



I N F O R M A T I O N

zur Pressekonferenz mit

Markus ACHLEITNER
Wirtschafts- und Tourismus-Landesrat

BR Robert SEEBER
Bundesspartenobmann Tourismus und Freizeitwirtschaft
Vorsitzender des Strategieboards des OÖ. Tourismus

Mag. Andreas WINKELHOFER
Geschäftsführer Oberösterreich Tourismus

am 09. September 2021 zum Thema

**Nach gelungenem Comeback im Sommer
stellt Oberösterreichs Tourismus Weichen
für den Herbst**

Impressum

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

Tel.: (+43 732) 77 20-11412
Fax: (+43 732) 77 20-21 15 88
landeskorrespondenz@ooe.gv.at
www.land-oberoesterreich.gv.at



Wirtschafts- und Tourismus-Landesrat Markus ACHLEITNER: Nach gelungenem Comeback im Sommer stellt Oberösterreichs Tourismus Weichen für den Herbst

„Der Tourismus war jener Bereich, der am härtesten von der Corona-Krise betroffen war. Dank der gesetzten Öffnungsschritte und der konsequenten Umsetzung der Präventionsmaßnahmen konnten die Tourismus- und Freizeitwirtschaft und auch die Gastronomie im heurigen Sommer ein erfreuliches Comeback verbuchen. Alleine im Juli konnten in Oberösterreich bereits knapp 90 % der Nächtigungen vom Juli 2019, also des Vorkrisen-Niveaus erreicht werden. Mit dem von der Bundesregierung gestern vorgestellten 3-Stufen-Plan werden aus unserer Sicht die Voraussetzungen dafür geschaffen, dass auch die Herbst-Saison stattfinden wird. Dafür stellt Oberösterreichs Tourismus auch bereits die Weichen“, kündigt Wirtschafts- und Tourismus-Landesrat Markus Achleitner an.

Die Bundesregierung hat gestern Anpassungen der Maßnahmen zur Pandemie-Bekämpfung beschlossen, unter anderem:

- Die Kontrollen zur Einhaltung der Maßnahmen (insbesondere der 3-G bzw. der 2-G-Regel) werden verstärkt
- Ausweitung der Gültigkeit des Impfzertifikats im Grünen Pass von neun auf zwölf Monate – diese Anpassung ist für den Tourismusstandort Österreich von großer Bedeutung

3-Stufen-Plan auf Basis der Auslastung der Intensivstationen:

Die Bundesregierung hat weiters beschlossen, künftig anstelle des Inzidenzwertes die Auslastung der Intensivstationen (ICU) als Maßstab für die Verschärfung sowie Lockerung von Maßnahmen heranzuziehen. Dazu wurde folgender 3-Stufen-Plan vereinbart:

- Stufe 1: ab 15. September 2021 - Corona-ICU-Belegung von 10 Prozent (200 Betten) erwartet:
 - Verkürzung der Gültigkeitsdauer der Antigen-Tests von 48 auf 24 Stunden
 - 3-G-Regel bei Veranstaltungen ab 25 Personen (bisher 100 Personen)

- FFP2-Maskenpflicht in jenen Bereichen, in denen bereits jetzt ein Mund-Nasen-Schutz zu tragen ist – beispielsweise in öffentlichen Verkehrsmitteln
- FFP-2-Maskenpflicht für Ungeimpfte im Handel (stichprobenartige Kontrolle durch Behörden)
- Empfehlung FFP-2-Masken für alle auch im Handel
- Stufe 2: Corona-ICU-Belegung von 15 Prozent (300 Betten):
 - Antigen-Tests mit Selbstabnahme („Wohnzimmertests“) sind als Eintrittsnachweis nicht mehr zulässig
 - Einführung der 2-G-Regel (Geimpfte und Genesene) für die Nachtgastronomie (und ähnliche Settings) sowie Veranstaltungen ohne zugewiesenen Sitzplätzen bei mehr als 500 Personen
 - Die Stufe 2 tritt sieben Tage nach der Überschreitung der Intensivbettenauslastung von 15 Prozent (300 Betten) in Kraft
- Stufe 3: Corona-ICU-Belegung von 20 Prozent (400 Betten)
 - Antigen-Tests sind nicht mehr als Eintrittsnachweis zulässig. Daher gilt als Eintrittsnachweis nur mehr:
 - Geimpft
 - Genesen
 - Getestet mittels PCR-Test
 - Die Stufe 3 tritt sieben Tage nach der Überschreitung der Intensivbettenauslastung von 20 Prozent (400 Betten) in Kraft

