

# Quartalsbericht 3/2011

## **Oberösterreich Tourismus**

Freistädter Straße 119, 4041 Linz

Tel: (+43 732) 72 77-100

Fax: (+43 732) 72 77-130

e-mail: [tourismus@lto.at](mailto:tourismus@lto.at)

[www.oberoesterreich-tourismus.at](http://www.oberoesterreich-tourismus.at)



**LANDSCHAFTEN**  
FÜR LEIDENSCHAFTEN



INHALTSVERZEICHNIS:

1. Oberösterreich Tourismus .....	3
1.1. Kursbuch Tourismus Oberösterreich 2011 bis 2016 .....	3
1.2. Dreifachsieg für die Salzkammergut Medien.....	4
1.3. Ausgezeichneter Einsatz .....	5
1.4. Betriebsausflug.....	5
1.5. Kooperation airberlin.....	5
1.6. Umfirmierung TTG.....	6
1.7. TOURDATA.....	6
1.8. Newsletter wecken Lust auf Urlaub in OÖ .....	7
1.9. Tourismus in Zahlen .....	7
2. Marketing .....	9
2.1. Sommer Action Checker .....	9
2.2. Themen .....	9
2.3. Projekte .....	13
3. Tourismusentwicklung .....	15
4. Management Services.....	17

Impressum:

Herausgeber und Verleger: Oberösterreich Tourismus, Freistädter Straße 119, A-4041 Linz.  
Tel.: 0732/72 77-100, Fax: 0732/72 77-130, E-mail: [tourismus@lto.at](mailto:tourismus@lto.at), [www.oberoesterreich-tourismus.at](http://www.oberoesterreich-tourismus.at). Für den Inhalt verantwortlich: Mag. Karl Pramendorfer. Redaktion: Elisabeth Kierner.  
Fotonachweis: OÖ. Tourismus bzw. Tochterunternehmen, S3 oben: Land OÖ, S9 oben: Life Radio, S10 oben: Salzkammergut Mountainbike Trophy, S10 unten: Privatbrauerei Schloss Eggenberg, S11 oben: Messe Düsseldorf/H. Boernichen, S13 links oben: Land OÖ/Kraml. Die Inhalte basieren auf den Angaben der jeweiligen Bereichsverantwortlichen und stellen lediglich einen Überblick ausgewählter Aktivitäten des Unternehmens dar.

# 1. Oberösterreich Tourismus

## 1.1. Kursbuch Tourismus Oberösterreich 2011 bis 2016

### 1.1.1. „Der gemeinsame Weg“

Mit dem „Kursbuch Tourismus Oberösterreich 2011 bis 2016“ wurden zu Beginn des Jahres die Rahmenbedingungen für die strategische Positionierung des Tourismuslandes Oberösterreich fixiert. Seither haben Land OÖ, OÖ. Tourismus und Wirtschaftskammer OÖ in zahlreichen Arbeitsgruppen oftmals unter Einbindung externer Arbeitsgruppen die Maßnahmen zur Umsetzung entwickelt und erste Schritte dieser neuen organisations- und branchenübergreifenden Zusammenarbeit konkretisiert. So wurde ein neuer Ansatz der Themenvernetzung gefunden, der anhand des innovativen Projektes „Genusswandern“ bereits für den Gast erlebbar ist. Unter dem Motto „Auf den Spuren des Schlierbacher Käse“ entstand -



LR Hiegelsberger, Dr. Stolba, LR Sigl, Mag. Pramendorfer, SO KommR Seeber und BSO KommR Schenner beim gemeinsamen Genusswandern.

ausgehend vom Genusszentrum Schlierbach - einer der ersten Genusswanderwege. Touristikerinnen und Touristiker sowie Medienvertreter waren Anfang September eingeladen unter dem Motto „Der gemeinsame Weg“ diesen Genusswanderweg kennenzulernen.

