



INFORMATION

zur Pressekonferenz

mit

Dr. Michael STRUGL

Wirtschafts- und Tourismuslandesrat

SO Robert SEEBER

Vorsitzender des Landes-Tourismusrates und Obmann der Sparte
Tourismus und Freizeitwirtschaft der WKOÖ

Mag. Karl PRAMENDORFER

Geschäftsführer Oberösterreich Tourismus

am 11. November 2013

zum Thema

**Oberösterreichs Tourismus ist
gut gerüstet für den Winter**

www.oberoesterreich.at / www.strugl.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 20-115 88
landeskorrespondenz@ooe.gv.at
www.land-oberoesterreich.gv.at

DVR: 0069264

Rückfragen-Kontakt:

Mag. Markus Käferböck, Presse LR Strugl, Tel. 0732/7720-15103,

**Elisabeth Kierner, MSc, Oberösterreich Tourismus, Tel. 0732/7277-123,
0664/3030444**

Kurzfassung

Touristische Wintersaison gewinnt an Bedeutung

Eine Million Winterzeitungen bewerben Oberösterreich

Der Wintertourismus hat in Oberösterreich in den vergangenen zehn Jahren einen kontinuierlichen Aufwärtstrend erlebt. Seit 2003 hat die Zahl der Ankünfte um 41 Prozent zugelegt, die Nächtigungen sind im gleichen Zeitraum um 23 Prozent gewachsen. Im Winter 2012/13 erzielte Oberösterreichs Tourismus- und Freizeitwirtschaft rund 942.000 Ankünfte und mehr als 2,6 Millionen Nächtigungen und damit ein Ergebnis auf dem konstant hohen Niveau der Vorjahre. Der hohe Gästeanteil an Inländern (65% aller Nächtigungen), deutschen (50,4% der Auslandsnächtigungen) und tschechischen Gästen (8% der Auslandsnächtigungen) weist Oberösterreich als typische Nahmarkt-Destination aus. Neben dem Nächtigungstourismus sind Tagesausflügler die zweite Quelle touristischer Wertschöpfung. Wie eine aktuelle Studie zum Ausflugsverhalten der Oberösterreicher zeigt, führen von insgesamt 12,8 Millionen Winterausflügen der Landsleute zwei Drittel (8,4 Millionen) ins eigene Bundesland. Dadurch entstehen Gesamtausgaben im Ausmaß von 208 Millionen Euro.

Die Marktforschung zeigt, dass Oberösterreichs Wintergäste Erholung und Bewegung in der Natur suchen. Wintersport-, Wellness- und Gesundheitsangebote stehen in der Prioritätenliste oben. Wie die Zufriedenheitsmessung „Satisfaction Monitor Seilbahnen“ bestätigt, schätzen Wintersportler an heimischen Skigebieten vor allem die kurze Anreise und familienfreundliche Angebote. Inszenierte Pistenerlebnisse – etwa die „Gaudipisten“ in der Skiregion Dachstein West oder die neue „Inferno-Piste“ in Hinterstoder – sollen die Gästezufriedenheit weiter steigern.