Landesrat Markus Achleitner: *„Mit der konsequenten Umsetzung dieser Präventionsmaßnahmen sollen aus meiner Sicht 3 Ziele sichergestellt werden:*

- *Nach der erfolgreichen Sommersaison soll auch die Herbstsaison im Tourismus stattfinden*
- *Ein neuerlicher Lockdown soll auf jeden Fall vermieden werden*
- *Schutz für Ungeimpfte sowie Vorteile für Geimpfte und Genese.“*

„Der 3-Stufen-Plan ermöglicht, flexibel auf die Entwicklungen der Corona-Lage zu reagieren. Zugleich gibt es dem Tourismus und auch den anderen Branchen ein hohes Ausmaß an Sicherheit und Planbarkeit“, erklärt Wirtschafts- und Tourismus-Landesrat Achleitner.

Tourismus in Oberösterreich hat wieder Fahrt aufgenommen:

Der Tourismus in Oberösterreich hat wieder Fahrt aufgenommen – das zeigen die vorläufigen Statistikzahlen der ersten Sommersaisonhälfte:

- *„Mit 1,012.885 Nächtigungen im Juli 2021 wurden 88 % der Nächtigungen des Vorkrisenjahres 2019 erreicht, damals hat es 1,149.725 Nächtigungen gegeben. Bei den Ankünften wurden im Juli 82 % der Werte vom Juli 2019 erreicht – 330.120 2021 gegenüber 403.893 2019“*, hebt Landesrat Achleitner hervor.
- In der gesamten bisherigen Sommersaison - von Mai bis Juli 2021 - wurden rund 1,96 Millionen Nächtigungen in Oberösterreichs Beherbergungsbetrieben verzeichnet. Das ist um ein Viertel mehr als im Vergleichszeitraum des letzten Jahres. Mit knapp 650.000 Ankünften gab es auch ein Plus an Gästen von 25 %.
- *„Im Vergleich zum Rekord-Sommer 2019 haben wir uns auch in der gesamten bisherigen Sommersaison mit 72 % der Nächtigungen von 2019 wieder stark an das Vorkrisenniveau angenähert“*, zieht Wirtschafts- und Tourismuslandesrat Achleitner eine positive Zwischenbilanz zum starken Comeback des Tourismus. Bei den Ankünften sind es 62 % im Vergleich zu 2019.
- Erfreulich ist, dass neben der positiven Entwicklung in der Ferienhotellerie auch im Städtetourismus etwa in Linz (+ 63 % bei den Nächtigungen gegenüber 2020) oder Wels (+ 92 % bei den Nächtigungen gegenüber 2020) ein Aufschwung spürbar ist.

Prognosen erwarten für August Nächtigungsplus

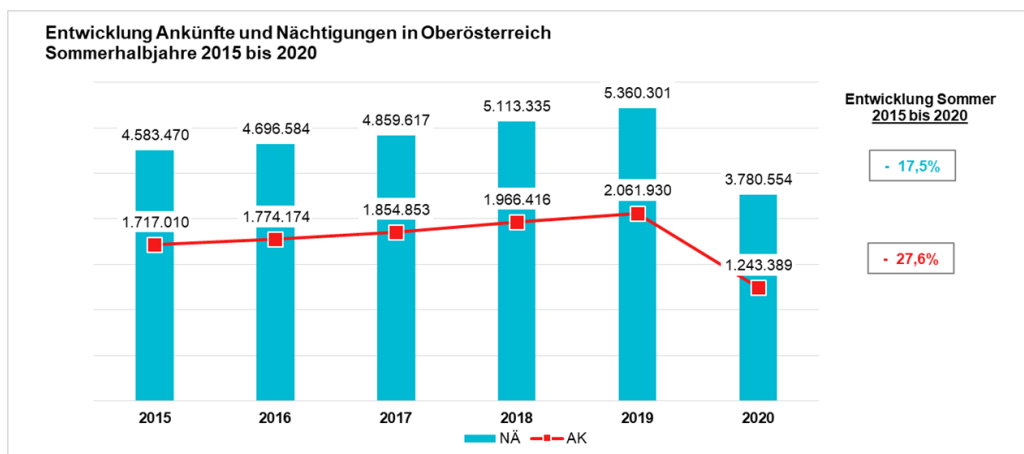
„Laut einer aktuellen Prognose der Österreichischen Nationalbank konnte der Tourismus in Österreich im August um 15 % mehr Nächtigungen als 2020 verzeichnen. Grund dafür war ein starkes Plus bei ausländischen Gästen von 27 %. Insgesamt sollen die Nächtigungszahlen im August sogar 2 % über dem Rekordsommer 2019 liegen. Diese Österreich-Prognosen stimmen auch für Oberösterreich sehr optimistisch“, erklärt Landesrat Achleitner.