### 1.1.2. Enquete Kursbuch-Umsetzung

Kernstück des neuen Kursbuches sind Innovationsfelder zur noch stärkeren Professionalisierung der heimischen Tourismuswirtschaft. Diese Innovationsfelder sollen zum Beispiel über ausgezeichnete Produkte („Leuchttürme“) sichtbar gemacht werden. Touristische Angebote, deren Qualität entlang der Dienstleistungskette beispielgebend ist, werden deshalb im Tourismusmarketing in den Vordergrund gestellt. Um sich näher mit diesem Entwicklungsprozess auseinander zu setzen, lud der OÖ. Tourismus im Berichtszeitraum die Geschäftsführerinnen und Geschäftsführer der Tourismusverbände zur Enquete Kursbuch-Umsetzung. Neben der Qualitätsoffensive „Leuchtturmstrategie“ informierte der OÖ. Tourismus dabei auch über den laufenden Markenevaluierungsprozess und das Land OÖ. stellte zudem die neuen Fördermöglichkeiten vor. Rund 30 Touristikerinnen und Touristiker nutzten die Gelegenheit,

sich näher über den aktuellen Stand der Kursbuch-Umsetzung zu informieren und sich vor allem auch aktiv im Workshop einzubringen. Die Details zur Leuchtturmevaluierung können unter [www.oberoesterreich-tourismus.at](http://www.oberoesterreich-tourismus.at) heruntergeladen werden.



Unter dem Motto „Leuchtturm statt Kirchturm“ waren sich die Teilnehmerinnen und Teilnehmer der Enquete Kursbuch-Umsetzung einig, dass dieser Prozess zur ständigen Weiterentwicklung der touristischen Qualität nur gemeinsam und vernetzt stattfinden kann.

## 1.2. Dreifachsieg für die Salzkammergut Medien



Mag. Karl Pramendorfer und Bgm. Hannes Schobesberger gratulieren den glücklichen Gewinnern der Pressesegelregatta 2011

Gemeinsam mit den erfahrenen Skippern des Segelclub Altmünster bestritten 15 Medienvertreterinnen und Medienvertreter aus Oberösterreich am 16. Juli 2011 die traditionelle Pressesegelregatta. Der OÖ. Tourismus nutzt diesen sportlichen Tag zur Beziehungspflege mit den heimischen Journalisten und vor allem auch dazu, die Stärken des touristischen Angebots erlebbar zu machen. Den Sieg holte sich, so wie im vergangenen Jahr, das bewährte Team von Kerstin Müller

(Bezirksrundschau Gmunden) und Martin Bürger (SCA) in einer Traumzeit von 01:38:41. Knapp dahinter segelte Alfred Jungwirth (Bezirksrundschau Vöcklabruck) durchs Ziel. Den dreifachen Sieg der Salzkammergut-Medienvertreter komplettierte Gary Sperrer (OÖ Nachrichten, Lokalredaktion Gmunden) mit dem dritten Stockerlplatz.

### 1.3. Ausgezeichneter Einsatz

Oberösterreich ehrte im Berichtszeitraum neun langjährig um die Entwicklung des Tourismus bemühte Persönlichkeiten. LR Viktor Sigl, der Vorsitzende des Landestourismusrates BSO Johann Schenner und Vorstand Mag. Karl Pramendorfer verliehen den Touristikerinnen und Touristikern sowie zwei heimischen Institutionen die Ehrenmedaille für Verdienste um den Tourismus in Oberösterreich.



Neun Persönlichkeiten und zwei Institutionen wurden kürzlich für ihre Verdienste um die Tourismus- und Freizeitwirtschaft mit dem Ehrenzeichen des Landes Oberösterreich ausgezeichnet.

### 1.4. Betriebsausflug

Am 23. und 24. September 2011 fand nach einigen Jahren erstmals wieder ein Betriebsausflug statt. 65 Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter des OÖ. Tourismus und seiner Tochtergesellschaften besuchten die Dachstein-Eishöhle oder die Aussichtsplattform Five-Fingers. In der Dorfalm St. Wolfgang fand der gemütliche Ausklang statt, bevor am nächsten Tag die Rückreise angetreten wurde.



Bei ausgezeichneter Fernsicht genossen die Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter des OÖ. Tourismus den Ausblick von der Aussichtsplattform Five-Fingers.

### 1.5. Kooperation airberlin

Im Rahmen der Kooperation mit airberlin wurde am 15. August 2011 gemeinsam mit dem Tourismusverband Linz eine Informationsveranstaltung in Berlin durchgeführt. Dabei präsentierten sich unter anderem die Voestalpine Stahlwelt, das AEC, der blue danube airport, das

Design Center sowie das Bäderdreieck Füssing und der Landkreis Passau. Den eingeladenen Gästen aus Wirtschaft, Presse und Kultur wurden auch die Stadt Linz und das Urlaubsland Oberösterreich vorgestellt.

