

JAHRESBERICHT 2004

Oberösterreich Tourismus



LANDSCHAFTEN
FÜR LEIDENSCHAFTEN



Vorwort des Vorsitzenden der Generalversammlung	3
Vorwort des Vorsitzenden des Landes-Tourismusrates	4
Vorwort des Vorstand des OÖ. Tourismus	5
Die Organisation „OÖ. Tourismus“	6
Organigramm	7
Organe	7
Budget 2004	8
Tourismuserfolge für Oberösterreich 2004 – ein Überblick	9
Arbeitsschwerpunkte 2004 und ausgewählte Highlights	10
Zahlen und Fakten zum Tourismusjahr 2003/04	35
Tourismusstatistik 03/04	35
Umsatz- und Beschäftigungszahlen	41
Ihre Ansprechpartner im OÖ. Tourismus	42

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, www.oberoesterreich-tourismus.at
 Produktion: OÖ. Werbung GmbH
 Fotonachweis: Alle Fotos OÖ. Tourismus und Tochterunternehmen

MEILENSTEINE FÜR DIE OBERÖSTERREICHISCHE TOURISMUS- UND FREIZEITWIRTSCHAFT

2004 wurden die Reorganisationsmaßnahmen in Oberösterreichs Tourismuslandschaft zur Gänze abgeschlossen. Nach dem „Kursbuch für die Tourismus- und Freizeitwirtschaft in Oberösterreich bis 2010“ fixiert nunmehr das von der Generalversammlung, den politischen Vertretern im OÖ Landtag, beschlossene „Landes-Tourismuskonzept 2004 bis 2007“ mittelfristige Entwicklungs- und Vermarktungsprojekte für die oberösterreichische Tourismus- und Freizeitwirtschaft.

Auch die Folgeprüfung des OÖ Landesrechnungshofes ist, mit der Bestätigung, dass der OÖ. Tourismus die Landesmittel nach

wirtschaftlichen und widmungsgemäßen Aspekten zweckentsprechend verwendet und die Verbesserungsvorschläge realisiert wurden, richtungsweisend. Schließlich verspricht die Zusammenlegung der Unternehmensbereiche an einen gemeinsamen Standort weitere positive Auswirkungen.

Damit ist die Basis gelegt für ein professionelles Zusammenspiel aller Akteure. Die Basis für ein akkordiertes gemeinsames Weiterarbeiten, um Wertschöpfung für das Wirtschaftsland Oberösterreich zu steigern und noch mehr zufriedene Gäste im „Land der Leidenschaften“ willkommen zu heißen.

Viktor Sigl

Landesrat für Wirtschaft und Tourismus
Vorsitzender der Generalversammlung





OBERÖSTERREICH WEITER AUF ERFOLGSKURS

Die touristische Qualitätssicherung und Weiterentwicklung des Angebotes, die den Betrieben aber vor allem auch den Gästen zu Gute kommt, war einer der Arbeitsschwerpunkte im abgelaufenen Jahr. Qualität in der Dienstleistung zieht sich mittlerweile bis in die kleinsten Einheiten, in die Betriebe, durch. Nicht zuletzt deshalb wurden 2004 erstmals die besten Tourismusbetriebe mit dem OÖ Tourismuspreis („Zeus“) für ihre besonders innovativen Ideen und hervorragenden Leistungen ausgezeichnet.

Diese Qualität in der Dienstleistungskette gilt es weiterhin zu stärken. Denn nur durch Qualität – wie diese schon von einem Großteil der oberösterreichischen Betriebe angeboten

wird – sind gute Erträge zu erzielen. Erträge, welche die bestehenden Arbeitsplätze sichern und neue in direkten sowie nahestehenden Bereichen schaffen. Weiterhin den touristischen Umsatz zu stärken muss unser gemeinsames Ziel sein. Hierbei geht es nicht nur um Nächtigungszahlen, sondern auch um all die vielen Restaurants, Ausflugs- und Freizeitbetriebe, denn gerade diese machen unser Freizeitangebot echt oberösterreichisch. Nur so kann Oberösterreich in der Summe seiner kleinen Einheiten erfolgreich bleiben und weiter darauf stolz sein, dass Oberösterreich das Bundesland mit dem weitaus höchsten Anteil an Nächtigungen aus dem eigenen Land ist. Wie heißt es doch in unserer Landes- hymne „... wannst net fort muaßt, so bleib ...“

BSO KommRat Johann Schenner

Vorsitzender des Landes-Tourismusrates

SYSTEMATISCHES TOURISMUSMARKETING ZEIGT ERFOLGE

Der OÖ. Tourismus konzentrierte sich im abgelaufenen Berichtsjahr in neuen Strukturen ganz auf seinen Aufgaben zur Weiterentwicklung und Vermarktung des Tourismus in Oberösterreich, insbesondere in den im Kursbuch verankerten Schwerpunktthemen Gesundheit / Wellness, Radfahren, Sport, Wandern und Kultur / Städte / MICE. Das „Marketingkonzept 2004 bis 2006“ des OÖ. Tourismus ermöglicht in diesen Themen nunmehr eine gezielte Planung – nicht nur für die Landes-Tourismusorganisation, sondern auch für touristische Partnerbetriebe und Organisationen in ganz Oberösterreich.

Vernetzung wird dabei groß geschrieben. In Zeiten internationaler Krisen, wachsender Konkurrenzmärkte und steigender

Individualität der Gäste kann man nur durch gemeinsame Vorgangsweisen, in denen jeder seine Stärken und Kompetenzen einbringt, erfolgreich sein. Der OÖ. Tourismus schafft deshalb marktorientierte Plattformen für die Vermarktung der Schwerpunktthemen und bringt den touristischen Partnern damit Kostenersparnis, Werbevorteile und Imagegewinn für die gesamte Branche.

Ein besonderer Dank gilt der OÖ Landesregierung, die durch die Schaffung der Rahmenbedingungen erst die Umsetzung der Kursbuchvorgaben ermöglicht. Damit kann auch die Landes-Tourismusorganisation aktiv zu einer gemeinsamen Positionierung des Urlaubslandes Oberösterreich beitragen.

Mag. Karl Pramendorfer
Vorstand des OÖ. Tourismus



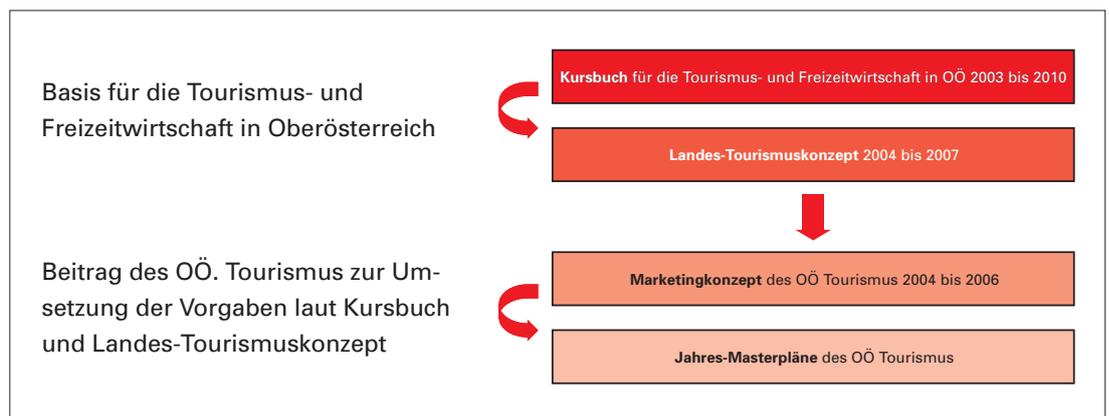
DIE ORGANISATION OÖ. TOURISMUS

Der OÖ. Tourismus als Dienstleistungsorganisation für die Tourismus- und Freizeitwirtschaft in Oberösterreich setzt in seiner Aufgabenwahrnehmung Schwerpunkte

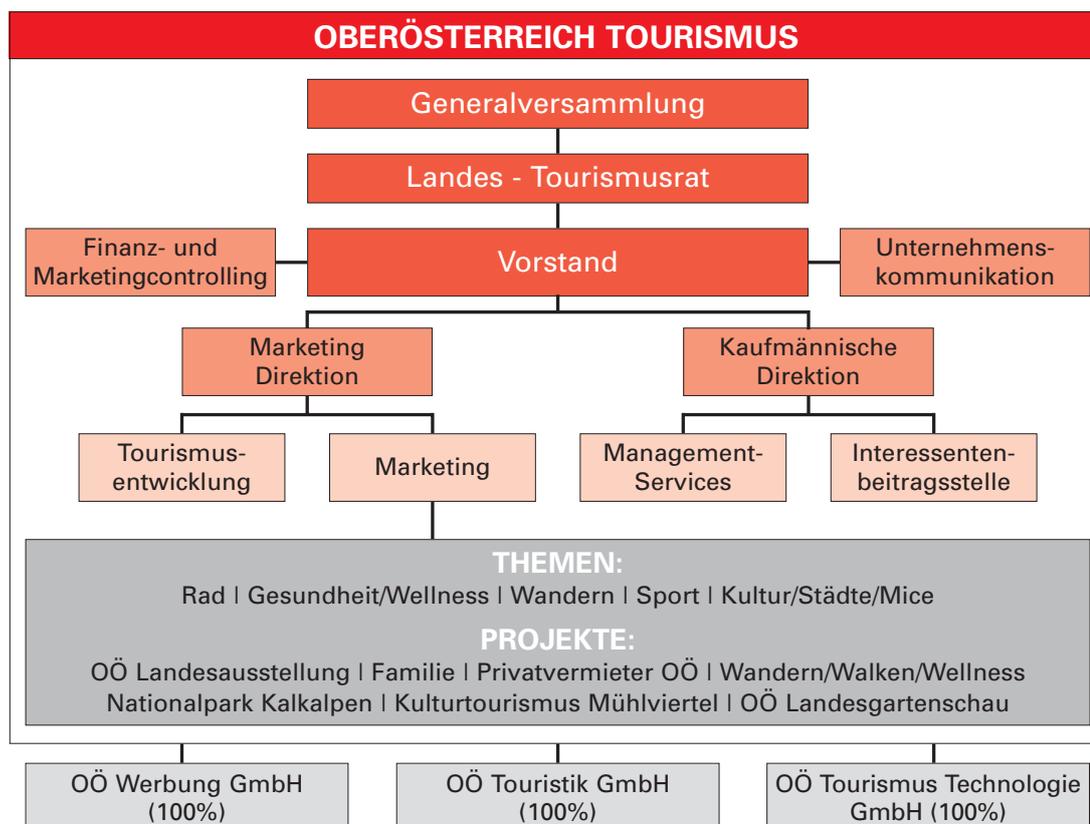
- als Koordinations- und Steuerungsplattform des klassischen marketingpolitischen Instrumentariums
- in der Servicierung von Verbänden und Organisationen

Mit dem langfristigen „Kursbuch für die Tourismus- und Freizeitwirtschaft in Oberösterreich 2003 bis 2010“ und dem

„Landes-Tourismuskonzept 2004 bis 2007“ kann auch der OÖ. Tourismus seine Entwicklungsprojekte und Marketingaktivitäten optimal diesen Vorgaben entsprechend setzen. Die Konzentration auf Kernthemen, die das Ferienangebot in Oberösterreich schwerpunktmässig abdecken, spiegelt sich im „Marketingkonzept 2004 bis 2006“ des OÖ. Tourismus wieder. Mit diesem mittelfristigen Konzept und jährlichen Masterplänen für das Marketing des OÖ. Tourismus liegt eine ideale Planung vor, die auch den touristischen Partnern vor Ort dienlich ist.