Beliebtheit bei inländischen Gästen weiter gestiegen:

„Corona hat erfreulicherweise auch mit sich gebracht, dass die Menschen sehen konnten, was für ein wunderbares Urlaubsland unsere Heimat Oberösterreich ist. Der bereits hohe Anteil an Gästen aus dem Inland hat sich in Oberösterreich weiter verfestigt“, erklärt Landesrat Achleitner:

- Auch in diesem Jahr dominierten die inländischen Gäste mit 63 % Nächtigungsanteil, das sind 1,24 Millionen Nächtigungen.

- Davon entfällt rund ein Drittel auf den oberösterreichischen Gast selbst, der sich zwischen Mai und Juli für einen Urlaub in der Heimat entschieden hat, gefolgt von Gästen aus Wien und Niederösterreich.
- Merkbar ist ein deutlicher Nächtigungszuwachs bei den Gästen aus den Nachbarländern, insbesondere aus den Kernmärkten Deutschland und Tschechien:
 - 433.000 Nächtigungen wurden von deutschen Gästen in der ersten Sommerhälfte getätigt (+ 17 % zu 2020).
 - Tschechen weist mit 65.000 Nächtigungen ein Plus von 32 % gegenüber 2020 auf.



Längerfristige Entwicklung der Sommersaison (Mai – Oktober) von 2015 – 2020. Nach dem Einbruch im Sommer 2020 steigen die Ankünfte und Nächtigungen im heurigen Jahr (vorl. Ergebnis Mai – Juli) um 25 Prozent an.

Auch die Seilbahnen in OÖ auf Comeback-Kurs:

Auch die Seilbahnen in Oberösterreich waren bisher im heurigen Sommer bereits auf einem starken Comeback-Kurs im Vergleich zum Vorkrisenjahr 2019:

Sommer 2019: 693.709 Tagesgäste

Sommer 2021: 510.882 Tagesgäste

„Damit haben wir auch bei den öö. Seilbahnen in der bisherigen Sommersaison bereits 74 % des Vorkrisen-Niveaus erreicht“, so Landesrat Achleitner.

Eurothermen: Rekordwert im August

Besonders gefragt waren heuer im Sommer auch die Thermen in Oberösterreich: „Bei den Eurothermen wurde etwa im Juli 2021 mit 112.337 Eintritten ein Höchstwert gegenüber den Vergleichsmonaten der Vorjahre erreicht. Im August 2021 erzielten die 3 Eurothermen-Betriebe dann mit 161.136 Eintritten überhaupt den bisher höchsten Wert in der Unternehmensgeschichte“, hebt Landesrat Achleitner hervor.

5-Punkte-Powerprogramm als starker Schub für den oö. Tourismus:

„Der Tourismus war von den Auswirkungen der Pandemie besonders stark betroffen, daher haben wir auch ein umfassendes Unterstützungspaket geschnürt: Mit dem 5-Punkte-Powerprogramm für den Tourismus haben wir heuer in Oberösterreich bewiesen, dass wir unserer Tourismuswirtschaft auch in herausfordernden Zeiten zur Seite stehen“, unterstreicht Landesrat Achleitner.