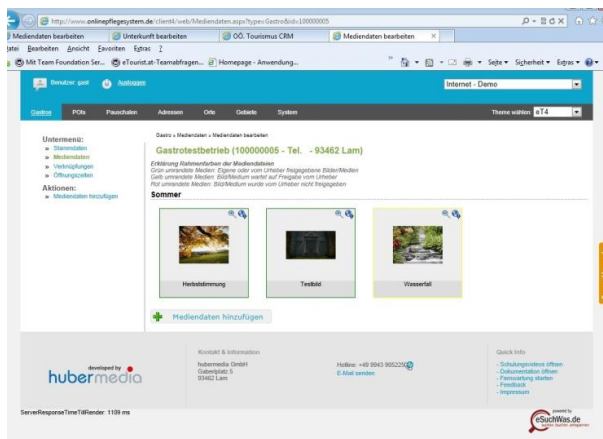
## 1.6. Umfirmierung TTG



TOURISMUS  
TECHNOLOGIE  
GMBH

Seit September 2011 firmiert die OÖ. Tourismus Technologie GmbH unter TTG Tourismus Technologie GmbH. Parallel dazu wurden ein neues CI/CD erstellt, die neue Webseite freigeschaltet und neue Drucksorten erarbeitet. Rechtliche Unterstützung bei der Umfirmierung erhielt das Tochterunternehmen durch den Bereich Management Services des OÖ. Tourismus.

## 1.7. TOURDATA



Im dritten Quartal wurden für das zentrale Tourismusinformationssystem TOURDATA Erweiterungen wie zum Beispiel Updates und Datenimports umgesetzt. In zahlreichen Maßnahmen, wie Mailings, Workshops und persönlichen Gesprächen, wurden Betriebe, Tourismusverbände und Gemeinden informiert. Bereits über 170 Logins und Passwörter konnten bis Ende September 2011 vergeben werden. Zudem wurden Vorbereitungsarbeiten getroffen, damit Anfang Oktober TOURDATA-Inhalte auf diversen Websites (zum Beispiel [www.oberoesterreich.at](http://www.oberoesterreich.at)) online gehen können.

Aus dem Bereich Management Services wurde für das Datenmanagement-System „TOURDATA“ rechtliche Unterstützung geleistet. Es wurden im Berichtszeitraum die Allgemeinen Nutzungsbedingungen erstellt sowie Nutzungsverträge abgeschlossen.

## 1.8. Newsletter wecken Lust auf Urlaub

Oberösterreichs potenzielle Gäste werden mittels Newsletter laufend über das Urlaubsangebot Oberösterreich informiert. Die Online-Redaktion versandte im Berichtszeitraum 26 Newsletter aus zehn unterschiedlichen Themen und Projekten (zum Beispiel Radfahren, Wandern, Golf, Gruppenreisen, Genussland OÖ) an mehr als 210.000 Abonnenten.



## 1.9. Tourismus in Zahlen

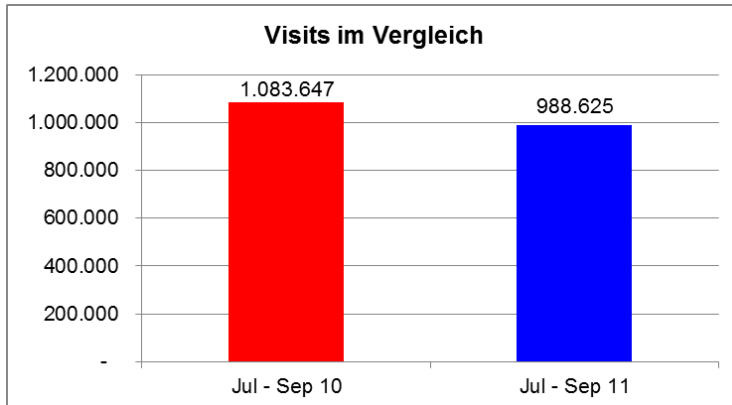
### 1.9.1. Sommersaison 2011 geht mit starkem Plus ins Finish