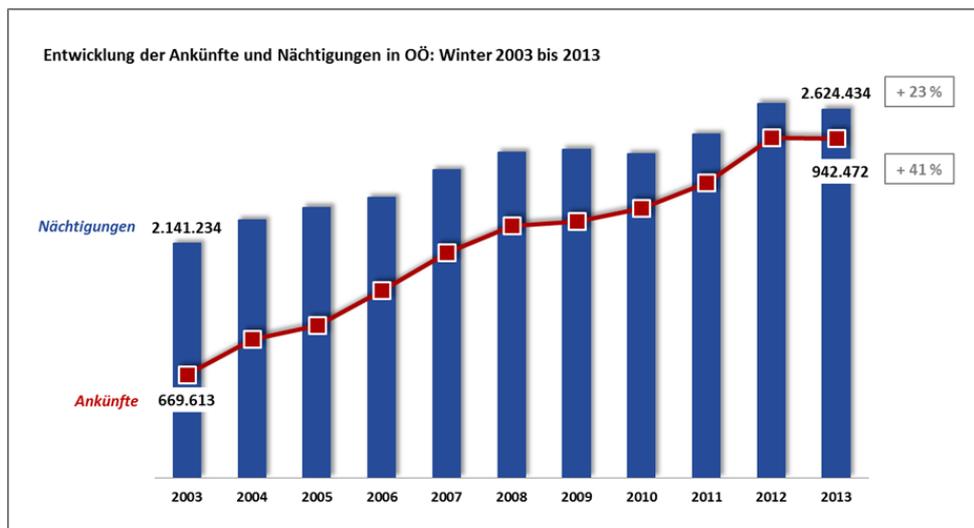
Im Marketing für die kommenden Wintersaison ziehen alle touristischen Partner an einem Strang: Die sieben Top-Skigebiete, die Tourismus-Organisationen in den Destinationen und Oberösterreich Tourismus. Für die im „Kursbuch Tourismus Oberösterreich“ definierten Märkte Österreich, Deutschland und Tschechien werden Kampagnen umgesetzt. Herzstück ist die Zeitung „Winterzeit. Skiurlaub in Oberösterreich“ mit einer Auflage von 400.000 Exemplaren. Für die Schärfung des Profils der Winterdestinationen Salzkammergut und Pyhrn-Priel sorgt erstmals eine gemeinsame Winter-Imagekampagne mit Oberösterreich Tourismus. Dafür werden insgesamt 660.000 Winter-Destinationszeitungen in den Zielmärkten gestreut.

Wirtschaftslandesrat Dr. Michael STRUGL

Oberösterreich, das Winterurlaubsland mit kurzer Anreise

Wintersaison wird für den Tourismus zunehmend wichtiger

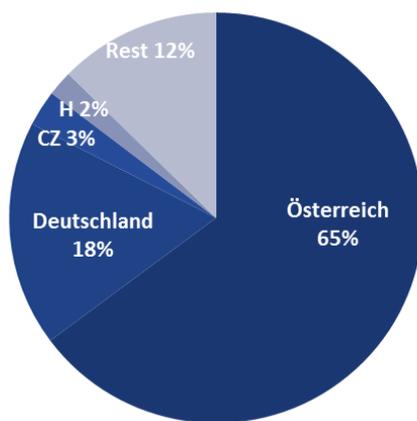
Der vergangene Winter 2012/13 (November 2012 bis April 2013) brachte für den Tourismus in Oberösterreich ein Saisonergebnis auf ähnlich hohem Niveau wie in den vorangegangenen Jahren. Rund 942.000 Ankünfte und mehr als 2,6 Millionen Nächtigungen konnten im vergangenen Winter gezählt werden. Im Zehn-Jahres-Vergleich zeigt sich, dass die Bedeutung des Winters für das Urlaubsland Oberösterreich kontinuierlich zunimmt. Seit 2003 hat die Zahl der Ankünfte und damit der Gäste in der Wintersaison um 41 Prozent zugenommen. Den allgemeinen Trend zum Kurzurlaub bildet die Entwicklung der Nächtigungszahlen ab, mit einem Wachstum von 23 Prozent im gleichen Zeitraum.



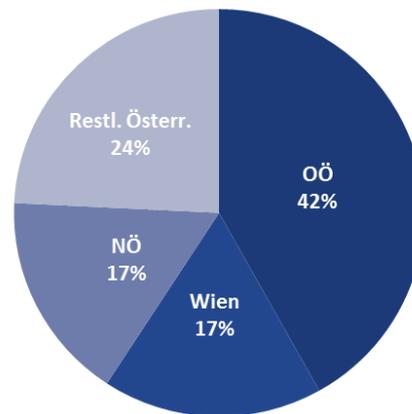
Kurze Anreise: Gäste aus Nahmärkten schätzen den Winterurlaub in Oberösterreich