Das „Powerprogramm Tourismus“ für Oberösterreich im Überblick:

- **Restart-Kampagne:** Das Land OÖ hat die Marketingbudgets von Oberösterreich Tourismus und der 19 oö. Tourismusverbänden verdoppelt: Damit stehen ihnen insgesamt knapp 5 Mio. Euro für die Marktbearbeitung in Österreich, Deutschland und Tschechien zur Verfügung.
- **Finanzieller Spielraum** für die Tourismusverbände durch vom Land Oberösterreich abgesicherte Vorfinanzierung der erst im November fälligen Tourismusbeiträge.
- **Zusatzbudget** von 1 Mio. Euro für Sonderprojekte der Tourismusverbände in den Bereichen Kulinarik und Natur.
- **Zusätzlich** zur Investitionsprämie des Bundes steht für Gastronomiebetriebe für Investitionen das Nahversorgungsprogramm des Landes Oberösterreich in Höhe von 3 Mio. Euro zur Verfügung.
- **Tourismus-Fachkräfte-Programm:** Maßnahmen, um aufgrund Corona arbeitslose Menschen aus der Tourismusbranche wieder in Beschäftigung zu bringen und den Betrieben qualifizierte Fachkräfte zur Verfügung stellen zu können.

Zusätzliche Unterstützung für Tourismusbetriebe - auch der Bund ist gefordert:

„Mit umfassenden Hilfsmaßnahmen vom Bund und vom Land Oberösterreich ist es bisher gelungen, Oberösterreichs Tourismusbetriebe erfolgreich bei der Krisenbewältigung zu unterstützen. Die Branche steht aber nach wie vor großen Herausforderungen gegenüber. Hier ist jetzt der Bund gefordert, sowohl in

steuerlicher Hinsicht als auch in Bezug auf den Arbeitskräfte-Bedarf konkrete Unterstützung zu leisten“, erklärt Landesrat Achleitner:

1) Verlängerung der Umsatzsteuersenkung auf 5 %:

- Von der Senkung des Umsatzsteuersatzes bei allen Speisen und Getränken auf 5 % haben die Gastronomie- und die Beherbergungsbetriebe stark profitiert.
- Diese Steuersenkung ist derzeit mit Jahresende 2021 befristet.
- „Ich appelliere an den Bund, die Umsatzsteuersenkung auf 5 % um ein weiteres Jahr bis 31. Dezember 2022 zu verlängern“, so Landesrat Achleitner.

2) Erhöhung der Kontingente für Saisonarbeitskräfte:

- Der Arbeitsminister kann durch Verordnung gewisse Kontingente für Saisonarbeitskräfte in einem bestimmten Wirtschaftszweig erlassen.
- Im Tourismus sieht diese Verordnung für 2021 vor, dass österreichweit maximal 1.263 Personen als Saisoniers beschäftigte werden dürfen.
- Oberösterreich hat daraus 97 Kontingentplätze für den Tourismus erhalten, mit der Option, diese um 20 % in den Spitzenmonaten Dezember bis Februar und Juni bis August zu überziehen.
- „Aufgrund des erhöhten Arbeitskräftebedarfs im Tourismus soll der Bund diese Kontingentplätze erhöhen. Ein schnell umsetzbare Möglichkeit dazu wäre, eine ‚Stammkräfte-Regelung‘ einzuführen: Konkret sollen Arbeitskräfte, die in den vergangenen Jahren bereits öfters in Österreich tätig waren, nicht mehr in das Kontingent hineingerechnet werden“, fordert Landesrat Achleitner.

Neues Gründungsprogramm für Start-ups in Tourismus:

„Mit unserem neuen ‚Tourismus-Inkubator‘ haben wir einen nachhaltigen Impuls gesetzt, um innovative Projekte und Start-ups im Tourismus zu fördern: Es richtet sich an innovative und kreative Menschen, die sich für den Tourismus begeistern und in der Branche Karriere machen wollen. Wir wollen noch mehr neu gegründete Unternehmen mit langer Lebensdauer sowie innovative und digitale Geschäftsmodelle in Oberösterreich erreichen“, umreißt Landesrat Achleitner die Zielsetzungen des Tourismus-Inkubator, eines neuen Gründungsprogramms für Start-ups in Tourismus, Hotellerie und Freizeitwirtschaft.

Das Wirtschafts- und Tourismusressort des Landes OÖ, die öö. Standortagentur Business Upper Austria, die Oberösterreich Tourismus GmbH und die tech2b Inkubator GmbH beraten, fördern und begleiten acht Start-ups, die von einer Experten-Jury ausgewählt worden sind.