Nach weiteren Gästezuwächsen im September (+1,9 % Ankünfte, + 0,5 % Nächtigungen im Vergleich zum Vorjahr) verläuft die Sommersaison 2011 in Oberösterreich bislang konstant positiv: 1.307.300 Touristen verbrachten von Mai bis September 2011 einen Aufenthalt in Oberösterreich, das sind um +2,2 % mehr als im Vergleichszeitraum des Vorjahres. Mit über 3,86 Millionen liegen auch die Nächtigungen um +2,9 Prozent über dem Vorjahresergebnis. Auch die Umsätze entwickelten sich mit +4,2 % von Mai bis September 2011 bislang sehr positiv. Bei Oberösterreichs Urlaubern stehen das Naturerlebnis, in Kombination mit sportlicher Bewegung (etwa beim Wandern oder Radfahren) und kulinarischen Genüssen hoch im Kurs. Gleichzeitig punktet Oberösterreich bei Kultur- und Städtereisen. Sportliche oder kulturelle Großveranstaltungen sorgten für Nachfrage auch bei internationalen Gästen.

Um den Einfluss des bis Mitte August 2011 eher kühlen und feuchten Sommerwetters auf die persönlichen Urlaubspläne der Österreicher zu ermitteln, führte market im Auftrag des OÖ. Tourismus eine Online-Befragung durch. Die Österreicher zeigten sich vom Wetter relativ unbeeindruckt: Der Großteil der Urlaube wurde wie geplant absolviert, bestenfalls wurde der Urlaub mit anderen Aktivitäten verbracht, um dem schlechten Wetter zu entgehen. Nur ein sehr kleiner Teil der Urlaube wurde verschoben. Sonnige Auslandsziele wurden nur von wenigen ÖsterreicherInnen als kurzfristige Alternative gewählt.

### 1.9.2. Urlaubsinfos sind gefragt

Die OÖ. Tourismus Information beantwortete im dritten Quartal 2011 insgesamt über 11.000 Anfragen. Mehr als 6.600 Anfragen wurden per Internet und über 1.580 Anfragen telefonisch gestellt.



988.625 Visits wurden im Berichtszeitraum auf der [www.oberoesterreich.at](http://www.oberoesterreich.at) registriert. Der Rückgang von rd. 8,7 % resultiert vorwiegend aus dem Umbau der Plattformen, welcher durch die Tiscover Vertragsauflösung erforderlich war.

*Begriffserklärung Visits: Ein Visit bezeichnet einen Besuch eines WWW-Angebotes. Als Visit zählt dabei der Seitenzugriff eines Browsers auf ein Web-Angebot, der von außerhalb der betreffenden Web-Site erfolgt.*

## 2. Marketing

### 2.1. Sommer Action Checker

Von August bis September 2011 besuchte eine von einer Jury als Life Radio "Sommer Action Checker" ausgewählte Familie Oberösterreichs actionreichste Punkte wie zum Beispiel das Welios, den Höhenrausch 2. oder das EurothermenResort Bad Schallerbach. Per Videos, Fotos und kurzen Texten berichtete die Familie auf der Website von Life Radio und unter [www.ausflugstipps.at](http://www.ausflugstipps.at) von ihren Erlebnissen.



Die Sommer Action Checker Familie erkundete Oberösterreichs actionreichste Ausflugsziele.

### 2.2. Themen

#### 2.2.1. Gesundheit und Wellness

Am 6. Juli 2011 präsentierte der OÖ. Tourismus das wohltuende Angebot der Gesundheitspartner beim Sommerfest der Ärztekammer OÖ. Mehr als 200 Personen aus Medizin, Wirtschaft und Politik waren bei dieser Veranstaltung vertreten. Mit der Ärztekammer OÖ besteht seit 2008 eine erfolgreiche Zusammenarbeit im Bereich der Gesundheitsvorsorge. Unter anderem werden Veranstaltungen, Social Media- und Presse-Aktivitäten gemeinsam umgesetzt.

Mit Radio Arabella fand im Juli eine Verteilaktion der „Bleib G’sund“-Magazine an Oberösterreichs Badeseen und Freibädern statt. Insgesamt wurden 5.000 Magazine als Leselektüre verteilt. Begleitet wurde die Aktion von Radiospots, der Ankündigung im Radio Arabella Newsletter und auf deren Homepage.