Organigramm OÖ. Tourismus



Organe des OÖ. Tourismus

Die Aufgaben von Generalversammlung und Landes-Tourismusrat sind im OÖ Tourismusgesetz 1990 i.d.g.F. geregelt. In den Organen sind folgende Personen vertreten:

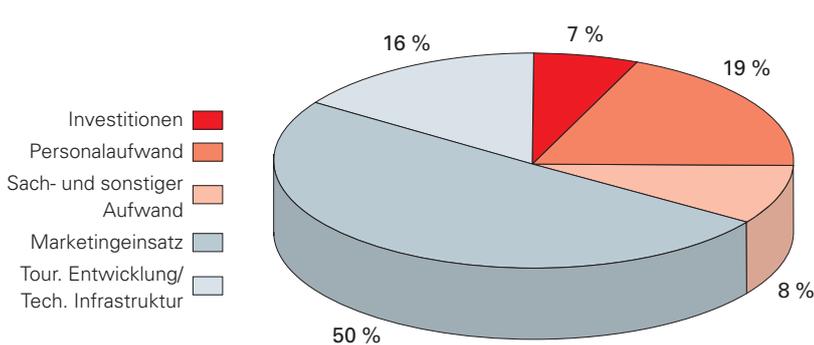
Generalversammlung:

LR Viktor Sigl (Vorsitzender)
 LAbg. Helmut Kapeller
 LAbg. Wolfgang Schürer
 Ing. Wilhelm Karl Enzlberger
 Ulrike Haunschmid
 Präsident Dr. Rudolf Trauner
 SO KommRat August Oberndorfer
 BSO KommRat KR Johann Schenner

Landes-Tourismusrat:

- BSO KommRat KR Johann Schenner
(Vorsitzender)
- LAbg. Helmut Kapeller
- LAbg. Wolfgang Schürrer
- Dr. Lukas Dorn-Fussenegger
- Ulrike Haunschmid
- Josef Aglas
- Roland Ballner
- Hannes Eckhard
- Prälat Mag. Werner Thanecker
- LAbg. Friedrich Bernhofer
- SO-Stv. KommRat Manfred Grubauer
- Dr. Christian Barth
- Spartengeschäftsführer
- Dr. Peter-Paul Frömmel
- SO-Stv. KommRat KR Rudolf Loidl
- Landesobmann Hubert Koller
- Landessekretär Manfred Zolles
- Hofrat Mag. Walter Winetzhammer
- Ing. Mag. Werner Kreisl

Budget des OÖ. Tourismus 2004



50 Prozent des Jahresbudgets von rund 11,6 Millionen Euro dienten den Marketingmaßnahmen zur Steigerung des Tourismus in Oberösterreich. Zur differenzierteren Betrachtung wurde im Vergleich zu den Vorjahren ein zusätzlicher Ausgabenbereich in der Darstellung aufgenommen: 16 % des Budgets dienten 2004 Maßnahmen zur touristischen Entwicklung und technischen Infrastrukturverbesserungen.

TOURISMUSERFOLGE FÜR OBERÖSTERREICH 2004 – EIN ÜBERBLICK

- rund 5,8 Millionen Euro in Marketingaktivitäten für das Urlaubsland OÖ investiert
- rund 4,6 Millionen Euro Buchungsumsatz für Oberösterreichs Tourismusbetriebe direkt über www.oberoesterreich.at
- 3,2 Mio Zugriffe und rund 73.000 Buchungs- und Reservierungsanfragen für Oberösterreichs Betriebe unter www.oberoesterreich.at registriert
- 183.000 Kilometer im Zuge des Kontakts mit touristischen Organisationen, Betrieben und anderen Leistungsträgern in Oberösterreich zurückgelegt
- 40.000 Gäste weltweit buchen rund 400 verschiedene OÖ-Urlaubspauschalen
- 37.600 Anfragen zum Urlaubsangebot in Oberösterreich beantwortet
- 2.251 oberösterreichische Kunden im Internetauftritt betreut
- 1.700 Fotos aus allen Themenbereichen kundenorientiert in der Bilddatenbank unter www.oberoesterreich.at/bilder aufbereitet
- mehr als 230 Partner im Tourismusmarketing zur gemeinsamen Weiterentwicklung des touristischen Angebotes Oberösterreichs koordiniert
- mehr als 100 Beratungsgespräche zu rechtlichen Aspekten im Tourismus geführt
- rund 90 Seminare mit mehr als 800 Teilnehmern zur Qualitätsverbesserung im heimischen Tourismus abgewickelt
- 42 Messen (mit insgesamt rund 3,5 Millionen Besucher) in acht europäischen Ländern organisiert und Oberösterreich umfassend präsentiert – dazu mehr als 40 Tonnen Prospekte in alle Welt verschickt
- 30 Studien, Marktforschungs- und Statistikergebnisse zur Entscheidungshilfe für die Tourismusbranche aufbereitet und zusammengefasst
- 30 Pressekonferenzen zur Information der oberösterreichischen Lokalredaktionen und touristischen Fachmedien
- 28 Broschüren (Image- und Informationsfolder, Verkaufskataloge, Beileger, Landkarten) und Plakate zu den unterschiedlichsten Urlaubsthemen Oberösterreichs in einer Gesamtauflage von 1,3 Millionen Stück produziert
- 17 Pressereisen und Journalistenevents organisiert und betreut. Medienberichte kommen einem Wert von 1 Million Euro gleich
- 15 Wirtschaftskooperationen mit florierenden oö. Unternehmen wie Löffler, Lenzing Lyocell, KTM oder OÖ Versicherung initiiert
- zehn honorarfreie Reportagedienste im deutschsprachigen Raum veröffentlicht (Presseecho entspricht einem Gesamt-Insertionswert von 330.000 Euro)

SCHWERPUNKTE UND AUSGEWÄHLTE HIGHLIGHTS DES OÖ. TOURISMUS



Das „Haus Oberösterreich Tourismus“ in der Freistädter Straße 119, 4040 Linz

Neues Bürogebäude für den Tourismus in Oberösterreich

Der OÖ. Tourismus vereinte die verschiedenen Geschäftsbereiche und einstigen vier Standorte mit 28. Juni 2004 im „Haus Oberösterreich Tourismus“ (HOT). Neben dem OÖ. Tourismus und dessen Tochterunternehmen (OÖ. Werbung GmbH, OÖ. Touristik GmbH, OÖ. Tourismus Technologie GmbH) mietet sich auch die WG Donau OÖ in die Räumlichkeiten der Freistädterstraße Büroprojektentwicklungs GmbH ein.

Die räumliche Dislozierung war bislang sowohl für den Kunden bzw. touristischen Partner als auch für die innerbetrieblichen Geschäftsprozesse äußerst nachteilig und bewirkte nicht unbeträchtliche Effizienz-, Qualitäts- und Kostennachteile. Diese werden mit der Zusammenlegung der Standorte – basierend auf einer externen Expertise der KPMG – enorm verbessert. Die Entscheidung

zur Konzentration der Standorte wurde auch vom Landesrechnungshof in seiner Initiativprüfung der Landes-Tourismusorganisation im vergangenen Jahr positiv beurteilt. Die Standort-Zusammenlegung trägt wesentlich zur notwendigen noch größeren Kosteneffizienz bei, bringt eine jährliche Kosteneinsparung von rund 120.000 Euro und sichert eine zukunftsweisende Kunden- und Service-Qualität für die heimische Tourismusbranche.

Binnen nur einer Woche wurde – nach optimaler Vorbereitung und Planung – die Übersiedlung der Büros abgeschlossen und der Betrieb in allen Bereichen bereits am nächsten Tag wieder aufgenommen. Rund 50 LKW-Ladungen transportierten insgesamt mehr als 2.500 Kartons und rund 1.100 m³ Mobiliar und Technik. Während der gesamten Zeit waren sämtliche Bereiche telefonisch erreichbar, somit konnte auch die Kundenbetreuung konstant gewährleistet werden.



Rechenzentrum für den Tourismus

Die Übersiedlung des Rechenzentrums, im Zuge dessen im Bereich der Internet-Security eine neue Firewall, ein besserer Spam-Filter, Url-Filter und Virens Scanner installiert wurden, konnte erfolgreich beendet werden. Die gesamte Rechenzentrum-Infrastruktur wurde neu implementiert. Mittlerweile werden neben den Unternehmen im Haus Oberösterreich Tourismus auch die Tourismusverbände Inneres Salzkammergut, Traunsee, Attersee, Wolfgangsee, Vitalwelt Hausruck, Pyhrn-Priel, die WG Donau OÖ sowie die Salzkammergut Tourismus Marketing GmbH betreut.

Zum ersten Besichtigungstermin waren neben den Vertretern der Generalversammlung und des Landes-Tourismusrates auch die heimischen Medien geladen. Auch die Mitglieder der BÖTM Landesgruppe OÖ, der Wirtschaftskammer, Mitarbeiter des Amtes der OÖ Landesregierung und der Linzer Tourismusbetriebe zeigten sich bei den Hausführungen insbesondere vom Tourismus-Rechenzentrum, dem Aktenarchiv der Interessenbeitragsstelle oder den modernen Seminarräumlichkeiten beeindruckt.

Mittlerweile hat sich bestätigt, dass die umfassende Ausstattung des HOT mit modernen Seminar- und Besprechungsräumlichkeiten den Anforderungen entspricht. Allein im 4. Quartal wurden etwa in den vier Seminar-/Besprechungsräumen und dem EDV-Schulungsraum insgesamt 292 Veranstaltungen (Meetings, Besprechungen, Workshops, Seminare) mit internen und externen Teilnehmern abgehalten.



LR Sigl, die Vertreter der Bauträger, des OÖ. Tourismus und des Landes-Tourismusrates überzeugen sich bei der Baustellenbegehung im Mai 2004 vom gelungenen neuen Bürogebäude für den Tourismus.

Die Tourismuskonferenz Mühlviertel mit dem gewählten Vertreter Josef Aglas (Mitte) tagt in Linz.



Regionale Tourismuskonferenzen tagen im HOT

Auf Einladung der gewählten Vertreter wurden die regionalen Tourismuskonferenzen Salzkammergut, Nationalpark Kalkalpen Region, Mühlviertel, Inn- und Hausruckviertler Thermenland, Linz und Donau OÖ im Haus Oberösterreich Tourismus abgehalten. Die Teilnehmer dieser Tourismuskonferenzen nahmen auch das Angebot zur Hausführung begeistert an. Diese gesetzlich vorgeschriebenen jährlichen Konferenzen der Vorsitzenden der OÖ Tourismusverbände werden künftig im jeweiligen regionalen Wahlkreis abgehalten.

Auszeichnung verdienter Touristiker

13 Persönlichkeiten – darunter Mitarbeiter und Funktionäre von Tourismusorganisationen, engagierte touristische Anbieter und Persönlichkeiten aus Politik und Medien – wurden für ihre Verdienste um den oberösterreichischen Tourismus geehrt. Mit der Medaille in Gold wurde Landesrat a.D. KommRat Josef Fill ausgezeichnet. Zwölf Touristiker erhielten die Medaille in Silber. Mit dieser Ehrung soll all jenen, deren unermüdlicher Einsatz für das Wohl des oberösterreichischen Tourismus unersetzlich ist, ein besonderer Dank ausgesprochen werden.

LR Sigl und BSO Schenner (beide rechts) zeichnen verdiente Persönlichkeiten aus. Unter ihnen auch LR a.D. KommRat Fill (1. Reihe, 2.v.l.)





LR Sigl, Mag. Pramendorfer, LH Dr. Pühringer (links) und Präsident Dr. Trauner (rechts) mit den Zeus-Preisträgern aus der Ferienregion Pyhrn-Priel.

Innovative Tourismusprojekte ausgezeichnet

Über 600 geladene Gäste aus Wirtschaft und Politik waren ins Brucknerhaus zur Verleihung des oberösterreichischen Wirtschaftspreises „Pegasus“ sowie des „Zeus 2004 – eine Initiative des OÖ. Tourismus“ gekommen. Landesrat Viktor Sigl und BSO Johann Schenner würdigten die innovativsten Tourismusprojekte unseres Landes und überreichten den Zeus in Gold an die DMC Tourismus GmbH Pyhrn-Priel für deren erfolgreiche Naturerlebniscard.

Den Zeus in Silber erhielten die „KultiWirte“, Bronze ging an das Landhotel Kleebauer für deren VIP-Member-Golfgcard. Der Hauptpreis war zudem mit einem Scheck in Höhe von 7.000 Euro des Landes Oberösterreich dotiert. Mit der Auszeichnung sollen vor allem neue Innovationen ausgelöst bzw. umgesetzt und Know-how gefördert und weitervermittelt werden. Gleichzeitig wird damit die Wettbewerbsfähigkeit der Destination Oberösterreich gestärkt und auf die Bedeutung der Tourismus- und Freizeitwirtschaft aufmerksam gemacht.

Kooperationsvertrag mit Südböhmen fixiert

Unter dem Motto „Kooperation trotz Konkurrenz“ sieht der OÖ. Tourismus das Chancenzpotential der EU-Erweiterung in gemeinsamen Tourismusprojekten mit Südböhmen, die nun im Rahmen einer funktionierenden grenzüberschreitenden Tourismusplattform entsprechend effizient umgesetzt werden. Bei einem Mediengespräch in Budweis wurde der Kooperationsvertrag zwischen dem OÖ. Tourismus und der Südböhmischen Zentrale für Tourismus unterzeichnet und Schwerpunkte der Zusammenarbeit fixiert.



Touristische Kooperation mit Südböhmen fixiert.

Die Sieger des Schulwettbewerbes kommen aus der Volksschule St. Florian.



Kreative Nachwuchstouristiker schaffen Plakatives

Witzig und originell sind die Plakate jener 34 oberösterreichischen Volksschulen, die sich am Schulwettbewerb „Tourismus bringt's – plakativ“ des OÖ. Tourismus beteiligten und von einer prominenten Jury ausgezeichnet wurden. Die drei Siegerklassen – VS St. Florian (1. Platz), VS 46 Linz (2. Platz) und VS Andorf (3. Platz) – wurden mit erlebnisreichen Ausflugstagen in Oberösterreich belohnt. Gefragt war die plakative Darstellung des touristischen Nutzen für Oberösterreich und für alle Oberösterreicher, zu der insgesamt mehr als 700 Schüler der Grundstufe II ihre Ideen auf Plakat brachten.