Ähnlich wie im Sommer profiliert sich Oberösterreich auch im Winter als Nahmarkts-Destination mit kurzer Anreise. 65 Prozent der Winter-Nächtigungen entfallen auf Inländer. Davon wiederum werden 41,9 Prozent von den oberösterreichischen Landsleuten generiert. Auf Platz zwei und drei unter den nächtigungsstärksten Bundesländern folgen Wien (17,3 Prozent der

Inlandsnchtigungen) und Niederösterreich (16,6 Prozent). Unter den Auslandsgästen machen die deutschen Nachbarn mit 50,4 Prozent Nchtigungsanteil den Löwenanteil aus. Nahezu die Hälfte dieser Übernachtungen entfällt auf die süddeutschen Bundesländer Bayern und Baden-Württemberg. An zweiter Stelle in der Statistik stehen die Gäste aus der tschechischen Republik mit 8 Prozent Anteil an den Auslandsnchtigungen.



Der Wintergast in Oberösterreich 2012/13



Der Inlandsgast im Winter 2012/13

Oberösterreicher unternehmen 12,8 Millionen Winter-Ausflüge

Der Tagesausflug als Quelle touristischer Wertschöpfung

Die aktuelle Analyse des Tagesausflugs-Verhaltens der Oberösterreicher zeigt, dass der Tagestourismus eine wichtige Quelle für touristische Wertschöpfung in unserem Bundesland ist. Die von Oberösterreich Tourismus beauftragte Studie beziffert die Anzahl der von den Landsleuten unternommenen Ausflüge im Winter 2012/13 mit 12,82 Millionen. Zwei Drittel dieser Tagesausflüge – in absoluten Zahlen rund 8,4 Millionen – führten zu Zielen im eigenen Bundesland. Bei ihren Winter-Ausflügen im eigenen Bundesland tragen die Oberösterreicher mit Ausgaben von insgesamt 208 Millionen Euro zur touristischen Wertschöpfung bei. Den größten Teil davon geben die Oberösterreicher für Besuche in Restaurants bzw. Gasthäusern aus, aber auch der Handel profitiert von den Einkäufen der Ausflugs Gäste. Das Hauptinformationsmedium im Zuge der Ausflugsplanung ist übrigens

mittlerweile das Internet: 78 Prozent der Befragten, die sich im Vorfeld über ihr Ausflugsziel informierten, taten dies online. Vor drei Jahren lag diese Zahl noch bei 60 Prozent. Mit 33 Prozent Bekanntheitsgrad unter den Tagesausflüglern spielt übrigens www.ausflugstipps.at, die Ausflugsplattform des Oberösterreich Tourismus, eine wichtige Rolle für die digitale Informationsbeschaffung.

Oberösterreich bekennt sich zum Qualitätstourismus

Investitionen in die touristische Infrastruktur

Im „Kursbuch Tourismus Oberösterreich 2011 bis 2016“ ist ein klares Bekenntnis zum Qualitätstourismus verankert. Um dieses Versprechen mit Leben zu erfüllen, sind laufend Investitionen in die touristische Infrastruktur notwendig. Im Skigebiet Hochficht wird etwa derzeit der gesamte Zugangsbereich zur Talstation neu gestaltet. Die neue „Skiarena Hochficht“ fasst Kassa, Skischule, Bergrettung, Shop, Gastronomie und ein neues Kinderland zusammen. Damit liegt der Bereich für die Ski-Anfänger in unmittelbarer Nähe zum Restaurant und zum neuen Familiencafé. Von dort aus haben Eltern den Nachwuchs ständig im Blick und gleichzeitig direkten Zugang zum Kinderland. Der Oberösterreich Tourismus begleitete hier übrigens mit einem Service Design Projekt die kundengerechte Gestaltung. Neben dem Infrastruktur-Ausbau in den Skigebieten erfolgen gleichzeitig Investitionen in neue Beherbergungs-Kapazitäten: In Grünau im Almtal wird beispielsweise im Dezember 2013 das neue JUFA Gästehaus eröffnet.