Das „Bleib G’sund Magazin“ als beliebte Leselektüre an heißen Tagen.

Im Berichtszeitraum wurden auf der [www.gesundheitsurlaub.at](http://www.gesundheitsurlaub.at) zwei Gewinnspiele ausgelobt. Eines mit dem Kooperationspartner UNIQA zum Thema Gesundheitsvorsorge und

eines im Rahmen der Sommerglücksmomente-Kampagne der Österreich Werbung, bei dem zwei Rad- und Wellnessurlaube in Bad Hall und Bad Ischl verlost wurden. Insgesamt haben 6.700 Personen an den Gewinnspielen teilgenommen.

## 2.2.2. Radfahren



Rund 4.000 Mountainbiker gingen an den Start der 14. Salzkammergut Mountainbike Trophy.

Über 4.000 Sportler aus 38 Nationen und 20.000 Zuschauer brachten der Salzkammergut Mountainbike Trophy am 16. Juli 2011 auch heuer wieder einen großartigen Erfolg. Gewinner im Bewerb über die Extremdistanz (211 km) war der Steirer Wolfgang Krenn. Gewinner sind allerdings auch die gesamte Region und der Tourismus. Die Wertschöpfung durch die Mountainbike-Trophy wird im Inneren Salzkammergut

mit 1,5 Millionen Euro beziffert. Davon machen die Nächtigungen rund eine Million Euro aus und etwa eine halbe Million der zusätzliche Umsatz (Gastronomie, Einkäufe). Das Radland Oberösterreich und das Innere Salzkammergut präsentiert sich bei diesem Event einem Publikum, das mittlerweile auch außerhalb Europas zu Hause ist. Der steigende Bekanntheitsgrad und der positive Image-Faktor sind weitere touristische Erfolge für die gesamte Region.



Glückliche Gewinner des Gewinnspiels in Kooperation mit der Brauerei Schloss Eggenberg.

Radfahren und Radler trinken – eine gute Kombination. Bei einer Wirtschaftskooperation mit der Brauerei Schloss Eggenberg wurden bei einem Gewinnspiel Radangebote aus Oberösterreich vorgestellt.

Gleichzeitig leistete der OÖ. Tourismus im Berichtszeitraum für zwei Veranstaltungen des OÖ. Landesradsporverbandes umfangreiche Marketingarbeit, um die Veranstaltungen bestmöglichst zu bewerben: Von 15. bis 17. Juli 2011 führte die „Internationale Keine Sorgen Juniorenradrundfahrt“ durch Oberösterreich und am 18. September 2011 begeisterte der Eurothermen-Radtage in Bad Schallerbach, Bad Hall und Bad Ischl zahlreiche Radsportler und Familien.

### 2.2.3. Wandern

"Im Kern steht die brillante Idee, wie der sonst viel zitierte Widerspruch von Naturschutz und Tourismusvermarktung nicht nur aufgelöst, sondern auch in sein Gegenteil verkehrt werden kann. Naturvermittlung in Schutzgebieten als touristisch vermarktbare Produkt mit messbarer Wertschöpfung und messbarer Teilnehmerzufriedenheit." Mit diesen Worten begründete die Fachjury die Verleihung des Wandermagazin-Awards 2011 an das Projekt und das Team von NATURSCHAUSPIEL.at, das von 33 Projekten aus Deutschland, Frankreich, Österreich und der Schweiz an den 1. Platz gereiht wurde. Der jährlich vergebene, internationale Preis würdigt innovative Leistungen im Wandertourismus. Preistifter ist das Wandermagazin, das sich als Spezialist für Tourentipps und Reportagen aus ganz Europa etabliert hat.



Das Naturschauspiel-Projektteam nahm voller Freude den Wandermagazin-Award 2011 entgegen

### 2.2.4. Geschäftstourismus

Das Convention Bureau Oberösterreich (CB OÖ) war im Sommer 2011 mit abcn (austrian business and convention network) zweimal in Deutschland unterwegs: Am 7. Juli 2011 präsentierte sich das CB OÖ gemeinsam mit drei heimischen Partnern und dem CB Salzburg im BMW Pavillon München. Über 100 Kunden aus der Tagungs- und Kongressbranche aus dem Großraum München besuchten die für OÖ erfolgreiche Veranstaltung, bei der bestehende Kontakte gepflegt, neue gewonnen und Projektanfragen akquiriert wurden. Beim zweiten Event in Deutschland am 24. August 2011 in Hamburg vertraten das CB OÖ und der Tourismusverband Linz unser Bundesland. Mit über 50 Kunden konnten intensive Fachgespräche geführt werden.