EU-Botschafter zu Gast in Oberösterreich

Der Einladung von Landeshauptmann Dr. Josef Pühringer nach Oberösterreich folgten die EU-Botschafter der neuen Beitrittsländer. Neben Informationen zum Wirtschafts-, Technologie- und Tourismusland Oberösterreich fand insbesondere die enge Zusammenarbeit mit Tschechien große Anerkennung. Im Bild LR Sigl, der tschechische Botschafter Jindrak, LH Dr. Pühringer und Tourismus-Vorstand Pramendorfer mit dem neuen tschechischen Winterkatalog Oberösterreichs.



LR Sigl, Botschafter Jindrak, LH Dr. Pühringer, Mag. Pramendorfer (vlnr) mit dem tschechischsprachigen Winterkatalog Oberösterreichs.

Oberösterreich – begehrtes Filmland

Nach dem Auslaufen der beliebten TV-Serie „Schloßhotel Orth“ liefen im Berichtszeitraum die Dreharbeiten zu „4 Frauen und ein Todesfall“ in Mondsee an. Für die Region rund um den Mondsee eröffnet sich mit der neuen Fernsehserie die Möglichkeit, diese auch touristisch zu nutzen. Etwa in Tagesausflugsangeboten oder Kurzurlaubsprogrammen. Studien belegen, dass Fernsehproduktionen zur Steigerung des Tourismus, zur Wertschöpfung in der Dienstleistungskette und auch zur Imagestärkung in einer Destination bzw. für das ganze Bundesland beitragen. So hat der Publikumshit „Schloßhotel Orth“ während der vergangenen neun Jahre wesentlich zur Imagestärkung von Gmunden bzw. der Ferienregion Traunsee beigetragen. Wirtschaftsexperten bescheinigen eine Gesamtwertschöpfung von rund 17 Millionen Euro im Jahr auf Grund der Fernsehserie. Ein jährliches Plus von rund sieben Millionen Euro bescheren alleine jene Gäste dem regionalen Tourismus, die auf Grund der Fernsehbilder nach Gmunden pilgern.



Dr. Putschögl, Dr. Hahn, LH Dr. Pühringer und BSO Schenner feiern den Drehbeginn von „4 Frauen und ein Todesfall“ in Mondsee.

Engländer erobern Oberösterreich

Mitte Jänner 2004 nahm die irische Fluggesellschaft Ryanair ihre Verbindung London –

Linz auf. Diese neue Verbindung ist das Ergebnis einer europaweiten Ausschreibung, die der Flughafen Linz – Blue Danube Airport durchgeführt hat und die Ryanair für sich entscheiden konnte. Für britische Urlaubsgäste wurde eine englischsprachige Oberösterreich-Plattform erstellt, die unter www.ryanair.com – Destinations zu finden ist. Webcam Bilder vermitteln das oberösterreichische Flair und unterstützen die Aufbereitung des touristischen Inhaltes.



Die ersten Ryanair-Gäste aus London treffen am 15. Jänner 2004 am Blue Danube Airport Linz in Oberösterreich ein.



Prof. Hademar Bankhofer (Mitte) zu Gast bei Oberösterreichs Touristikern.

Mehr Interesse – Mehr Besucher

45 Messen (mit insgesamt rund 3,5 Millionen Besucher) in sieben europäischen Ländern wurden vom Oberösterreich Tourismus beauftragt, um das heimische Urlaubsangebot umfassend zu präsentieren. Auf 430 Quadratmetern legte Oberösterreich etwa bei der Ferienmesse Wien einen fulminanten Start in die Messesaison hin. Mit über 121.000 Besuchern waren im Vergleich zum Vorjahr dreimal so viele Gäste auf der größten Ferienmesse Österreichs, die sich vom Angebot der heimischen Touristiker begeistert zeigten. Mit einem völlig neuen Konzept präsentierten

sich die OÖ Gesundheitspartner bei der „Bleib Gsund“-Messe im Linzer Design Center. Der moderne, offene Messestand mit großen Bildwänden war gelungener Blickfang und entführte die Besucher in die Gesundheitsoasen Oberösterreichs. Beeindruckt vom bemerkenswerten Oberösterreich-Auftritt waren auch die Gäste der Drei Länder Messe in Passau, wo unter anderem die OÖ Landesausstellung 2004 „Grenzenlos. Die Geschichte der Menschen am Inn“ lockte.

Optimal im Bild

Mit dem Fotografen-Pool der OÖ. Werbung GmbH ist es seit Anfang des Jahres 2004 ganz einfach, das touristische Angebot Oberösterreichs professionell zu präsentieren. Insbesondere für die Schwerpunktthemen waren die Fotografen durch die Jahreszeiten unterwegs, um ansprechende Motive einzufangen. Dieser Service steht übrigens allen touristischen Leistungsträgern zur Verfügung.

Fotografen halten im Auftrag des OÖ. Tourismus Landschaften für Leidschaften in ganz Oberösterreich fest.





Oberösterreich ist auf vielen Werbeartikeln präsent.

Werbeartikel jetzt auch online zu bestellen

Brandneu lassen sich die Werbeartikel des OÖ. Tourismus nunmehr auch online bestellen. Unter www.oberoesterreich.at/shop finden sich rund zehn mit dem Schriftzug „Landschaften für Leidenschaften“ versehene Werbeartikel. Ob Kappe, Badetuch oder Rucksack – das Zubehör für den nächsten Urlaub im vielfältigen Oberösterreich wird den Käufern direkt ins Haus geliefert.

Neue Vertriebskanäle für Oberösterreich Urlaube

Auf dem Sektor Kooperationen hat die OÖ. Touristik GmbH mit dem deutschen Kaufhauskonzern „Pluskauf“ (= Zielpunkt) einen neuen Vertriebsweg gefunden. Der Reiseflyer „Plus“ (Auflage von 1 Mio. Stück) wurde in ganz Deutschland publiziert. Das darin angebotene Urlaubsangebot „7 Tage Familienbergspaß“ besticht durch eine Vielzahl an Attraktionen für die ganze Familie und enorme Kinderermäßigungen. Zusätzlich zu den bestehenden Kooperationsvereinbarungen mit Unternehmen wie Quelle, Hofer oder Nah & Frisch gelang der OÖ. Touristik GmbH im Berichtszeitraum ein weiterer Coup: Die „Dachsteinrunde“ für Mountainbiker wurde im Deutschen Sport Fernsehen (DSF) attraktiv beworben.

Kundenzufriedenheit wird groß geschrieben

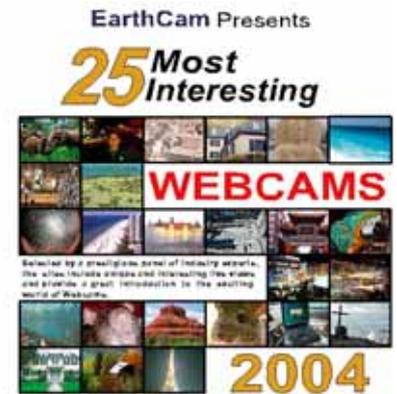
Über die hohe Zufriedenheit der Kunden freut sich Oberösterreichs ältester Incomer, die OÖ. Touristik GmbH. Im Berichtszeitraum erschien der Endbericht einer repräsentativen Befragung, die das market-Institut bei mehr als 500 Endkonsumenten (=Gästen), jeweils rund 90 Reiseveranstaltern und Hotelbetrieben sowie Tourismusverbänden durchgeführt hat und die der OÖ. Touristik GmbH ein sehr gutes Zeugnis ausstellt. 80 Prozent aller Leistungsträger (Reiseveranstalter etc.) sowie 96 Prozent aller 3- bis 5-Stern-Betrieben bestätigen, dass die Buchungsvermittlung durch die OÖ. Touristik GmbH einen wesentlichen Teil ihres Umsatzes ausmacht bzw. dass die Buchungen sehr wichtig für den Umsatz des Unternehmens sind. Bei den Endkunden punkten die Touristiker insbesondere in den Betreuungskriterien – man fühlt sich gut betreut, es wird flexibel und rasch reagiert, es zählen Freundlichkeit und Kompetenz. Drei Viertel der befragten Endkunden vergaben in der Bewertung nach Schulnoten die Note 1.



Live-Bilder aus Oberösterreich

Die buntesten und leidenschaftlichsten Live-Bilder aus Oberösterreichs Landschaften sind unter einer gemeinsamen Internetadresse abrufbar. Der von der OÖ. Tourismus Technologie GmbH erstellte Webcam-Channel www.live-webcams.at liefert neben einer allgemeinen Übersicht über die OÖ Webcams beispielsweise eine Galerie mit den besten Webcam-Bildern aus Oberösterreich (und damit einen Echt-Eindruck für alle virtuellen Urlaubsgäste) sowie Produktinformationen zu speziellen Kameras. Zusätzlich bietet der Webcam-Channel die Möglichkeit, Postkarten online zu verschicken. Der Erfolg einer laufenden Evaluierung und Verbesserung der Internetseiten wurde bestätigt, als auf der internationalen Site www.earthcam.com die Webcam-Seiten der OÖ Urlaubsplattform unter den 25 besten der Welt gereiht wurden. Das in New York ansässige Webcam-Netzwerk hat bereits zum sechsten Mal die interessan-

testen Webcam-Seiten bewertet und beschreibt Oberösterreichs Auftritt als eine Einladung, beeindruckende Bergpanoramen und sprühendes Stadtleben zu bewundern.





v.l.n.r.: Dr. Putschögl, Mag. Pramendorfer und DI Struger (ÖBB) stellen OÖ-Urlaubsinformationen im neuen ÖBB-Reisezentrum vor.

Kompetente Tourismusinformation am Linzer Hauptbahnhof

Mit der Eröffnung des neuen ÖBB-Reisezentrums Anfang Dezember 2004 wurde auch eine umfangreiche Information über das Urlaubs- und Freizeitangebot in Oberösterreich und Linz sicher gestellt. Die ÖBB-Mitarbeiter werden vom OÖ. Tourismus auf die aktuellen Urlaubsprodukte Oberösterreichs geschult. Darüber hinaus werden Selbstbedienungsstände mit OÖ-Urlaubsprospekten, Landkarten, dem Veranstaltungskalender oder dem Linzer Stadtplan im Reisezentrum platziert, eine Multi-Media-Säule mit touristischen Inhalten und der direkten Telefonleitung zu Hotelbetrieben ergänzen die Kooperationsvereinbarung.

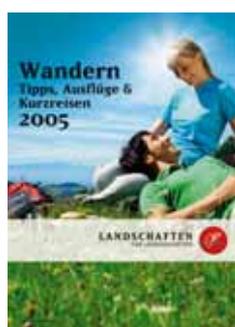
Wachsende Online-Geschäfte im Tourismus

Rund 4,6 Mio. Euro Umsatz für die heimischen Tourismusbetriebe wurden im vergangenen Jahr über die heimische Informations- und Buchungsplattform www.oberoesterreich.at erzielt. Hinter dieser beeindruckenden Zahl liegt die professionelle und konsequente Aufbauarbeit der Touristiker und Internetexperten, die hier ein gemeinsames Projekt sehr erfolgreich implementiert haben. Mit der täglich aktuellen Wartung und laufenden Bewerbung der Top-Internetadresse unterstützt der OÖ. Tourismus nicht nur Informationssuchende aus aller Welt, sondern auch die heimischen Tourismusorganisationen und Betriebe.

Schneebericht für mehr als 40 Institutionen

SCHNEEHÖHEN www.oberoesterreich.at			
Dachstein-West	10 bis 40	Kirchschlag	-
Feuerkogel	0 bis 35	Königswiesen	0 bis 30
Forsteralm	0	Krippenstein	0 bis 30
Glaserberg	-	Kronberg	-
Grünberg	-	Luisenhöhe	-
Hansberg	0	Maria Schmolin	-
Haugstein	0	Molln	-
Hochlicht	15 bis 30	Predigtstuhl	2 bis 5
Hochlecken	-	Sandl	-
Hohe Dirn	5 bis 50	St. Georgen/Walde	-
Hutterer Höss	3 bis 50	Sternstein	5 bis 10
Kasberg	0 bis 50	Wachtberg	10 bis 50
Katrin	0 bis 30	Wurzeralm	5 bis 30

Über 40 Interessenten aus den Bereichen Medien, Autofahrerclubs, Wetterwarten, Sportfachgeschäfte uvm. ließen sich täglich die aktuellen Schneeberichtsdaten (von der Schneelage bis hin zu gespürten Loipen) von der OÖ. Tourismus Information übermitteln und nutzten in der Wintersaison diesen kostenlosen Service des OÖ. Tourismus. Erstmals wurde im Winter 04/05 auch der Schneebericht in den OÖ Nachrichten bzw. in „Bundesland Heute“ (ORF 2) geschaltet und dabei zusätzlich die Internetadresse www.oberoesterreich.at publiziert.