Insgesamt werden derzeit in Oberösterreichs Wintersport-Destinationen mehr als 14 Millionen Euro in Qualität und Ausstattung der Pisten, Beschneigung und Service-Infrastruktur investiert.

Optimismus in den Urlaubsdestinationen

Skigebiete bei Wintereinbruch startklar

Nicht zuletzt dank dieser Investitionen sind Oberösterreichs Top-Skigebiete für den kommenden Winter bestens gerüstet. Die flächendeckende Beschneigung erlaubt einen raschen Saisonstart. Sobald die Temperaturen entsprechend

sinken, sind die Wintersportgebiete binnen drei Tagen soweit mit Kunstschnee versorgt, dass der Liftbetrieb starten kann.

Einen optimistischen Ausblick verspricht auch die derzeitige Anfragen- und Buchungssituation in den Tourismusdestinationen für die bevorstehende Wintersaison. Laut aktueller Umfrage sind es vor allem die Österreicher und Deutschen, die sich für einen Aufenthalt in Oberösterreich interessieren. Gefragt sind sowohl der klassische Winterurlaub als auch Wellness- und Erholungsangebote in den Gesundheitsdestinationen sowie der Advent in den Städten bzw. im Salzkammergut. Besonders groß ist die Nachfrage nach Urlaubsangeboten für die Ferientermine zu Weihnachten und Semester.

Steigende Wertschöpfung für die Tourismus- und Freizeitwirtschaft in Oberösterreich

Die volkswirtschaftliche Bedeutung der Tourismus- und Freizeitwirtschaft wird durch die Messung der direkten und indirekten Wertschöpfungseffekte im Tourismus-Satellitenkonto sichtbar. Diese summierten sich 2011 auf 6,59 Milliarden Euro. Das entspricht einer Steigerung von 4,4 Prozent gegenüber dem Vorjahr und einem Beitrag von 13 Prozent zum Bruttoregionalprodukt. Die Prognose der (indirekten und direkten) touristischen Wertschöpfungseffekte liegt für 2012 bei 6,77 Mrd. Euro. Insgesamt steigerte sich die Wertschöpfung von 2003 bis zum prognostizierten Jahr 2012 um 33 Prozent.

SO KommR Robert SEEBER

Oberösterreich steht für Winter in intakter Natur

Mehr Angebotsqualität für zufriedenerere Gäste

Wie Daten aus der Marktforschung zeigen, sucht der Wintergast in Oberösterreich vor allem Ruhe und Erholung in intakter Natur. Im Zuge der Gästebefragung Tourismus Monitor Austria (ein Kooperationsprojekt u.a. von Oberösterreich Tourismus, Österreich Werbung, WKÖ, BMWFJ und Manova) bezeichneten 42 Prozent der Befragten ihren Oberösterreich-Aufenthalt als „Erholungsurlaub“. Für 44 Prozent sind Landschaft und Natur ein wichtiges Entscheidungskriterium bei der Wahl von Oberösterreich als Urlaubsdestination. Die Leit motive Erholung und Bewegung in der Natur spiegeln sich auch wieder, wenn die Gäste nach ihren Urlaubsaktivitäten in Oberösterreich befragt werden: 28 Prozent nutzen gerne Wellness-Angebote, 25 Prozent gehen Skifahren oder Snowboarden, 20 Prozent nutzen Gesundheitsangebote. Dem entsprechend sehen 27 Prozent ihren Aufenthalt als Wellness-Urlaub, 21 Prozent als Gesundheitsurlaub und 20 Prozent als Skiurlaub.