Auf abcn-Events in Deutschland wurden erfolgreiche Gespräche geführt.

Gleichzeitig nutzte das Convention Bureau OÖ den Sommer für Verkaufstrainings für seine Mitglieder. Über 20 Teilnehmerinnen und Teilnehmer absolvierten ein sehr intensives und praxisorientiertes Training unter dem Motto „Die Kraft der Begeisterung im Verkauf“.

### 2.2.5. Sport



Die Aktion Wintersportwochen soll Kinder und Jugendliche für den Wintersport begeistern.

Um den Aufwärtstrend im Wintertourismus langfristig abzusichern, gilt es, Kinder und Jugendliche für den Wintersport zu begeistern. Deshalb unterstützen Land OÖ und der OÖ. Tourismus gemeinsam mit den heimischen Skigebieten die Aktion Wintersportwochen für Oberösterreichs Schulen. Damit möglichst viele Schulsikurse in den oberösterreichischen Winterdestinationen stattfinden, bündelt der OÖ. Tou-

rismus für Lehrerinnen und Lehrer wichtige Informationen auf [www.wintersport.at/wintersportwoche](http://www.wintersport.at/wintersportwoche). Aktuelle Infos dazu wurden im Berichtszeitraum vorgestellt.

Der Islandpferde-Reithof Piber in St. Radegund war von 1. bis 7. August Schauplatz der Islandpferde-Weltmeisterschaft 2011. Reiterinnen und Reiter aus 16 Nationen waren zu Gast. Die WM war nicht nur ein absolutes Top-Sportereignis, sondern auch ein touristischer und wirtschaftlicher Impuls für die Region. Tausende Zuschauer säumten die Tribünen.

Zum dritten Mal fand am 27. September im Golfclub Windischgarsten die Hotel & Gastro Golf-Weltmeisterschaft statt. 96 Golfer aus Küche und Keller waren ebenso mit von der Partie wie zahlreiche Prominenz aus Sport, Wirtschaft und Politik. Auch Fernsehkoch Peter Tichatschek und Reinhard Stocker vom Hangar 7 nahmen an der Gastro-WM teil.

## 2.3. Projekte

### 2.3.1. Genussland Oberösterreich

Am 16. und 17. September 2011 flanierten rund 300.000 Besucherinnen und Besucher durch die Linzer Innenstadt, um auf der Genuss-Land-Straße Oberösterreich kennen zu lernen und zu schmecken. Gut 100 Partner aus dem Genussland präsentierten ihre kulinarischen und touristischen Besonderheiten. Auch die Innwirtler, die Wirtekooperation anlässlich der OÖ. Landesausstellung 2012, sorgten für kulinarische Schmankerl. Die Privatvermieterinnen Pyhrn-Priel konnten bei der Genuss-Land-Straße mit musikalischen Darbietungen und einem Gewinnspiel viel Aufmerksamkeit auf sich ziehen.



Touristisches, Unterhaltsames und Kulinarisches wurde bei der Genuss-Land-Straße präsentiert.

### 2.3.2. Qualifizierungsprojekt zur Landesausstellung 2012

Zur bayerisch-oberösterreichischen Landesausstellung 2012 „Verbündet, verfeindet, verschwägert. Bayern und Österreich“ wird seitens OÖ. Tourismus ein touristischer Qualifizierungsprozess organisiert. Ziel ist ein größtmöglicher und nachhaltiger Nutzen für die an der Landesausstellung beteiligten Leistungsträger und Partner.



Die InnWirtler beim Qualifizierungsworkshop zur Landesausstellung 2012

Der Qualifizierungsprozess wird in drei Module unterteilt, wobei die Entwicklung von maßgeschneiderten Produkten und Marketingaktionen im Mittelpunkt steht. Am 31. August 2011 fand in der Wirtschaftskammer Braunau die Auftakt- und Informations-Veranstaltung (Modul I) statt. Modul II wird als eigenes „Gastro-Modul“ für die Wirte-Kooperation „InnWirtler“ organisiert. Die Themen Bier, Rad und regionale Küche stehen im Mittelpunkt.