Leidenschaftliche Urlaubs-broschüren für jeden Geschmack

Knapp 30 Broschüren liegen in einer Gesamtauflage von mehr als 1,3 Mio. Stück über das vielfältige Urlaubsangebot in Oberösterreichs Landschaften für Leidenschaften auf. Neu ist auch eine Freizeitkarte „sehenswert, erlebnisreich“ mit umfangreichen Informationen zu Sehenswürdigkeiten und Freizeiteinrichtungen in den Sprachen Deutsch, Englisch, Tschechisch, Französisch, Italienisch, Ungarisch und Holländisch.

Unter dem Titel „No handicap“ erhalten behinderte Menschen einen kompetenten Wegweiser zu Urlaubsfreuden in Oberösterreich. Der neue Katalog ist mit finanzieller Unterstützung der Wirtschaftskammer OÖ entstanden. 58 Beherbergungsbetriebe (Privatpension bis Vier-Sterne-Hotel) haben sich einer eingehenden Prüfung auf Rollstuhltauglichkeit gestellt. Diese Tests wurden von Betroffenen durchgeführt, eine Tatsache die entscheidend zum fundierten Informationswert beiträgt. Das Heft beinhaltet zudem Adressen von Fremdenführern mit speziell abgestimmten Programmen, Servicestellen für Menschen mit Behinderungen, Verleih und Reparaturstellen für Rollstühle und Fahrten-dienste.



Ausgezeichnete Werbelinie

Unter mehr als 200 Einreichungen und 36 Nominierten wurde die Imagekampagne des OÖ. Tourismus „Landschaften für Leidenschaften“ (Agentur Createam) mit dem 2. Platz des Werbepreises „Caesar“ ausgezeichnet. Bei diesem jährlich von der Fachgruppe Werbung und Marktkommunikation der Wirtschaftskammer OÖ ausgeschriebene Preis messen sich die besten Werbeagenturen des Landes.

Der OÖ. Tourismus ist im Berichtszeitraum enge Kooperationen mit unterschiedlichsten Wirtschaftsunternehmen eingegangen um durch Cross-Marketing-Aktivitäten eine „win-win-Situation“ und wirtschaftliche Vorteile für beide Seiten zu erzielen. Gleichzeitig bedeuten diese Kooperationen mit namhaften österreichischen Wirtschaftsunternehmen einen enormen Imagewert für den Tourismus und für die Unternehmen anderer Branchen.



Ein Beispiel dafür ist die erfolgsversprechende Kooperation mit dem Kompass Verlag: Der Verlag stellt Kartenmaterial (OÖ Freizeitkarte, OÖ Karte in den Broschüren) zur Verfügung und bekommt im Gegenzug die Möglichkeit, in den Broschüren des OÖ. Tourismus präsent zu sein.





Oberösterreichs Gesundheitspartner und Tourismusexperten auf Studienreise in Slowenien.

Partnerschaften fördern Gesundheitstourismus

Oberösterreichs gesundes Angebot und Top-Partnerbetriebe präsentieren sich unter der gemeinsamen Internetadresse www.gesundheitsurlaub.at. Für diese Plattform wurde im Berichtszeitraum eine große eMarketing Kampagne abgewickelt, um einerseits Oberösterreich als Gesundheits- und Wellness Destination zu positionieren und Image aufzubauen und andererseits buchbare Angebote und zusätzliche Informationen über das oberösterreichische Urlaubsangebot an die Internet-Surfer zu transportieren. Dazu wurden Banner und Inserate in diversen Medien geschaltet sowie Einträge in Suchmaschinen gesetzt bzw. verbessert.

v.l.n.r.: Mag. Pramendorfer, Mag. Peter (Weißes Rössl), Mag. Gebetsroither, Mag. Gugerbauer (Kur- und Vitalhotel) und Mag. Gruber (Best Health Austria) freuen sich über die ersten Auszeichnungen in OÖ.

Um im Tourismus die Nase vorne zu haben, bedarf es auch einer regelmässigen Marktbeobachtung, etwa durch Studien, Marktforschungsdaten – oder auch durch Studienreisen. Um das Angebot der internationalen Mitbewerber kennen zu lernen, tourte die Gruppe der oberösterreichischen Gesundheitspartner im Berichtszeitraum durch Slowenien. Auf dem Programm standen unter anderem die Therme 3000 in Moravske Toplice, die Thermen Olimia, Rogaska, Radenci, das neue Wellness-Center in Dolenjske Toplice und die Therme Catez.

Die ersten drei oberösterreichischen Gesundheits- und Wellnessbetriebe wurden im Berichtszeitraum mit dem international anerkannten Gesundheits-Qualitätsgütezeichen der Best Health Austria ausgezeichnet: Das Kur- und Vitalhotel Gugerbauer in Schärding, das Romantikhôtel Weißes Rössl in St. Wolfgang und das 1. Wellness-Familien-Paradies in Österreich, Dilly's in Windischgarsten. Die Vergabe des Gütezeichens ist eine Antriebskraft für interne Qualitätsverbesserungsmaßnahmen und stellt gleichzeitig ein Qualitätsversprechen – und damit eine wichtige Entscheidungshilfe – für die Gäste dar. Dadurch ergibt sich ein wesentlicher Vorteil für die Wettbewerbsanbieter.



Mountainbike-Kompetenz für den Süden Oberösterreichs herausgearbeitet

Die Entwicklung des Mountainbike-Kompetenzzentrums im Inneren Salzkammergut wurde im Berichtszeitraum intensiv vorangetrieben. Gemeinsam mit dem Tourismusverband Inneres Salzkammergut und dem Verein „Mountainbikezentrum Salzkammergut“ definierte der OÖ. Tourismus die Dienstleistungskette jener Betriebe und Infrastrukturbetreiber (Gastronomie, Beherbergung, Freizeiteinrichtungen, Streckennetz und -beschilderung, Verkehrsträger, Seilbahnen, Mountainbike Taxis, Verleih- und Reperaturstellen, Sportfachgeschäfte, etc.), die für das Thema „Mountainbike“ die festgelegten Qualitätskriterien erfüllen.

Gleichzeitig wurden Betriebe im Rahmen eines Ziel-2-Projektes geschult. Plattform für die Umsetzung des Konzeptes „Mountainbikezentrum Salzkammergut“ ist nunmehr der Verein, der neben der Angebotsentwicklung, Streckenüberprüfung und internen Schulung der beteiligten Unternehmen auch die Bereitstellung jener für den Mountainbiker wichtigen Dienstleistungen erfüllt, die derzeit nicht von örtlichen Unternehmern erbracht werden.



Das Innere Salzkammergut zeigt Kompetenz beim Mountainbiken.

Auftakt für das Kompetenzzentrum war die Mountainbike Trophy und Mountainbike Marathon WM in Bad Goisern Anfang Juli 2004, die nicht zuletzt durch die Unterstützung des OÖ. Tourismus und die Event- und Pressemaßnahmen der OÖ. Werbung zum Erfolg wurden. Rund 10.000 Zuschauer verfolgten das Spektakel entlang der Strecke und an den Eventpunkten.

Der Extremsportler Wolfgang Fasching steht dem OÖ. Tourismus übrigens durch eine längerfristige Kooperation für unterschiedlichste PR-Maßnahmen zur Verfügung. So begleitete er etwa geführten Mountainbike-Touren im Inneren Salzkammergut.



Roman Rametsteiner im Einsatz für Oberösterreich.



Auch Extremsportler Wolfgang Fasching engagiert sich für das Urlaubsland Oberösterreich.

Oberösterreichs Veranstalter wurden im lebensspuren.museum von LR Sigl geehrt.



Kongress- und Veranstaltungstourismus auf der Überholspur

Mit einem Empfang im „lebensspuren.museum“ in Wels und dem anschließenden Gala-Essen im Minoritenkloster dankte der OÖ. Tourismus rund 50 der verdientesten Veranstalter für ihr Engagement. Dabei wurden Vertreter von Vereinen und Verbänden, Professoren der Universität Linz, Primarii der Krankenhäuser, Event- und Messeveranstalter sowie Geschäftsführer namhafter Firmen für ihre Verdienste um den Tourismus in Oberösterreich geehrt.

professionelle Anbieter aus Österreichs Event-Branche ihre Gäste mit kreativen Präsentationen. Außergewöhnliche Performances und mitreißende Show-Acts sorgten für so manche Überraschung. Mit dem optischen und akustischen Highlight „Opera of Sense“, einer Feuer- & Klangwelten-Inszenierung, erreichte die Stimmung ihren Höhepunkt.

„Kultur und Tourismus – wie vermarkten wir uns gemeinsam?“ – Unter diesem Motto stand die OÖ Tourismus Werkstatt 2004. Nach der Diskussion im Expertenkreis entwickelte sich mit den rund 70 Teilnehmern (vorwiegend Vertreter der touristischen und musealen Einrichtungen) eine intensive Diskussion und auch konkrete Pläne zur weiteren, engeren Zusammenarbeit. Ein Folgetermin mit den OÖ Landesmuseen beispielsweise ergab die Integration der Museen in das Ausflugs-konzept des OÖ. Tourismus sowie Ansätze zur Verbesserung der Produktgestaltung und Vertriebswege.



Beim MICE-Fest „Erlebnis der Sinne“ präsentierten sich mehr als 40 Event-Anbieter aus ganz Österreich.

Im stimmungsvollen Ambiente von Toscana Congress Gmunden konnten sich mehr als 300 Kunden vom vielfältigen Angebot der Top-M.I.C.E.-Partner aus Oberösterreich und der Erlebnis Österreich Partner überzeugen. Beim von der OÖ. Werbung GmbH in Kooperation mit der Agentur Fiala organisierten „Erlebnis der Sinne“-Fest begeisterten 40



Mag. Dr. Assmann (OÖ Landesmuseum), Mag. Schuhmann (OÖN) und Mag. Pramendorfer (von links) diskutierten zum Thema „Kultur und Tourismus – wie vermarkten wir uns gemeinsam“

Sportliche Kräfte gebündelt

Im Thema „Golf“ bringt die Vereinbarung zwischen dem OÖ. Tourismus und dem OÖ Golfverband eine noch optimalere Verschränkung der Marketingaktivitäten. Die Kooperation regelt zum Beispiel den gemeinsamen Auftritt von Messen und die Präsenz in der Golfbroschüre. Mit 24 Golfclubs und starken Hotel-Partnern war der OÖ. Tourismus auf sechs Golfmessen vertreten und durfte sich über das enorme Feedback – und konkrete Buchungen für die Hotels – freuen.



Mag. Pramendorfer, Präsident Stärk (OÖ Golfverband) und Pangerl setzen auf Kooperation bei Golf.



Die Ferienregion Traunsee soll zum touristischen Kompetenzzentrum im Bereich Segeln, Surfen und Kiten werden. Offizieller Start für diesen Schritt zur Profilierung des touristischen Angebotes war anlässlich der Traunsee-Woche im Juni 2004. Der OÖ. Tourismus lud deshalb zum ersten Strategieworkshop zur Kompetenzzentrums-Entwicklung und setzte damit einen wertvollen Impuls in der Bewusstseinsbildung vor Ort.

Murray (Traunsee), Bgm. Tremel (Altmünster), BSO Schenner, Mag. Pramendorfer, Vbgm. Zeppetzauer (Ebensee) und Pangerl überzeugen sich von der Wassersportkompetenz am Traunsee.

Zehn Teilnehmer aus den Segelschulen, Segelclubs, Gastronomie & Hotelleriebetrieben, Tourismusverbänden und andere strategische Partner arbeiten intensiv an der gemeinsamen künftigen Ausrichtung. Seine fachliche Kompetenz und Know-How brachte der OÖ. Tourismus übrigens auch bereits am Mondsee und am Attersee ein: Hier wollen sich die touristischen Einrichtungen auf das Thema „Familienwasserspaß am Mondsee“ und „Tauchen am Attersee“ spezialisieren.



Besonders erfolgreich verlief aus Sicht des OÖ. Tourismus auch das in der Wintersaison 03/04 erstmals eingeführte Familien-Urlaubsprodukt „Family Mountain“, das für rund 3.500 zusätzliche Nächtigungen am Hochficht sorgte. Die fast-all-inclusive Urlaubs-Wochen-Pauschale am Böhmerwald machte den Familienaufenthalt zu einem leistbaren Vergnügen – und sorgte gleichzeitig für Auslastung der teilnehmenden Betriebe bzw. des Skigebietes während der Wochentage. Auf Grund der ausgezeichneten Ergebnisse wurde auch eine sommerliche Family Mountain Pauschale entwickelt.