Bereits großes Interesse an Urlaubsangeboten im Herbst:

„Das Interesse an Urlaubsangeboten im Herbst, insbesondere in den Herbstferien, ist erfreulicherweise ebenfalls bereits groß. Allerdings entscheiden sich Gäste immer kurzfristiger, um eine größtmögliche Planungssicherheit zu haben. Gefragt sind Angebote rund um das Wandern, Naturerlebnisse sowie Thermen- und Gesundheitsaufenthalte“, erläutert Landesrat Achleitner. *„Die Menschen schätzen alles, was outdoor ist – sei es Fahrradfahren, Wandern, Bergsteigen – wie nie zuvor. Um das zu verstärken, laden wir das Ganze auch mit anderen Schwerpunkten, wie eine eigene Kulinarik-Strategie, auf. Diese soll dafür sorgen, dass die Kulinarik zu einem Buchungsmotiv für einen Urlaub in Oberösterreich wird“,* so Landesrat Achleitner.

**BR Robert SEEBER, Bundesspartenobmann Tourismus und Freizeitwirtschaft:
Erholung in der ersten Hälfte der Sommersaison –
aber weitere Unterstützung wichtig**

„Nach der Wiederöffnung des Tourismus am 19. Mai 2021 verzeichnete laut WIFO die Tourismus-Branche in der ersten Hälfte der Sommersaison im Vergleich zum Vorjahr erfreulicherweise deutliche Zuwächse“, erklärte BR Robert Seeber, Bundesspartenobmann Tourismus und Freizeitwirtschaft und Vorsitzender des Strategieboards des OÖ. Tourismus:

- Bundesweit lagen die Ankünfte mit +24,1 % über dem Vorjahresniveau, bei den Nächtigungen konnte ein Plus von 19,5 % und bei den Einnahmen eine Steigerung von +24,3 % erreicht werden.
- Oberösterreich war bei den Umsätzen mit +33,1 % deutlich über dem Bundestrend.
- Auch für August gehen die Hochrechnungen der Österreichischen Nationalbank von einer Fortsetzung dieser positiven Entwicklung aus, obwohl es natürlich regional erhebliche Unterschiede geben kann - Stichwort Ferienregionen im Vergleich zum Städtetourismus.

Anstieg bei den Beschäftigten im Tourismus:

- Erfreulich ist, dass bundesweit im Juli schon 228.655 Beschäftigte in Hotellerie und Gastronomie tätig waren. Das ist eine Zunahme im Vergleich zu Juli 2020 um 8,5 %.
- In OÖ wurden im Juli 2021 um mehr als 9,4 % mehr Mitarbeiter beschäftigt als im Juli 2020.
- Die Kurzarbeit ist korrespondierend dazu stark zurückgegangen. Insgesamt sind noch 1.400 Mitarbeiter aus 180 Betrieben in Kurzarbeit.
- Die Zahl der Arbeitslosen, die vom AMS dem Tourismus zugerechnet werden, hat sich im Juli 2021 österreichweit um 47,4%, in OÖ um 52,3 % verringert und liegt bei 2.174 Personen.
- Eine Zunahme von 122,9 % bei den offenen Stellen österreichweit, zeigt den Aufwärtstrend im österreichischen Tourismus. In OÖ gab es im Juli 2021 um genau 100% mehr offenen Stellen als im Juli 2020.

„Es ist eine der zentralen Herausforderungen im Tourismus, dass es uns gelingt, ausreichend qualifiziertes und motiviertes Personal zu finden, um den Gästen den hohen Qualitätsstandard bieten zu können, den wir mit unserer Tourismusstrategie anstreben“, betont Bundesspartenobmann Seeber.

Weitere Unterstützung für besonders betroffene Bereiche:

„Ich bin sehr froh, dass es uns gelungen ist, die Betriebe durch die schweren Zeiten des Lockdowns zu begleiten und Wirtschaftshilfen auszuverhandeln, die ihnen über die Krise hinweggeholfen haben - sei es die Kurzarbeitsunterstützung, Umsatzerersatz, Fixkostenzuschuss, Härtefallfonds, Ausfallsbonus, Verlustersatz, Veranstalterschutzschirm, Steuererleichterungen oder Überbrückungsfinanzierungen etc.“, hebt Seeber hervor.