### 2.3.3. Verkaufsförderung



Niederösterreichische Vereinsobmänner besuchten den Aquazoo Schmiding.

Mit „Pils Reisen“, einem Busunternehmer aus Amstetten, veranstaltete der OÖ. Tourismus im Berichtszeitraum eine „Kennenlernfahrt“ nach Oberösterreich. Insgesamt 55 niederösterreichische Vereinsobfrauen und -männer nahmen an der Veranstaltung, die in den Zoo Schmiding, nach Wels und in den Summerauerhof St. Florian führte, teil.

Von 26. bis 28. Juli 2011 präsentierte sich OÖ. Tourismus am RDA in Köln. Busunternehmern, Reiseveranstaltern und Journalisten aus dem deutschsprachigen Raum wurde das oberösterreichische Gruppenreiseprogramm 2012 zum Naturschauspiel.at, zur bayerisch-oberösterreichischen Landesausstellung und zum Genussland Oberösterreich vorgestellt.

Unter dem Motto „Landschaften – nicht nur für sportliche – Leidenschaften“ fand Anfang Juli 2011 ein Fam-Trip (Studienreise) der airberlin-Kooperationspartner statt. Gleich nach der Ankunft der Teilnehmerinnen und Teilnehmer aus dem Großraum Berlin präsentierten die Incomer aus Oberösterreich sich und ihre Produkte im Rahmen eines Workshops. Das Programm führte nach Linz, an die Donau, nach Steyr und in den Nationalpark Kalkalpen.



Mag. Pramendorfer, Dr. Braun (TV Ostbayern) und Georg Steiner (TV Linz) freuen sich über den Erfolg des Grenzenlos-Workshops

„Grenzenlos“ lautete das Motto, unter dem sich rund 100 Touristikerinnen und Touristiker aus Österreich, Deutschland und Tschechien am 27. und 28. September 2011 über Ausflüge und Kurzreisen in Oberösterreich und Ostbayern austauschten. Die einzelnen Schauplätze der Veranstaltung – vom arbeitsintensiven Workshop an Bord eines Donauschiffs bis zum grenzüberschreitenden Ausflugsprogramm – bildeten ganz im Sinne der oberösterreichisch-bayerischen Zusammenarbeit eine bunte Zu-

sammenschau der beiden Regionen.

## 3. Tourismusentwicklung

### 3.1. Studien für den Tourismus in Oberösterreich

Für den Markenprozess im Rahmen der Kursbuch-Umsetzung wurde eine Studie zur „Identifikation von Destinationen mit Markenkraft“ durchgeführt, die aus 2 Phasen bestand. Phase 1 im Juli umfasste eine Expertenbefragung unter Reiseveranstaltern und -journalisten sowie den Mitarbeiterinnen und Mitarbeitern der Österreich Werbung. In der anschließenden Phase 2 wurden, nach Adaption des Fragebogens aufgrund der Ergebnisse aus Phase 1, die potenziellen Kunden in den Märkten Österreich, Bayern und Tschechien befragt. Ergänzend zu den Ergebnissen der Befragungen wurden umfangreiche Statistikauswertungen der potenziellen Markendestinationen erstellt. Die Ergebnisse liegen im 4. Quartal vor.

Seit Mai 2011 läuft die Befragungswelle der Gästebefragung T-MONA. In 14tägigen Intervallen werden die Quotenreporte überprüft. Sie zeigen an, ob die erforderliche Anzahl an Interviews bei den jeweiligen Herkunftsländern erreicht wird. Im August begannen die Vorbereitungen für die Winter-Welle. Es wurde die Verteilung von Interviews nach Herkunftsländern und Destinationen festgelegt und gemeinsam mit den örtlichen Tourismusverbänden konkrete Befragungspunkte ausgewählt.

### 3.2. Internationale Tourismusangelegenheiten

Am 4. Juli 2011 fand in Wien die offizielle Auftaktveranstaltung für die EU-Strategie für den Donauraum (EUSDR) statt. Der OÖ. Tourismus nahm daran teil und sammelte alle relevanten Informationen, um die Möglichkeiten einer Projektumsetzung innerhalb der EUSDR kennenzulernen.