Um den bedeutenden Imagewert für Oberösterreich und dessen mögliche Steigerung ging es in der Kooperation mit Agrana. Der Hersteller der „Küchenperle“ warb zu Beginn der Wintersaison 04/05 auf hunderttausenden Mehlpackungen für Skifahren in Oberösterreichs Wintersportdestinationen. Im Rahmen des begleitenden Gewinnspiels – 42.000 Gewinnspielkarten wurden dazu direkt am Point-of-Sales vertrieben – wurden Familienwinterurlaube für die ganze Familie, Skier und Snow & Fun Saisonkarten verlost.

Sehr erfreulich entwickelten sich die Individualbuchungen „Familienwinter“ der OÖ. Touristik GmbH. Mit Ende des Jahres 2004 konnten die Buchungen im Vergleich zum Endergebnis der Vorjahressaison bereits verdreifacht werden. Grund für diesen Erfolg ist neben der intensiven Bewerbung (Raum Ostösterreich) die marktgerechte Produktgestaltung mit Mehrwert.

Oberösterreichs Winterdestinationen und Agrana werben großflächig für Familien-Winterurlaube in Oberösterreich.



Wanderspezialisten mit Alleinstellung

Mit der Wandersaison 2004 wurde der von der OÖ. TTG gestaltete Themenauftritt www.wandern.at frei geschaltet. Besondere Aktualität gewinnt die Homepage mit wöchentlich neuen Ausflugstipps und Veranstaltungshinweisen aus den Destinationen.

Zudem wird alle zwei Wochen eine neue Wanderung mit Karte (Kompass) vorgestellt. Im Berichtszeitraum wurde gemeinsam mit den oberösterreichischen Wanderkompetenzzentren deren jeweiliges Alleinstellungsmerkmal (USP) herausgearbeitet und definiert. In künftigen Vermarktungsaktivitäten werden diese maßgeblich berücksichtigt. Die Nationalpark Kalkalpen Region steht für Naturerlebnis, Almen und Panoramen. Das Salzkammergut für Wandern am Wasser. Das Mühlviertel für Nordic Walking. Die Donau setzt ihren Schwerpunkt im Ausflugsbereich unter dem Motto „Donaeinblicke“.

Das Wander- und Bergwegekonzept zur einheitlichen Beschilderung von Wanderwegen, das die Qualitätsverbesserung heimischer Routen nach internationalen Standards vor-



antreiben soll, wurde überarbeitet und den touristischen Organisationen Oberösterreichs zur Verfügung gestellt. Gleichzeitig lud der OÖ. Tourismus heimische Journalisten zur Wanderung ins erste Wanderkompetenzzentrum, um sich von der einheitlichen Beschilderung und der perfekten Dienstleistungskette vor Ort selbst zu überzeugen. Beim Gipfelgespräch auf der Alm mit LR Sigl und Nationalparkverantwortlichen wurde das Thema Wandern ausführlich behandelt.



Dr. Mayrhofer (Nationalpark Kalkalpen), Mag. Pramendorfer, LR Sigl, Lindbichler und Kletzmair (Pyhrn-Priel) stellen beim „Gipfelgespräch“ auf der Alm das Wander- und Bergwegekonzept vor.



Auch die Privatvermieter in der Vitalwelt Hausruck wurden 2004 kategorisiert

Oberösterreichs Privatvermieter kategorisiert

Im Berichtszeitraum lag der Schwerpunkt in der Betreuung der Privatvermieter Oberösterreichs und deren Kategorisierung. Weitere 22 Betriebe wurden erfolgreich kategorisiert. Der Verband der Privatvermieter zählt mittlerweile 288 Mitglieder.



Vorbereitungen zur OÖ Landesgartenschau 2005

Für die OÖ Landesgartenschau 2005 in Bad Hall übernahm der OÖ. Tourismus 2004 die touristische Vermarktung, Konzeption und Umsetzung der Werbelinie sowie zahlreiche Marketingmaßnahmen (wie etwa Broschüren, Internetauftritt). In Abstimmung mit den Veranstaltern wurde die Kooperation im Detail erarbeitet, zudem auch Sponsoringgespräche geführt. Neben dem Übersichtsplan zur Erstinformation werden verschiedene pauschale Ausflugs- und Kurzurlaubsangebote beworben. Der eigens für die Gartenschau von der OÖ. TTG gestaltete Internetauftritt unter www.landesgartenschau2005.at informiert über alles Wissenswerte zur Schau sowie zu Veranstaltungen, Ausflugs- oder Urlaubsmöglichkeiten in und rund um Bad Hall.

OÖ Landesausstellung 2004 touristisch erfolgreich

302.000 Kulturinteressierte besuchten von April bis November 2004 die erste grenzüberschreitende oberösterreichisch-bayerische Landesausstellung „Grenzenlos. Die Geschichte der Menschen am Inn“ in den vier Ausstellungsorten Reichersberg, Schärding, Passau und Aspach. Für die oberösterreichische Tourismus- und Freizeitwirtschaft war die Ausstellung sehr erfolgreich. Allein in den oö Landesausstellungsgemeinden Reichersberg und Schärding wurden von April bis Oktober 2004 rund 51.000 Nächtigungen gezählt. Die Koordination der touristischen Projekte und Werbemaßnahmen durch den OÖ. Tourismus hat wesentlich zum Gesamterfolg beigetragen. Im Rahmen des Projektmanagements zur Landesausstellung wurden insbesondere in der Entwicklungs- und Vorbereitungsphase bis Ausstellungseröffnung im Hintergrund eine Vielzahl an Maßnahmen initiiert bzw. umgesetzt. So fasste etwa die Broschüre „Grenzenlos – Erleben Sie die grenzenlose Vielfalt rund um die Landesausstellung“ die wichtigsten touristischen Highlights der Region für den Besucher übersichtlich zusammen.

Rund 40.000 Busreisende wurden durch die ein- und mehrtägigen Gruppenreisenprogramme der OÖ. Touristik GmbH zur Landesausstellung vermittelt. Busreiseveranstalter hatten diese Ausflugs- und Kurzurlaubsangebote ebenso gerne ins Programm aufgenommen wie eine Vielzahl an Vereinen aus Österreich und dem benachbarten Deutschland.

Ein wichtiger Baustein im umfassenden Informationsangebot war auch die von der OÖ. Tourismus Technologie GmbH erstellte Homepage www.landesausstellung2004.info. Bis Ende Oktober informierten sich hier mehr als 25.000 virtueller Besucher über Wissenswertes zur Ausstellung sowie touristische Informationen.

Auch auf kulinarischem Gebiet haben Bayern und Oberösteircher Brücken über den Inn geschlagen. 27 Wirtshäuser haben sich über



die Grenze hinweg zur Kooperation der „Grenzenlosen Wirtshäuser an Inn und Donau“ zusammengeschlossen. Ergebnisse dieser fruchtbaren Zusammenarbeit sind etwa der gemeinsame Folder, der neben den Kontaktadressen zu den Wirten auch typische Rezeptvorschläge enthält und die Website www.grenzenlose-wirtshaeuser.com die sogar mit einem bayerisch-oberösterreichischen Wörterbuch für kulinarische Begriffe ausgestattet ist. Dass diese Vielzahl an qualitätssichernden Kooperationsmaßnahmen und Werbeaktivitäten auch wirtschaftlich erfolgreich waren, bestätigen die geschätzten Umsätze: Mit durchschnittlich 50 Euro pro Gast wurden alleine im Tagesausflugsgeschehen mehr als 10 Mio. Euro Umsatz für die heimische Wirtschaft erzielt.

LH Dr. Pühringer
LAbg. Bernhofer, Landrat
Dorfner, Bgm. Angerer
und Schärdings Touristiker
stossen auf eine erfolgreiche
grenzüberschreitende
Landesausstellung
2004 an.





Tourismusinformationen gibt's im Mühlviertel mit den Info-Säulen rund um die Uhr.

Moderne Infosäulen im Mühlviertel

Im Mühlviertel sorgt ein System von Info-Säulen für eine noch bessere Servicierung der Gäste. Die ersten Info-Säulen wurden in Freistadt und Bad Leonfelden in Betrieb genommen. Weitere sind im Bereich Böhmerwald und in Lipno vorgesehen, die restlichen drei werden 2005 platziert. Die Säulen gleichen modernen Telefonzellen und sind neben dem @-Signal (E-Mail) auch mit dem touristischen grünen „i“ (Information) gekennzeichnet. Man kann im Internet Urlaubs- und Freizeitinformationen abrufen, E-Mails verschicken oder gleich zum Telefonhörer greifen und sein Hotelzimmer reservieren. Die Infos in deutscher und tschechischer Sprache reichen von Wanderwegsbeschreibungen, über regionsspezifische Details bis hin zur Zimmersuche.

Qualifizierung von Tourismusbetrieben

Der OÖ. Tourismus initiierte im Berichtszeitraum „Ziel-2 Qualifizierungsprojekte für Tourismusbetriebe“, die mit Mitteln aus dem Ziel-2-Programm Oberösterreich und Landesmitteln gefördert wurden. Für diese Projekte wurden Masterpläne fertig gestellt, die zum einen umfassende Informationen zur Konzeption der Schulungs- und Beratungsmaßnahmen liefern und zum anderen eine wertvolle Grundlage für die Umsetzung der geplanten Kompetenzzentren darstellen. Neben der Unterstützung der Projektmanager bei der Endredaktion der Masterpläne nahm die Tourismusedwicklung die Koordinierungsfunktion des Gesamtprojekts für den reibungslosen Projektablauf und bei der laufenden Förderungsabrechnung wahr. Mit Ende des Berichtszeitraums zeigt sich folgender Zwischenstand:

- Wanderkompetenzzentren: Qualifizierungsmaßnahmen in der Destination Pyhrn-Priel/Steyr-Kirchdorf abgeschlossen.
- Romantisch Wohnen: Konzeption abgeschlossen, Schulungen beginnen im 1. Quartal 2005
- Kulturtourismus Mühlviertel: Qualifizierungsmaßnahmen zum „Stifter Jahr“ zum Großteil durchgeführt, werden im 1. Quartal 2005 beendet.
- Familien-Kompetenzzentren: Qualifizierungsmaßnahmen in der Destination Pyhrn-Priel/Steyr-Kirchdorf abgeschlossen.
- Mountainbike-Kompetenzzentrum: Qualifizierungsmaßnahmen im Inneren Salzkammergut abgeschlossen.



Die Wanderspezialisten in der Nationalpark Kalkalpen Region beweisen Kompetenz im Thema Wandern.

Wanderspezialisten in der Nationalpark Kalkalpen Region geschult

Mit den Partnern der Nationalpark Kalkalpen Region fanden Workshops zur Entwicklung des „Wander-Kompetenzzentrums“ statt. Dabei wurde die Dienstleistungskette in allen Teilbereichen optimiert und anhand der Kriterien gemeinsam umgesetzt. Die Workshop-Serie spannte den Bogen von der richtigen Kommunikation mit dem Gast bis zur innovativen Produktgestaltung und dem Verkauf, wobei die Individualität der Betriebe immer im Mittelpunkt steht. Bausteine zur

Qualitätsentwicklung, Perspektiven für die Zukunft und wie wichtig es ist, auf die Bedürfnisse des Gastes einzugehen, wurden ebenso besprochen. Nach dem erfolgreichen Abschluss des Schulungs- und Qualifizierungsprogrammes für Wanderspezialisten in der Nationalpark Kalkalpen Region, fand auch der Auftakt zur Umsetzung des Programmes für interessierte Wanderbetriebe im Inneren Salzkammergut statt.

21 Mühlviertler Betriebe spezialisierten sich auf Leben und Werk von Adalbert Stifter.



Kulturtourismus Mühlviertel spezialisiert sich auf Stifter

Am vom OÖ. Tourismus initiierten Qualifizierungsprojekt anlässlich des Stifterjahres 2005 nahmen 21 Betriebe aus dem Mühlviertel teil. Die dazu aufbereitete umfassende Infomappe mit vielen wichtigen Details zu Adalbert Stifter findet mittlerweile auch bei den Tourismusverbänden, Wanderführern, Museen und Medien großen Anklang. Unterstützung und Beratung gab es in Form von Workshops und Infomaterial, mit dem die Betriebe ganz auf Adalbert Stifter, sein Leben und Wirken eingestimmt wurden. Das reicht von der Auswahl und Gestaltung der Speisekarte bis hin zur Dekoration im Gastronomiebetrieb. Auch Kochkurse mit Georg Friedl wurden abgehalten, um künftig „Stifter-Schlemmermenüs“ anzubieten. Nun werden eine Reihe von Tages- und mehrtägige Ausflugsreisen „auf den Spuren von Stifter“ in einem gemeinsamen Folder beworben.