„Jene Bereiche, die besonders betroffen sind, müssen natürlich weiter unterstützt werden, beispielsweise, die Stadthotellerie, die Veranstalter, der Kongressbereich, Schausteller, Fitnessstudios, Fremdenführer oder Reisebüros und auch Busunternehmen“, so Seeber

„Ganz besonders unterstütze ich die Forderung von Landesrat Achleitner, den reduzierten Mehrwertsteuersatz in Gastronomie und Hotellerie zu verlängern. Mit dieser einfachen und unbürokratischen Maßnahme können wir diesen am längsten vom Lockdown betroffenen Branchen beim Comeback unterstützen. Während der Betriebsschließungen kam ja der Steuervorteil mangels Umsatz nicht zum Tragen“, erläutert Bundesspartenobmann Seeber. Ebenso sei die Verlängerung von Haftungsgarantien und Überbrückungsfinanzierungen eine noch offene Branchenforderung.

Nicht nur an die Beschäftigten im Tourismus, sondern an alle Gäste sowie an die Bevölkerung insgesamt richtet Robert Seeber einen dringenden Appell: „Verteidigen wir unsere wiedergewonnene Freiheit mit der stärksten Waffe, die wir haben – das ist und bleibt die Impfung“.

Mag. Andreas WINKELHOFER, GF Oberösterreich Tourismus:
Achtsam und kraftvoll in den Herbst

Eine starke Kommunikations- und Content-Offensive, angepasste Marktstrategien und nutzenstiftende Digitalisierungsprojekte stärken Oberösterreichs Tourismuswirtschaft

Den positiven Schwung der Sommersaison gilt es jetzt in den Herbst und Winter mit zu nehmen. *„Wir haben in den letzten Monaten gemeinsam mit den Tourismusverbänden intensiv in der Produkt- und Angebotsentwicklung, vor allem in den Bereichen Natur und Kulinarik, gearbeitet. Unter dem Motto ‚Gemeinsam sind wir stärker‘ setzen wir nun in den kommenden Monaten mit den 19 Tourismusverbänden und zahlreichen Betrieben eine starke Kommunikations-Offensive auf den wichtigsten Herkunftsmärkten Österreich, Deutschland und Tschechien sowie eine umfangreiche Content-Produktion um“*, skizziert Mag. Andreas Winkelhofer, Geschäftsführer des Oberösterreich Tourismus.

Die Bearbeitung des österreichischen Heimmarktes war und ist Teil einer längerfristigen Marketingstrategie: *„Natürlich haben wir aufgrund der Situation in den vergangenen Monaten den heimischen Gast noch stärker umworben. Hier sehen wir auch gute Chancen, dass aus vorübergehenden Gästen Stammgäste werden. Zudem wurden auf den Kernmärkten Deutschland und Tschechien heuer wieder gezielte Marketingoffensiven gestartet, die nun erste Früchte zeigen“*, sagt Winkelhofer. Diese Markt- und Marketingstrategie wird regelmäßig evaluiert und weiterentwickelt, um auf aktuelle Entwicklungen bestmöglich einzugehen.

Auch im Hinblick auf die Digitalisierung wurden neue Projekte vorangetrieben: *„Es geht darum, die Bedürfnisse der Gäste zu kennen und mithilfe der Digitalisierung deren Reiseerlebnisse sinnvoll zu verbessern. Digitale Technologien sollen sowohl dem Gast als auch den Tourismusbetrieben Nutzen und Mehrwert bringen“*, ist Winkelhofer überzeugt. In diesem sich rasant entwickelnden Bereich gilt es, Chancen und Herausforderungen zu erkennen, strategisch-gästerelevante Digitalisierungsprojekte zu verwirklichen und nutzenstiftende Services anzubieten - vom Individualisierungs-/Personalisierungstrend bis hin zum Gaming, von Kundenbindungsprogrammen über Echtzeit-Kommunikation bis hin zu datengetriebenem Marketing. Diese Projekte werden gemeinsam mit und für die

Tourismusdestinationen entwickelt, um Synergien bei Know-how, Datennutzung und Kosten auszuschöpfen.

„Finde dein Herbstglück in Oberösterreich“ - Natur, Kulinarik und Gesundheit sind Garanten für eine gelungene „Auszeit vom Alltag“

Ein achtsamer Umgang miteinander, mit der Natur und mit der Gesundheit, Nachhaltigkeit und gelebte Gastfreundschaft sind wesentliche Entscheidungskriterien für einen Urlaub in Oberösterreich. Darauf baut die aktuelle Crossmedia-Kampagne in nationalen Medien und Bayern, mit einem Mix aus Radio, Print und Online, unter dem Motto „Finde dein Herbstglück in Oberösterreich“ auf. Zur Bewerbung der tschechischen Gäste wurde eine eigene Marktgruppe gegründet. Und durch die Einbindung oberösterreichischer Angebote in die Kampagnen der Österreich Werbung können zusätzliche internationale Gäste angesprochen und Kräfte gebündelt werden.