Regelmäßig wird im Rahmen der Alpenkonvention ein Alpenzustandsbericht erstellt. Heuer widmet sich dieser dem nachhaltigen Tourismus. Auf Ersuchen des BMWFJ und des Landes OÖ verfasste der OÖ. Tourismus eine umfassende Stellungnahme. Dafür wurde eine Stärken-Schwächen-Analyse für den oö. Alpenkonventionsraum durchgeführt. Ebenso wurden für ein geplantes Indikatorensystem für nachhaltigen Tourismus Anregungen übermittelt.



Georg Bachleitner und Mag. Rainer Jelinek mit Kolleginnen vom Kreisamt Südböhmen.

Im Rahmen eines Interreg-Projekts wurde im September ein Arbeitstreffen mit dem Kreisamt Südböhmen durchgeführt. Dabei wurde der Südböhmische Marketingschwerpunkt 2011 „Das Jahr der Rosenberger“ präsentiert. Der OÖ. Tourismus informierte über die Strategie der Markendestinationen und Leuchttürme. Gemeinsam wurde über die Möglichkeiten der Messung des Ausflugsverkehrs zwischen Oberösterreich und Südböhmen diskutiert.

### 3.3. Regionale Tourismusstrategien

Im Berichtszeitraum wurden die ersten Umsetzungsprojekte für das Touristische Gesamtkonzept Almtal vorbereitet. So wurden die Gemeinden und Tourismusverbände im Almtal gezielt auf die Daten-Wartung in TOURDATA hingewiesen, damit eine neue „Online-Plattform Almtal“ entstehen kann. Auch in Zusammenhang mit der Genuss-Land-Straße wurde Unterstützung geleistet.

Der OÖ. Tourismus wurde vom Land OÖ. Beauftragt, einen Positionierungsprozess für die Sommernutzung des Feuerkogels zu begleiten. Im Juli und August 2011 wurden die vorliegenden Konzepte zum „Sommer am Feuerkogel“ recherchiert und gesichtet. Auch wurde ein Interviewleitfaden für Experteninterviews mit relevanten Akteuren vor Ort erstellt und im September Interviews mit ca. 15 Experten geführt.

## 4. Management Services

### 4.1. Aus- und Weiterbildung

Im Bereich Aus- und Weiterbildung wurde im Berichtszeitraum das Herbstprogramm 2011 vorbereitet. Zusätzlich fanden drei Vorträge mit insgesamt 28 Teilnehmerinnen und Teilnehmern statt. Weiters startete ein Qi-Gong-Kurs, den 10 interessierte Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter in ihrer Freizeit besuchen. Für das Forum Tourismus & Freizeit am 14. Oktober 2011 wurde das Programm ausgearbeitet sowie der Druck und Versand der Einladungen durchgeführt.

### 4.2. Juristische Beratungsleistungen / Versicherungen

Für das Datenmanagement-System „TOURDATA“ wurden im Berichtszeitraum die Allgemeinen Nutzungsbedingungen erstellt sowie Nutzungsverträge abgeschlossen. Weiters wurde das Tochterunternehmen Tourismus Technologie GmbH in der Finalisierung ihrer Umfirmierung unterstützt.

Aufgrund der zunehmend angebotenen drahtlosen Internetzugänge an öffentlichen Stellen, Beherbergungsbetrieben etc. und der dazu kaum vorhandenen Literatur, wurde die derzeitige Rechtslage in der Rechtsinfo „Risiko WLAN“ dargestellt. Wie immer wurden zahlreiche interne und externe Rechtsfragen aus unterschiedlichen Gebieten bearbeitet sowie Verträge geprüft und ausgefertigt.

### 4.3. Versand

Die Abwicklung umfangreicher Versandtätigkeiten stellt einen weiteren Aufgabenschwerpunkt im Bereich Management Services dar. Im Zeitraum Juli bis September 2011 wurden dabei mehr als 9.000 individuelle Anfragebeantwortungen der OÖ. Tourismus Information bearbeitet, zudem vier themenbezogene Massenmailings abgefertigt und hierbei insgesamt mehr als 9.300 Briefe kuvertiert, frankiert und verschickt. Es wurden darüber hinaus rd. 390 Pakete ins In- und Ausland verschickt.

Mag. Karl Pramendorfer  
Vorstand OÖ. Tourismus

Linz, im November 2011