Tourismus in der Regionalentwicklung

Die im Auftrag der zuständigen Regionalmanagements erstellten Regionalwirtschaftlichen Entwicklungskonzepte Mühlviertel, Innviertel wurden im Berichtszeitraum fertig gestellt und die Erarbeitung eines Entwicklungskonzeptes für Linz / Linz-Land begonnen. Durch die Mitarbeit des OÖ. Tourismus in den Projektsteuerungsgruppen und bei Workshops wurden in Folge die Ziele und Strategien des „Kursbuches für die Tourismus- und Freizeitwirtschaft in OÖ bis 2010“ in die jeweiligen Konzepte übernommen und eingearbeitet.

T-Mona gibt Aufschluss über Gästezufriedenheit



Der „Tourismus Monitor Austria“ (T-MONA) ersetzt die bisherige „Gästabefragung Österreich“ (GBÖ) und liefert wertvolle Informationen zum Beispiel über die Zufriedenheit, Aktivitäten und Wünsche der Oberösterreich-Gäste. Auch der OÖ. Tourismus beteiligte sich im ersten Befragungsjahr an diesem neuen System. Im Berichtszeitraum wurde an der Gestaltung des Kernfragebogens mitgearbeitet, wobei in einzelnen Fragen auch die besonderen Interessen der Themenmanager (beispielsweise zum Thema Gesundheit oder Radtourismus) berücksichtigt wurden.

Studien für den Tourismus

Mit den möglichen Auswirkungen des EU-Beitritts Tschechiens auf die Tourismus- und Freizeitwirtschaft auch für Oberösterreich befasst sich die Studie „Touristische Potenzialanalyse Oberösterreich-Südböhmen“, die im Berichtszeitraum gemeinsam von Land OÖ, Wirtschaftskammer OÖ und OÖ. Tourismus der Öffentlichkeit vorgestellt wurde. Darin wird die derzeitige touristische Situation näher durchleuchtet und die Auswirkungen des EU-Beitritts Tschechiens sowie mögliche Entwicklungspotenziale für tschechisch-oberösterreichische Tourismusbeziehungen dargestellt. Die Ansatzpunkte für eine konzentrierte Marktbearbeitung in Tschechien sind mit dieser Studie eindeutig: Wintersport und Bergsteigen/Wandern sind Themen, mit denen Oberösterreich im nördlichen Nachbarland punkten kann.



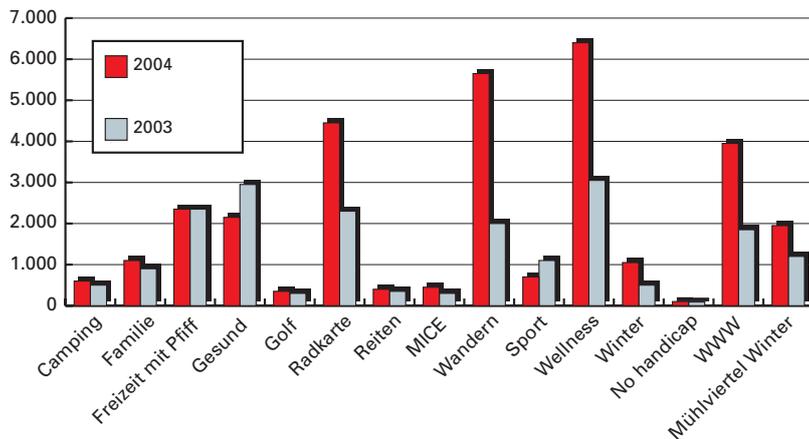
Mag. Pramendorfer, LR Sigl und Präs. Dr. Trauner sehen touristisches Potenzial in Oberösterreich und Südböhmen.

Versicherung für Oberösterreichs Tourismusverbände

Seit 1. Jänner 2004 gibt es für die touristischen Organisationen eine so genannte „Directors & Officers-Versicherung“. Diese Organhaftpflichtversicherung wurde vom OÖ. Tourismus abgeschlossen bzw. übernimmt die Landes-Tourismusorganisation auch die Kosten dafür. Da von zahlreichen Verbänden der Wunsch geäußert wurde, eine derartige Versicherung abzuschließen, für einzelne Verbände aber keine vertretbaren Konditionen zu verhandeln waren, wurden in die Versicherung des OÖ. Tourismus sämtliche touristische Organisationen mit eingeschlossen.

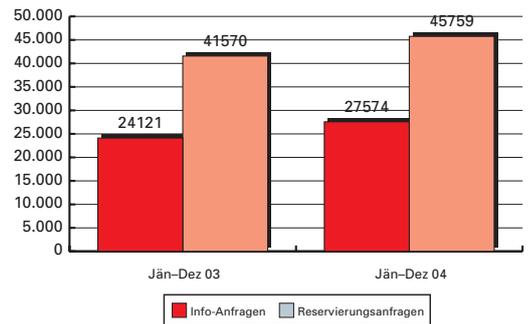
Info-Anfragen und Internet-Zugriffsstatistik steigen

Produkte (Themen) 2004 im Vergleich zu 2003

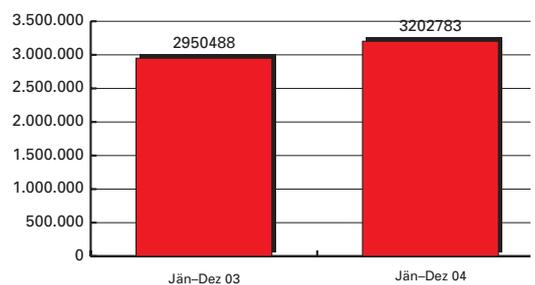


44.115 Anfragen bearbeitete die OÖ. Tourismus Information im Kalenderjahr 2004. Über 36 % der Anfragen wurden per E-Mail abgewickelt, rund 25 % telefonisch. Mehr als 10.000 Anfragen wurden übrigens zum Thema Gesundheit und Wellness gestellt, gute 5.500 Anfragen gab es zum Thema Wandern.

Info- und Reservierungsanfragen im Vergleich 2003 und 2004



Visits im Vergleich Jänner bis Dezember 2003 und 2004



Gleichzeitig wurden im Berichtszeitraum 3,2 Mio. Visits (= der Besuch eines Nutzers, bei dem zumindest eine (oder auch mehrere) Seiten – page impressions – abgerufen werden), 27.500 Info- (die durch einen Klick auf eine angeführte E-Mail Adresse gestellt werden) und 45.800 Reservierungsanfragen (= Anfragen über einen Anfrage-Button) unter www.oberoesterreich.at gezählt. Das sind um 14,3 % mehr Info- sowie 10 % mehr Reservierungsanfragen im Vergleich zum Kalenderjahr 03. Auch die Zahl der Visits ist mit + 8,5 % im Steigen begriffen.

TOURISMUSSTATISTIK VON NOVEMBER 2003 BIS OKTOBER 2004

Umsatzzuwächse im Tourismusjahr 2004

Insgesamt urlaubten im Tourismusjahr von November 2003 bis Oktober 2004 2.048.921 Gäste in Oberösterreich. Das sind um 1,7 % mehr als im vergangenen Jahr. Auch bei den Nächtigungen konnte mit 6.515.736 registrierten Übernachtungen Oberösterreich weit das sehr hohe Ausgangsniveau des Vorjahres knapp gehalten werden.

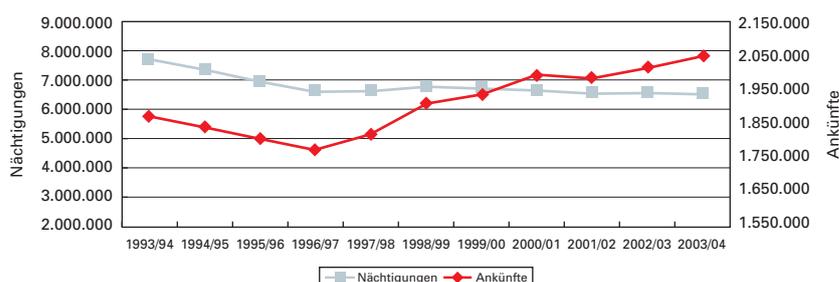
Während die Wintersaison 03/04 enorme Zuwächse verzeichnete, verlief die Sommersaison leicht rückläufig. Von Mai bis Oktober 2004 wurden weniger Ankünfte und Nächtigungen verzeichnet. Ein Großteil davon ist auf die rückläufige Entwicklung der inländischen Gäste zurück zu führen. Auf Grund der schlechten Wetterlage im Juni und in der ersten Julihälfte fehlten insbesondere die kurzfristigen Wochenend-Buchungen der inländischen Gäste. Die Ferienstaffelung und die schlechte wirtschaftliche Situation in Deutschland machten sich auch 2004 im Reiseverhalten des wichtigsten Auslandsgastes spürbar.

Nach dem Umsatzplus im Winter von 6,3 % sprechen die Experten des WIFO von einer – im Österreich weiten Vergleich überdurchschnittlichen – Steigerung von 3,7 % der Umsätze der Sommersaison für die Tourismuswirtschaft in Oberösterreich. Österreich weit beträgt die Umsatzsteigerung 3,1 %.

Tourismusentwicklung in den letzten Jahren

	1993/94	1994/95	1995/96	1996/97	1997/98	1998/99	1999/00	2000/01	2001/02	2002/03	2003/04	„Veränd. 03–04“	94–04
Nächtigungen	7.682.389	7.355.295	6.935.600	6.626.493	6.622.089	6.767.660	6.712.001	6.615.864	6.539.587	6.554.750	6.515.736	-0,6 %	-15,2 %
Ankünfte	1.872.926	1.840.728	1.807.924	1.773.247	1.819.454	1.908.654	1.936.697	1.989.529	1.982.961	2.014.576	2.048.921	1,7 %	9,4 %
Aufenthaltsdauer	4,1	4,0	3,8	3,7	3,6	3,5	3,5	3,3	3,3	3,3	3,2		

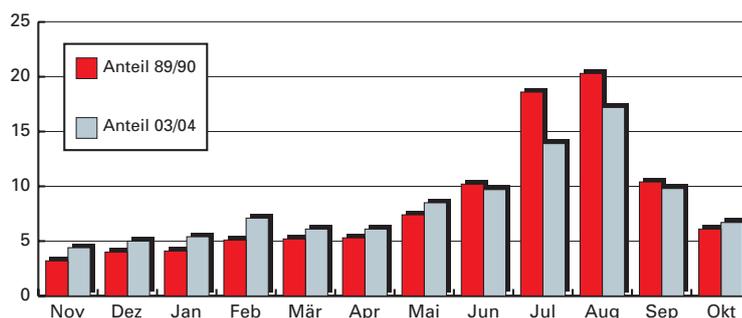
Entwicklung der Ankünfte und Nächtigungen in OÖ
TJ 1993/1994 bis TJ 2003/2004



Monatliche Verteilung der Nächtigungen und Ankünfte

Monatliche Verteilung der Nächtigungen und Ankünfte im TJ 2003/2004

	AK 2002/03	AK 2003/04	Veränd. abs.	Veränd. in %	NÄ 2002/03	NÄ 2003/04	Veränd. abs.	Veränd. in %	NÄ- Anteil
November	102.247	104.986	2.739	2,7	290.405	289.035	-1.370	-0,5	4,4 %
Dezember	102.100	106.759	4.659	4,6	325.390	327.372	1.982	0,6	5,0 %
Jänner	101.717	107.706	5.989	5,9	346.856	349.379	2.523	0,7	5,4 %
Februar	112.517	122.284	9.767	8,7	415.567	459.581	44.014	10,6	7,1 %
März	123.711	134.347	10.636	8,6	383.010	399.672	16.662	4,4	6,1 %
April	127.321	134.592	7.271	5,7	380.006	400.528	20.522	5,4	6,1 %
Mai	192.103	198.510	6.407	3,3	551.254	553.741	2.487	0,5	8,5 %
Juni	235.758	219.498	-16.260	-6,9	683.782	633.111	-50.671	-7,4	9,7 %
Juli	258.258	258.427	169	0,1	941.131	905.379	-35.752	-3,8	13,9 %
August	307.148	298.762	-8.386	-2,7	1.177.851	1.121.047	-56.804	-4,8	17,2 %
September	202.775	211.222	8.447	4,2	620.371	641.684	21.313	3,4	9,8 %
Oktober	148.921	151.828	2.907	2,0	439.127	435.207	-3.920	-0,9	6,7 %
Sommer	1.344.963	1.338.247	-6.716	-0,5	4.413.516	4.290.169	-123.347	-2,8	65,8 %
Winter	669.613	710.674	41.061	6,1	2.141.234	2.225.567	84.333	3,9	34,2 %
Tourismusjahr	2.014.576	2.048.921	34.345	1,7	6.554.750	6.515.736	-39.014	-0,6	100,0 %

 Der monatliche Nächtigungsanteil in OÖ
 (TJ 2003/04 vgl. mit TJ 1989/90)


