und wird in Zusammenarbeit mit gesundheitstouristischen Leitbetrieben umgesetzt. Nach erfolgreicher Implementierung des Pilotprojektes soll diese Content-Datenbank auf weitere Tourismusorganisationen und Betriebe ausgerollt werden und damit den Mehrwert vervielfachen.