Skigebiete punkten mit kurzer Anreise und Familienangebot

Inszeniertes Pistenerlebnis bringt zufriedene Gäste

Einen genaueren Blick auf die Skifahrer in Oberösterreich wirft die von Oberösterreich Tourismus gemeinsam mit den Top-Skigebieten initiierte Kundenzufriedenheitsmessung „SAMON – Satisfaction Monitor Seilbahnen“, die im Winter 2012/13 durchgeführt wurde. Die Ergebnisse zeigen, dass Oberösterreichs Top-Skigebiete einerseits wegen der guten Erreichbarkeit und der kurzen Anreisewege geschätzt werden. Für 55 Prozent der Skifahrer war dieses Entscheidungskriterium wichtig. Andererseits bewerten die Wintersportler die Familienfreundlichkeit und die Kinderangebote sehr hoch. Für 24 Prozent war die Familienfreundlichkeit bzw. die Angebote für Kinder bei der Auswahl des Skigebietes entscheidend. Das schlägt sich auch auf die Gästestruktur in den Skigebieten nieder: 27 Prozent der Gäste sind Familien

mit Kindern bis 13 Jahren, ein Wert der deutlich über dem Österreich-Schnitt von 18 Prozent liegt. Insgesamt haben die Skifahrer ein positives Bild von den heimischen Wintersportregionen und schreiben ihnen die Attribute „familienfreundlich“, „gastfreundlich“, „gemütlich“ und „sympathisch“ zu.

Der Weg zum zufriedenen Gast führt ausschließlich über höchste Qualität bei Angebot und Service. Oberösterreichs Skigebiete haben diesen Weg eingeschlagen und bauen das Wintererlebnis Oberösterreich über das Basisangebot hinaus aus. Perfekt präparierte Pisten und Schneesicherheit durch flächendeckende Beschneidung setzt der Gast heute als selbstverständlich voraus. Die Skiregion Dachstein West in der Ferienregion Dachstein-Salzkammergut hat als erste Wintersport-Destination Oberösterreichs den Weg des inszenierten Pisten-Erlebnisses eingeschlagen. Mit den insgesamt 18 „Gaudipisten“ wurden im Skigebiet Buckelpisten, permanent gesetzte Rennstrecken und Funparks geschaffen. Ab dem Winter 2013/14 setzt nun auch die Höss in Hinterstoder auf Erlebnis-Inszenierung am Berg. So weist etwa die neue „Inferno Piste“ auf einem Kilometer Länge ein Gefälle von bis zu 70 Prozent auf und spricht damit – ebenso wie die Hannes Trinkl Weltcup Strecke – gezielt sportliche Skifahrer an. Ebenfalls neu eingerichtet ist der „Fun Trail“, eine Erlebnispiste für Groß und Klein mit Wellenbahn und Steilkurven.

Attraktive Programme und Angebote den Gästen mit Kompetenz und Freundlichkeit näher bringen

Ausschlaggebend für die Zufriedenheit des Gastes ist nicht allein die Attraktivität, sondern in ganz entscheidendem Maße die Qualität der Leistung. Und die hängt mit der Kompetenz und Professionalität der Anbieter zusammen. Wenn Gäste und Urlauber erstmalig ein neues Angebot nutzen, ist es für das nachhaltige Erlebnis von ganz entscheidender Bedeutung, dass dieses Erlebnis von absoluten Profis vermittelt wird. Auf das Skierlebnis in Oberösterreich gemünzt, sind dies die zahlreichen Skischulen und ausgebildeten Skilehrer, die Gäste kompetent auf das Vergnügen in der weißen Pracht Oberösterreichs vorbereiten. Zum Erlebnis wird es vor allem dann, wenn man sich als Anfänger in kompetenter, sicherer Betreuung weiß. So gewinnen Regionen und Unternehmer „Wiederholungstäter“ bzw. Stammkunden und neue Gäste.

Die gewerblichen Tourismus- und Freizeitunternehmen sind nicht nur Garanten für Lebensfreude und -qualität in Oberösterreich, sie stehen auch für attraktive Jobs, die landesweit angeboten werden, weil sie im Gegensatz zur produzierenden Wirtschaft nicht exportierbar sind. Insgesamt bemühen sich in der öö. Tourismus- und Freizeitwirtschaft – Gastronomie, Hotellerie, Freizeitbetriebe etc. – rund 30.000 Menschen um das Wohl ihrer Gäste.