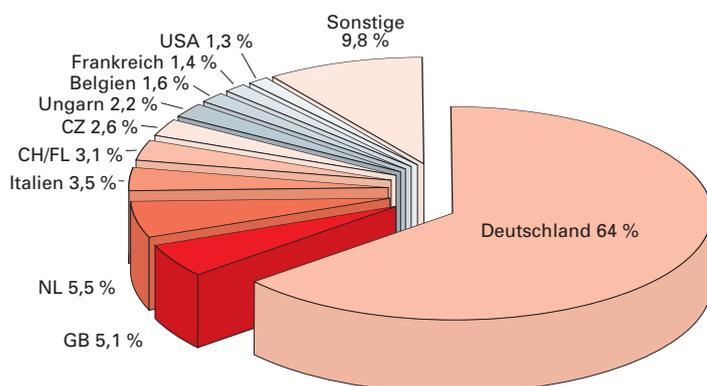
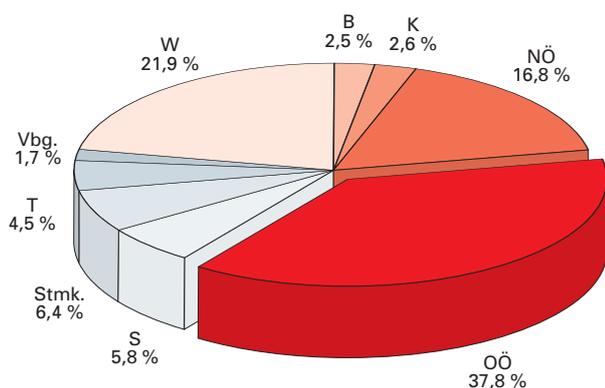
Die Wintersaison wird für den heimischen Tourismus immer wichtiger. Mittlerweile werden rund ein Drittel der gesamten Nächtigungen in Oberösterreich während der kalten Jahreszeit registriert. Hohe Investitionen in die Infra- und Suprastruktur, die konzentrierte Angebotsbündelung und optimale Vermarktung der winterlichen Angebote tragen wesentlich dazu bei. Neben dem traditionellen familienfreundlichen Skiurlaubsangebot bereichern die Städte und die Gesundheitszentren Oberösterreichs das Angebot – und auch die Statistik.

Sehr positiv entwickeln sich auch die Buchungen über die OÖ. Touristik GmbH. Der Oberösterreich-Incomer hatte im direkten Vertrieb (ohne Reiseveranstalter) bereits bis zum Ende des Berichtszeitraumes die Buchungen für die Wintersaison 04/05 im Vergleich zum Endstand der Wintersaison 03/04 verdreifacht. Besonderer Hit im Buchungsreigen ist das neue „Family Mountain“ All In-Angebot am Hochficht.

Herkunftsländer

Ankünfte und Nächtigungen nach Herkunftsländern

	AK 2002/03	AK 2003/04	Veränd. abs.	Veränd. in %	NÄ 2002/03	NÄ 2003/04	Veränd. abs.	Veränd. in %	NÄ- Anteil
Inländer	1.108.049	1.109.299	1.250	0,1	3.722.713	3.673.316	-49.397	-1,3	56,4%
Ausländer	906.527	939.622	33.095	3,7	2.832.037	2.842.420	10.383	0,4	43,6%
Deutschland	549.411	543.353	-6.058	-1,1	1.885.532	1.818.397	-67.135	-3,6	27,9%
Vereinigtes Königreich	29.778	34.660	4.882	16,4	131.386	144.776	13.390	10,2	2,2%
Niederlande	50.718	54.473	3.755	7,4	149.881	157.581	7.700	5,1	2,4%
Italien	50.079	59.864	9.785	19,5	84.921	98.574	13.653	16,1	1,5%
Schweiz u. Liechtenstein	38.567	37.429	-1.138	-3,0	89.394	87.405	-1.989	-2,2	1,3%
Tschechische Rep.	23.273	25.610	2.337	10,0	60.757	72.650	11.893	19,6	1,1%
Ungarn	18.497	23.601	5.104	27,6	54.050	61.274	7.224	13,4	0,9%
Belgien	14.226	15.297	1.071	7,5	45.314	45.337	23	0,1	0,7%
Frankreich (inkl. Monaco)	17.370	18.715	1.345	7,7	38.051	39.448	1.397	3,7	0,6%
USA	15.828	15.867	39	0,2	36.169	37.294	1.125	3,1	0,6%
Übrige Ausländer	98.780	110.753	11.973	12,1	256.582	279.684	23.102	9,0	4,3%
OÖ	2.014.576	2.048.921	34.345	1,7	6.554.750	6.515.736	-39.014	-0,6	100,0%

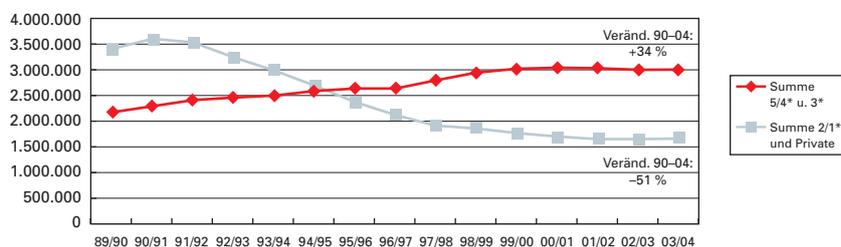
 Nächtigungsanteile der ausländischen Gäste
 an den gesamten Auslandsnächtigungen im TJ 2003/2004

 Nächtigungsanteile der österreichischen Bundesländer
 an den gesamten öö. Inlandsnächtigungen


Enge Kooperationen mit der tschechischen Tourismusbranche und grenzüberschreitende Projekte fördern nicht nur das Verständnis um die gegenseitige Arbeit, sondern vor allem auch Gäste-
 ströme. Der EU-Beitritt des nördlichen Nachbarlandes verstärkte das Interesse der tschechischen
 Bevölkerung am Urlaubsland Oberösterreich, auch die Ankünfte sowie Nächtigungen konnten
 gesteigert werden.

Unterkunftsarten

Ankünfte und Nächtigungen in den einzelnen Kategorien in OÖ

	AK 2002/03	AK 2003/04	Veränd. abs.	Veränd. in %	NÄ 2002/03	NÄ 2003/04	Veränd. abs.	Veränd. in %	NÄ- Anteil
Gewerbl. Beherbergungsbetriebe	1.447.529	1.511.370	63.841	4,4	3.908.018	3.915.159	7.141	0,2	60,1%
5/4*-Betriebe	614.955	657.449	42.494	6,9	1.419.381	1.459.733	40.352	2,8	22,4%
3*-Betriebe	571.017	571.928	911	0,2	1.602.836	1.511.263	-91.573	-5,7	23,2%
2/1*- und nicht kateg. Betriebe	247.294	267.713	20.419	8,3	810.929	868.385	57.456	7,1	13,3%
Ferienwhg.,-haus gewerblich	14.263	14.280	17	0,1	74.872	75.778	906	1,2	1,2%
Privatunterkünfte	167.184	162.461	-4.723	-2,8	838.351	814.705	-23.646	-2,8	12,5%
Ferienwhg.,-haus(priv.) auf BH	17.821	18.963	1.142	6,4	124.211	128.488	4.277	3,4	2,0%
Ferienwhg.,-haus(priv.) nicht a. BH	34.237	33.741	-496	-1,4	235.673	229.935	-5.738	-2,4	3,5%
Privatquartiere auf Bauernhof	37.327	38.267	940	2,5	170.115	167.628	-2.487	-1,5	2,6%
Privatquartiere nicht auf Bauernhof	77.799	71.490	-6.309	-8,1	308.352	288.654	-19.698	-6,4	4,4%
Sonstige Beherbergungsbetriebe	399.863	375.090	-24.773	-6,2	1.808.381	1.785.872	-22.509	-1,2	27,4%
Campingplatz	90.129	73.190	-16.939	-18,8	266.225	220.353	-45.872	-17,2	3,4%
Jugendherbergen, -gästehäuser	63.950	60.356	-3.594	-5,6	147.542	152.992	5.450	3,7	2,3%
Kinder-, Jugenderholungsheime	49.265	37.466	-11.799	-24,0	179.940	153.608	-26.332	-14,6	2,4%
Kurheime der SV	26.968	28.224	1.256	4,7	543.003	577.025	34.022	6,3	8,9%
Private und öffentl. Kurheime	31.849	32.508	659	2,1	306.367	281.603	-24.764	-8,1	4,3%
Bewirtschaftete Schutzhütten	38.800	29.552	-9.248	-23,8	55.476	48.008	-7.468	-13,5	0,7%
Sonstige Unterkünfte	98.902	113.794	14.892	15,1	309.828	352.283	42.455	13,7	5,4%
OÖ	2.014.576	2.048.921	34.345	1,7	6.554.750	6.515.736	-39.014	-0,6	100,0%

 Nächtigungsentwicklung in den oö. Qualitätsbetrieben
bzw. in den „niedrigeren Kategorien“


Mit Nächtigungsanteilen von 22 bzw 23 % zählen die 5/4*- bzw. 3*-Betriebe zu den beliebtesten Unterkunftsarten der oberösterreichischen Gäste. Die langfristige Entwicklung seit 1990 zeigt einen Anstieg von mehr als einem Drittel der Nächtigungen in diesen Kategorien. Um mehr als die Hälfte zurückgegangen sind im selben Zeitraum allerdings die Nächtigungen in 2/1*Betrieben sowie Privatunterkünften.

Bettenanzahl und Auslastung

Bettenentwicklung im Sommer in OÖ

Sommer	5/4*	3*	5/4* u. 3*	2/1*	Privat	2/1* u. Privat	Fewo gewerbl.*)	Sonstige	Gesamt
1993	7.921	13.404	21.325	24.097	22.690	46.787	-	13.009	81.121
1994	8.597	13.234	21.831	23.413	22.732	46.145	-	13.443	81.419
1995	9.239	14.883	24.122	21.962	22.105	44.067	-	12.847	81.036
1996	8.944	15.523	24.467	20.935	21.272	42.207	-	12.694	79.368
1997	9.065	15.714	24.779	20.294	20.892	41.186	-	12.836	78.801
1998	9.047	15.887	24.934	18.175	19.483	37.658	1.274	12.610	76.476
1999	9.758	15.459	25.217	17.678	19.300	36.978	1.360	12.716	76.271
2000	10.078	15.649	25.727	16.820	18.795	35.615	1.742	12.631	75.715
2001	10.009	16.031	26.040	15.947	17.971	33.918	1.403	12.215	73.576
2002	9.807	15.381	25.188	15.564	17.392	32.956	1.395	12.456	71.995
2003	9.891	15.110	25.001	14.449	16.864	31.313	1.553	12.188	70.055
2004	10.269	14.979	25.248	14.160	16.611	30.771	1.637	12.977	70.633
Veränd. 93-04 abs.	2.348	1.575	3.923	-9.937	-6.079	-16.016		-32	-10.488
Veränd. 93-04 in %	29,6%	11,8%	18,4%	-41,2%	-26,8%	-34,2%		-0,2%	-12,9%

*) ab Nov. 97 getrennte Erfassung

Bettenentwicklung im Winter in OÖ

	5/4*	3*	5/4* u. 3*	2/1*	Privat	2/1* u. Privat	Fewo gewerbl.*)	Sonstige	Gesamt
1992/93	7.506	12.582	20.088	20.464	13.018	33.482	-	10.959	64.529
1993/94	8.429	12.473	20.902	19.920	13.166	33.086	-	10.776	64.764
1994/95	8.831	13.487	22.318	17.942	12.912	30.854	-	10.379	63.551
1995/96	8.359	13.895	22.254	17.553	12.906	30.459	-	10.370	63.083
1996/97	8.630	15.045	23.675	16.926	13.152	30.078	-	10.995	64.748
1997/98	8.446	15.019	23.465	15.120	12.430	27.550	850	10.627	62.492
1998/99	9.616	14.587	24.203	14.614	12.541	27.155	908	10.707	62.973
1999/00	9.824	14.808	24.632	13.736	12.436	26.172	1.387	10.476	62.667
2000/01	9.911	15.286	25.197	13.131	12.351	25.482	1.052	10.394	62.125
2001/02	9.563	14.651	24.214	12.255	12.229	24.484	1.049	10.558	60.305
2002/03	9.501	14.508	24.009	11.967	11.840	23.807	1.234	10.499	59.549
2003/04	9.842	14.183	24.025	12.366	11.911	24.277	1.173	10.515	59.990
Veränd. 93-04 abs.	2.336	1.601	3.937	-8.098	-1.107	-9.205		-444	-4.539
Veränd. 93-04 in %	31,1%	12,7%	19,6%	-39,6%	-8,5%	-27,5%		-4,1%	-7,0%