Einen der herbstlichen Schwerpunkte in der Kommunikation bildet das Thema „Naturräume“, das klar den Bedürfnissen der Menschen nach Bewegung, Erlebnis, Erholung und Entschleunigung in der Natur entspricht. Die COVID-19 Pandemie hat diesen Trend, diese Sehnsucht nach der Natur beflügelt. Gerade beim Wandern und Radfahren gibt es eine nachhaltige Weiterentwicklung des Angebotes für den Nächtigungsgast, oft auch in der Verbindung mit anderen Themen wie Kulinarik, Kultur oder Gesundheit. Mehrtägige Weitwanderwege und erfolgreiche Initiativen wie der Luchstrail durch den Nationalpark Kalkalpen, neue spirituelle Wanderwege wie der Sebaldusweg im Ennstal, der Johannesweg oder der Granitpilgerweg im Mühlviertel oder der Berge-Seen-Trail im Salzkammergut sind Beweis dafür. Genussbikerouten wie der klassische Donauradweg oder der Salzkammergut-Berge-Seen-E-Trail bieten maßgeschneiderte Angebote für die genussfreudige RadfahrerIn/den genussfreudigen Radfahrer.

„Über die Kulinarik können wir ganzjährig neue Reiseanlässe schaffen, insbesondere bei Kurzreisen, oder bestehende Urlaubsthemen mit kulinarischen Genussmomenten aufladen und diesen neue Impulse geben“, erklärt Winkelhofer. Die im Frühjahr vorgestellte Kulinarik-Strategie von Land Oberösterreich, Wirtschaftskammer, Landwirtschaftskammer, Genussland und Oberösterreich Tourismus wird mittlerweile voll umgesetzt und bietet neue Möglichkeiten der Zusammenarbeit. Auch neue Angebote – von Gourmetreisen bis hin zu Entdeckertouren – wurden mit den

Tourismusverbänden und Betrieben entwickelt. Mit der gemeinsamen Botschaft „Hungrig auf echt.“ soll bei Gastgeber/innen, Produzent/innen, Handwerksbetrieben und Gästen gleichermaßen Bewusstsein und Identifikation geschaffen werden. *„Die Menschen sind hungrig auf echte Begegnungen, ehrliche Lebensmittel und authentische Erlebnisse. Die Geschichten um die Menschen und deren Leidenschaft für ihr Handwerk oder für ihr Produkt sind der Nährboden für unsere Kommunikation“*, sagt Winkelhofer. Die branchen- und sektorenübergreifende Genuss-Allianz wird den Tourismusstandort Oberösterreich weiter aufwerten.

Zuversicht für den Städtetourismus und die Wintersaison

Insbesondere im Tagungs- und Geschäftstourismus braucht es jetzt eine intensive Auseinandersetzung und zielgerichtete Förder- und Unterstützungsmaßnahmen. Denn im Städtetourismus sind nicht nur die internationalen Märkte weggefallen, sondern ist auch der Geschäftstourismus eingebrochen. *„Wir merken aber erfreulicherweise, dass es langsam wieder aufwärts geht. Gemeinsam mit den Städten Linz, Wels und Steyr sowie den Mitgliedern im Convention Bureau Oberösterreich haben wir ein umfassendes Maßnahmenpaket im Bereich Marketing und Information aufgestellt und werden wir mit einer neuen Kampagne ab Oktober auch neue Wege in der Kommunikation gehen“*, zeigt sich Winkelhofer zuversichtlich.

Für den Winter bereiten sich Seilbahnen und Tourismusorganisationen auch heuer wieder auf flexible Kommunikationsmaßnahmen in den Kernmärkten Österreich, Deutschland und Tschechien vor. Diese sollen die Positionierung der oberösterreichischen Skigebiete im Sinne von smarten, familiären Angeboten weiter stärken und neue Gäste ansprechen. Neben dem Wintersport setzt Oberösterreich auf starke Säulen wie Naturerlebnis, Gesundheit & Wellness sowie Kultur (Advent), Stadt- und Geschäftsreisen.



Mehr Infos zum Herbstangebot unter **[oberoesterreich.at/herbstglueck](https://www.oberoesterreich.at/herbstglueck)**