Mag. Karl PRAMENDORFER

Marketing für den Winter auf und abseits der Pisten

Touristische Partner ziehen gemeinsam an einem Strang

Im Marketing für die Wintersaison muss für den Gast die gesamte touristische Dienstleistungskette spürbar werden, von der Unterkunft bis hin zum Pistenangebot. Deshalb ziehen für die Winterkampagne 2013/14 der Oberösterreich Tourismus, die sieben Top-Skigebiete Oberösterreichs (Dachstein West, Freesports Arena Krippenstein, Feuerkogel, Kasberg, Hinterstoder, Wurzeralm und Hochficht) und die touristischen Organisationen in den Wintersport-Destinationen gemeinsam an einem Strang. Als Zielmärkte für die Vermarktung sind gemäß „Kursbuch Tourismus Oberösterreich 2011 bis 2016“ Oberösterreich, Österreich und Deutschland sowie Tschechien definiert.

Herzstück der Kampagne in Österreich und Deutschland ist die Zeitung „Winterzeit. Skiurlaub in Oberösterreich“. Auf zwölf Seiten präsentieren sich dem Leser alle Top-Skigebiete Oberösterreichs. Informationen zu den Winterdestinationen im Bundesland und eine große Auswahl an buchbaren Angeboten sind weitere Inhaltsschwerpunkte. Die Zeitung ist in einer Auflage von 400.000 Stück erschienen. Hauptvertriebsweg ist die Beilage in reichweitenstarken Medien in Österreich und Süddeutschland. Ergänzt wird die sowohl image- als auch verkaufsorientierte Kampagne durch Einschaltungen in Printmedien und eine Online-Kampagne. Auf dem tschechischen Markt sind Oberösterreichs Winterdestinationen mit einer Doppelseite in der über Medienbeilage vertriebenen Winterzeitung der

Österreich Werbung vertreten. Dazu kommen ebenfalls Printeinschaltungen und verkaufsfördernde Online-Maßnahmen.

Auf dem Heimmarkt Oberösterreich haben Skifans die einzigartige Chance, exklusive „magische“ Wintersportmomente zu gewinnen. Die sieben Skigebiete schnüren dabei Erlebnispakete, die ausschließlich für den Gewinner oder die Gewinnerin inszeniert werden. Im Zuge der Kommunikation dieser Gewinnmöglichkeit über regionale Medienpartner wird allgemein das Image der heimischen Wintersportregionen gestärkt.

Premiere für Winterkampagne mit Markendestinationen

660.000 Destinationszeitungen transportieren Werbebotschaften

Dem Geist des Kursbuchs folgend, forciert Oberösterreich Tourismus auch die Herausbildung starker Destinationsmarken, die mit ihren Spitzenangeboten überregionale touristische Strahlkraft entwickeln. Erstmals setzt Oberösterreich Tourismus daher gemeinsam mit den zugkräftigen Winterdestinationen Salzkammergut und Urlaubsregion Pyhrn-Priel eine Winter-Imagekampagne um. In einer Gesamtauflage von 660.000 Stück erscheinen die Winterzeitungen „Wintergenuss – Urlaub im Salzkammergut“ und „Winterlich“ für die Urlaubsregion Pyhrn-Priel. Beide Zeitungen transportieren einerseits die ganze Fülle des Winterangebotes in der jeweiligen Destination. Gleichzeitig enthält jedes der Druckwerke eine mehrseitige Strecke, die über die Destinationsgrenzen hinaus das winterliche Oberösterreich abseits der Pisten präsentiert. Die Zeitungen werden als Medienbeileger in Österreich und Süddeutschland vertrieben. Jeweils 50.000 Exemplare beider Hefte – insgesamt 100.000 Stück der Gesamtauflage – erscheinen in tschechischer Sprache und finden den Weg zu ihren Abnehmern dem entsprechend über Zeitungen und Magazine in Tschechien. Ergänzt wird diese Kampagne durch E-Marketing auf themenaffinen Online-Portalen in Österreich und Deutschland sowie 20sekündige TV-Spots im ORF und auf Servus TV.