*) ab Nov. 97 getrennte Erfassung

Betten, Betriebe, Auslastung in OÖ – Sommer 2004 zu 2003

	Betten 1) 2)				Nächtigungen 1)				Auslastung in % 1) 2)				Betriebe 1)			
	SHJ 2003	SHJ 2004	Veränderung absolut	Veränderung %	SHJ 2003	SHJ 2004	Veränderung absolut	Veränderung %	SHJ 2003	SHJ 2004	Veränderung absolut	Veränderung %	SHJ 2003	SHJ 2004	Veränderung absolut	Veränderung %
OÖ	70.055	70.633	578	0,8	4.151.615	4.074.628	-76.987	-1,9	32,2	31,4	-0,9	-2,7	4.142	4.099	-43	-1,0
Gewerbl. Beherbergungsbetriebe	41.003	41.045	42	0,1	2.562.761	2.496.172	-66.589	-2,6	34,0	33,1	-0,9	-2,7	1.248	1.256	8	0,6
2/1*- und nicht kateg. Betriebe	14.449	14.160	-289	-2,0	579.301	608.223	28.922	5,0	21,8	23,3	1,6	7,1	689	689	-	-
3*-Betriebe	15.110	14.979	-131	-0,9	1.056.476	968.414	-88.062	-8,3	38,0	35,1	-2,9	-7,5	345	349	4	1,2
5/4*-Betriebe	9.891	10.269	378	3,8	876.161	865.695	-10.466	-1,2	48,1	45,8	-2,3	-4,8	116	117	1	0,9
Ferienwhg.,-haus gewerblich	1.553	1.637	84	5,4	50.823	53.840	3.017	5,9	17,8	17,9	0,1	0,5	98	101	3	3,1
Privatunterkünfte	16.864	16.611	-253	-1,5	646.195	621.281	-24.914	-3,9	20,8	20,3	-0,5	-2,4	2.611	2.570	-41	-1,6
Ferienwhg.,-haus(priv.) auf BH	2.516	2.589	73	2,9	101.085	104.939	3.854	3,8	21,8	22,0	0,2	0,9	333	343	10	3,0
Ferienwhg.,-haus(priv.) nicht a. BH	4.670	4.613	-57	-1,2	171.895	164.736	-7.159	-4,2	20,0	19,4	-0,6	-3,0	822	807	-15	-1,8
Privatquartiere auf Bauernhof	3.629	3.638	9	0,2	135.044	132.366	-2.678	-2,0	20,2	19,8	-0,5	-2,2	492	491	-1	-0,2
Privatquartiere nicht auf Bauernhof	6.049	5.771	-278	-4,6	238.171	219.240	-18.931	-7,9	21,4	20,6	-0,8	-3,5	964	929	-35	-3,6
Sonstige Beherbergungsbetriebe	12.188	12.977	789	6,5	942.659	957.175	14.516	1,5	42,0	40,1	-1,9	-4,6	283	273	-10	-3,5
Bewirtschaftete Schutzhütten	994	1.058	64	6,4	37.361	28.315	-9.046	-24,2	20,4	14,5	-5,9	-28,8	42	40	-2	-4,8
Jugendherbergen, -gästehäuser	1.522	1.572	50	3,3	99.429	105.817	6.388	6,4	35,5	36,6	1,1	3,0	19	18	-1	-5,3
Kinder-, Jugendherholungsheime	1.870	1.748	-122	-6,5	118.735	99.131	-19.604	-16,5	34,5	30,8	-3,7	-10,7	26	26	-	-
Kurheime der SV	1.781	1.834	53	3,0	292.109	316.217	24.108	8,3	89,1	93,7	4,6	5,1	16	17	1	6,3
Private und öffentl. Kurheime	1.471	1.582	111	7,5	186.550	169.987	-16.563	-8,9	68,9	58,4	-10,5	-15,3	24	24	-	-
Sonstige Unterkünfte	4.550	5.183	633	13,9	208.475	237.708	29.233	14,0	24,9	24,9	0,0	0,1	156	148	-8	-5,1

1) ohne Campingplätze 2) ohne Zusatzbetten bzw. Matratzenlager

Betten, Betriebe, Auslastung in OÖ – Winter 2004 zu 2003

	Betten 1) 2)				Nächtigungen 1)				Auslastung in % 1) 2)				Betriebe 1)			
	WHJ 2003	WHJ 2004	Veränderung absolut	Veränderung %	WHJ 2003	WHJ 2004	Veränderung absolut	Veränderung %	WHJ 2003	WHJ 2004	Veränderung absolut	Veränderung %	WHJ 2003	WHJ 2004	Veränderung absolut	Veränderung %
OÖ	59.549	59.990	441	0,7	2.136.910	2.220.755	83.845	3,9	19,8	20,3	0,5	2,6	3.240	3.213	-27	-0,8
Gewerbl. Beherbergungsbetriebe	37.210	37.564	354	1,0	1.345.257	1.418.987	73.730	5,5	20,0	20,8	0,8	3,9	1.142	1.140	-2	-0,2
2/1*- und nicht kateg. Betriebe	11.967	12.366	399	3,3	231.628	260.162	28.534	12,3	10,7	11,6	0,9	8,1	620	619	-1	-0,2
3*-Betriebe	14.508	14.183	-325	-2,2	546.360	542.849	-3.511	-0,6	20,8	21,0	0,2	1,1	336	337	1	0,3
5/4*-Betriebe	9.501	9.842	341	3,6	543.220	594.038	50.818	9,4	31,6	33,2	1,6	5,0	109	108	-1	-0,9
Ferienwhg.,-haus gewerblich	1.234	1.173	-61	-4,9	24.049	21.938	-2.111	-8,8	10,8	10,3	-0,5	-4,6	77	76	-1	-1,3
Privatunterkünfte	11.840	11.911	71	0,6	192.156	193.424	1.268	0,7	9,0	8,9	0,0	-0,5	1.865	1.851	-14	-0,8
Ferienwhg.,-haus(priv.) auf BH	1.915	1.998	83	4,3	23.126	23.549	423	1,8	6,7	6,5	-0,2	-2,9	260	269	9	3,5
Ferienwhg.,-haus(priv.) nicht a. BH	3.271	3.278	7	0,2	63.778	65.199	1.421	2,2	10,8	10,9	0,2	1,4	598	596	-2	-0,3
Privatquartiere auf Bauernhof	2.535	2.637	102	4,0	35.071	35.262	191	0,5	7,6	7,3	-0,3	-3,9	351	355	4	1,1
Privatquartiere nicht auf Bauernhof	4.119	3.998	-121	-2,9	70.181	69.414	-767	-1,1	9,4	9,5	0,1	1,3	656	631	-25	-3,8
Sonstige Beherbergungsbetriebe	10.499	10.515	16	0,2	599.497	608.344	8.847	1,5	31,5	31,8	0,2	0,8	233	222	-11	-4,7
Bewirtschaftete Schutzhütten	599	587	-12	-2,0	18.115	19.693	1.578	8,7	16,7	18,4	1,7	10,3	24	23	-1	-4,2
Jugendherbergen, -gästehäuser	1.453	1.252	-201	-13,8	48.113	47.175	-938	-1,9	18,3	20,7	2,4	13,2	18	14	-4	-22,2
Kinder-, Jugendherholungsheime	1.866	1.515	-351	-18,8	61.205	54.477	-6.728	-11,0	18,1	19,8	1,6	9,0	24	20	-4	-16,7
Kurheime der SV	1.781	1.834	53	3,0	250.894	260.808	9.914	4,0	77,8	78,1	0,3	0,4	16	17	1	6,3
Private und öffentl. Kurheime	1.332	1.336	4	0,3	119.817	111.616	-8.201	-6,8	49,7	45,9	-3,8	-7,6	22	22	-	-
Sonstige Unterkünfte	3.468	3.991	523	15,1	101.353	114.575	13.222	13,0	16,1	15,8	-0,4	-2,3	129	126	-3	-2,3

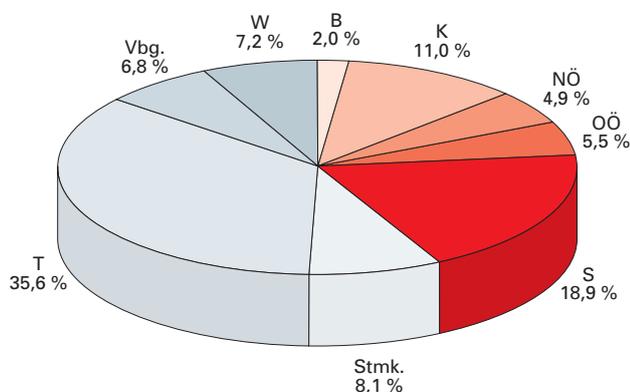
1) ohne Campingplätze 2) ohne Zusatzbetten bzw. Matratzenlager

Tourismus im Bundesländervergleich

Nächtigungen und Ankünfte in den österreichischen Bundesländern

	AK 2002/03	AK 2003/04	Veränd. abs.	Veränd. in %	NÄ 2002/03	NÄ 2003/04	Veränd. abs.	Veränd. in %
Burgenland	665.667	680.812	15.145	2,3%	2.450.885	2.394.201	-56.684	-2,3%
Kärnten	2.543.637	2.449.587	-94.050	-3,7%	13.491.770	12.949.653	-542.117	-4,0%
Niederösterreich	1.920.226	2.023.437	103.211	5,4%	5.562.512	5.804.390	241.878	4,3%
Oberösterreich	2.014.576	2.048.921	34.345	1,7%	6.554.750	6.515.736	-39.014	-0,6%
Salzburg	4.868.235	5.024.225	155.990	3,2%	22.044.252	22.288.119	243.867	1,1%
Steiermark	2.729.344	2.630.360	-98.984	-3,6%	9.961.671	9.588.722	-372.949	-3,7%
Tirol	8.249.151	8.349.829	100.678	1,2%	42.048.585	41.961.927	-86.658	-0,2%
Vorarlberg	1.782.180	1.786.383	4.203	0,2%	8.000.190	7.979.112	-21.078	-0,3%
Wien	3.279.821	3.550.628	270.807	8,3%	7.814.427	8.441.507	627.080	8,0%
Österreich	28.052.837	28.544.182	491.345	1,8%	117.929.042	117.923.367	-5.675	0,0%

Nächtigungsverteilung der österreichischen Bundesländer im TJ 2003/2004



Umsatz- und Beschäftigungszahlen

Umsatzentwicklung in OÖ im Winter 2003/04: + 6,3 % geg. Vorjahr

Umsatzentwicklung in OÖ im Sommer 2004: + 3,7 % geg. Vorjahr

Bruttowertschöpfung in Oberösterreich 2002: 31.633 Mio. Euro

 Anteil des Beherbergungs- und Gaststättenwesens
an der Bruttowertschöpfung: 2,6 % (812 Mio. Euro)

Selbständige im Tourismus in OÖ 2004: 10.563 (2003: 11.322)

Arbeitnehmer im Beherbergungs- u. Gaststättenwesen: 18.315 (2003: 18.171)

¹ Die Bruttowertschöpfung bezeichnet den im (volks-)wirtschaftlichen Produktionsprozess zusätzlich geschaffenen Wert. Sie ergibt sich als wertmäßige Differenz von Input (Vorleistungen) und Output (Produktionswert). „Brutto“ bedeutet in diesem Zusammenhang vor Abzug der Abschreibungen.

² Fachgruppen-Mitglieder der Sektion Tourismus und Freizeitwirtschaft, Stand: 31.12.2004

Zeichenerklärung:

TJ = Tourismusjahr (November bis Oktober)

SHJ = Sommerhalbjahr (Mai bis Oktober)

WHJ = Winterhalbjahr (November bis April)

AK = Ankünfte

NÄ = Nächtigungen

Ihre Ansprechpartner im OÖ. Tourismus



OÖ. Tourismus

Freistädter Straße 119, 4041 Linz, Tel.: 0732/72 77

E-Mail: vorname.nachname@lto.at, www.oberoesterreich-tourismus.at

Durchwahl

Vorstand	Mag. Karl Pramendorfer	132
Kaufm. Direktion	Dr. Walter Putschögl	129
Marketing	Georg Bachleitner	170
Tourismusentwicklung	Mag. Rainer Jelinek (Karenzvertretung Mag. Walch)	163
Management Services	Mag. Norbert Füruter	145

Interessentenbeitragsstelle

E-Mail: vorname.nachname@ib-stelle.at

Leitung	Mag. Walter Baumgartner	416
---------	-------------------------	-----



OÖ. Touristik GmbH

E-Mail: vorname.nachname@touristik.at, www.touristik.at

Geschäftsführung	Dietmar Tröbinger	201
Prokurist	Mag. Oliver Rath	214



OÖ. Tourismus Technologie GmbH

E-Mail: vorname.nachname@ttg.at, www.ttg.at

Geschäftsführung	Mag. Michael Spechtenhauser	326
Geschäftsführung	Ing. Wolfgang Erlebach	312



OÖ. Werbung GmbH

E-Mail: vorname.nachname@ooew.at, www.ooew.at

Geschäftsführung	Harald Hois	535
------------------	-------------	-----