Der Oberösterreich-Winter abseits der Pisten Lichterglanz in den Städten, gesunde Auszeit

Breit aufgestellt ist Oberösterreichs Tourismusangebot im Winter auch abseits alpiner Pisten. Einerseits fordert der Gast in den Wintersportregionen ein vielseitiges sportliches Angebot mit Schneeschuhtrails, Winterwanderwegen und Langlaufloipen. Andererseits sind der Städteurlaub im Advent und der Gesundheitsurlaub weitere Schwerpunkte im winterlichen Urlaubsangebot. Die Vorweihnachtszeit lockt sowohl in den Städten – etwa in Linz oder in der Christkindlstadt Steyr – als auch im Salzkammergut Gäste an. Veranstaltungen wie der Wolfgangseer Advent oder der Schlösser Advent in Gmunden am Traunsee erfreuen sich steigender Beliebtheit.

Als touristische Ganzjahresthemen sind Gesundheit und Wohlfühlen auch im Winter gefragt. Oberösterreichs Thermen und Gesundheitshotels erweitern laufend ihre Angebotspalette. Die Marienschwestern vom Karmel betreiben etwa in Bad Kreuzen das „1. Zentrum für Traditionelle Europäische Medizin“. Diese Ausrichtung auf die überlieferten Heiltraditionen des Alten Kontinents wird ab Anfang 2014 auch in den beiden Kneipp Traditionshäusern in Aspach und Bad Mühlacken sicht- und spürbar werden: Die traditionelle europäische Gesundheitsgymnastik „Wyda“ und der Aderlass nach Hildegard von Bingen tragen den TEM-Gedanken in die Angebote aller drei Häuser.

Snow & Fun: Ski-Saisonstarts* 2013/ 2014

Hinterstoder:	durchgehender Betrieb ab 6.12.2013, bei ausreichender Schneelage ab 30.11.2013 bzw. Wochenendbetrieb im November
Dachstein West:	bei ausreichender Schneelage Wochenendbetrieb 30.11./1.12.2013, durchgehend ab 7.12.2013
Hochficht:	6.12.2013
Wurzeralm:	bei ausreichender Schneelage Wochenendbetrieb 30.11./1.12.2013, durchgehend ab 7.12.2013
Kasberg:	7.12.2013
Freesports Arena Krippenstein:	21.12.2013
Feuerkogel:	14.12.2013

*voraussichtliche Saisonstart-Termine, Änderungen möglich

Weitere Events in den Snow&Fun Skigebieten

Dachstein West	Gaudiwoche 2014 mit Schmankerl und Unterhaltung 8.-15.3.2014
Hinterstoder	Skiopening 30.11.2013
Wurzeralm	Skiopening 30.11.2013 FIS Super G Damen Österr. Jugendmeisterschaften 22.1.2014 FIS Europacup der Damen 23.-24.1.2014
Hochficht	Skibob Weltcup Rennen 10.-11.1.2014
Feuerkogel	Alpine Skigolf-WM 8.3.2014 Nostalgie-Skifest am Feuerkogel 22.3.2014 Saukopfspringen & WaterSplash 29.3.2014

Zahlen und Fakten zu den Snow&Fun Skigebieten

	Pisten	Aufstiegshilfen
Skiregion Dachstein West	78 km	31
Freesports Arena Krippenstein	14 km + 30 km Freeride-Varianten	7
Feuerkogel	16 km	8
Kasberg	21 km	10
Hinterstoder	40 km	14
Wurzeralm	22 km	8
Hochficht	20 km	10

Neben den Snow & Fun-Skigebieten gelten zahlreiche kleinere Liftanlagen als Nahversorger für's sportliche Pistenvergnügen. Insgesamt stehen in Oberösterreichs Skigebieten 282 km präparierter Pisten, 162 Aufstiegshilfen (Seilbahnen und Lifte) und rund 1.000 km Langlaufloipen zur Wahl.

Nähere Infos unter www.wintersport.at