



## **INFORMATION**

zur Online-Pressekonferenz mit

**Markus ACHLEITNER**

**Wirtschafts- und Tourismus-Landesrat**

**Robert SEEBER**

**Bundesratspräsident, Spartenobmann WKOÖ und  
Vorsitzender des Strategieboards**

**Mag. Andreas WINKELHOFER**

**Geschäftsführer Oberösterreich Tourismus**

am Mittwoch, 6. Mai 2020

um 10.00 Uhr

zum Thema

### **Start der Kampagne „Urlaub in Oberösterreich“**

- **OÖ bietet Freiraum, um täglich Neues zu entdecken**
- **Gäste aus Österreich sollen für Naturerlebnisse, Kultur- und Gesundheitsangebote in OÖ begeistert werden**
- **Wertschöpfung in Tourismus-Betrieben soll angekurbelt werden**

#### Impressum

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

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

DVR: 0069264

#### **Rückfragen-Kontakt:**

**Michael Herb, MSc, Presse LR Achleitner, 0732/7720-15103 oder 0664/6007215103**

**Elisabeth Kierner, MSc, Oberösterreich Tourismus, 0664-3030444**

**Markus Achleitner, Wirtschafts- und Tourismus-Landesrat:****Start der Kampagne „Urlaub in Oberösterreich“****Oberösterreichs Tourismusbranche beginnt das Comeback des Sommertourismus****Tourismus und Corona:**

*„Die bisher größte Gesundheitskrise seit 1945 hat auch zur bisher größten Wirtschaftskrise seit Generationen geführt. Die Tourismusbranche wurde davon am härtesten getroffen. In einer ersten Phase ist daher eine aktive Krisenbewältigung in Form von rascher Hilfe für die Tourismusbetriebe im Vordergrund gestanden. Jetzt folgt Phase 2, der Neustart des Tourismus in Oberösterreich“,* erklärt Wirtschafts- und Tourismus-Landesrat Markus Achleitner.

**Hilfspakete für den Tourismus:**

*„Der Bund hat ein 38 Milliarden-Hilfspaket zur Bewältigung der Corona-Krise geschnürt, von dem insbesondere auch die Tourismusbranche profitiert hat. Vom Land OÖ gibt es ergänzend dazu im Rahmen des ‚Oberösterreich-Pakets‘ zur Unterstützung der Menschen und Betriebe in der schwierigen Corona-Zeit ein eigenes OÖ. Tourismuspaket“,* erläutert Landesrat Achleitner.

Bundesmaßnahmen:

- Corona-Kurzarbeitsmodell: Für die Betriebe fallen nur 10 % der Arbeitskosten an, den Rest übernimmt der Bund.
- Corona-Hilfsfonds: Der Bund ersetzt bis zu 75 % der Betriebskosten.
- 100 % Haftungen für Kredite der Österreichischen Hotel- und Tourismusbank (ÖHT).

Landesmaßnahmen (OÖ. Tourismuspaket):

- Das Land OÖ übernimmt die Zinsen für neue ÖHT-Kredite bis Ende nächsten Jahres 2021. Dafür wendet das Land OÖ 7,5 Mio. Euro auf.
- Befreiung vom Tourismusbeitrag (Interessentenbeitrag) für 29.000 Betriebe in den 215 oö. Tourismusgemeinden. Dies führt zu einer Entlastung der Betriebe in Höhe von insgesamt 10,5 Mio. Euro. Diesen Betrag erhalten die 19 oö. Tourismusverbände, für die diese Beiträge eingehoben werden, vom Land OÖ

ersetzt. Die öö. Tourismusverbände erhalten so Planungssicherheit und Mittel für ihre Kampagnen zur Bewerbung des Urlaubs in Oberösterreich.

*„Es wurden von öö. Tourismusbetrieben bereits Überbrückungskredite in Höhe von 50 Millionen Euro abgerufen. Das Land OÖ wendet dafür für Zinszuschüsse 1,5 Mio. Euro auf. Denn wer rasch hilft, hilft doppelt“,* unterstreicht Landesrat Achleitner.

### **Comeback des Tourismus in Oberösterreich:**

*„Oberösterreich hat sich in Verhandlungen mit Tourismusministerin Köstinger intensiv in die Vorbereitung der Wiederöffnung des Tourismus eingebracht. Unter dem Motto ‚Zuversicht und Vorsicht‘ haben wir eine zeitnahe und schrittweise Öffnung der Tourismusbetriebe mit flankierenden Maßnahmen zum Schutz der Gesundheit gefordert“,* erklärt Landesrat Achleitner. Seit vergangener Woche liegt der Zeitplan vor:

- 15. Mai: Öffnung der Gastronomie und Tierparks „outdoor“
- 29. Mai: Öffnung der Hotellerie und Freizeitbetriebe

*„Dieses schrittweise Comeback gibt der Tourismuswirtschaft wieder neue Perspektive: Die Betriebe können wieder öffnen, ihre Mitarbeiter/innen kommen wieder in Beschäftigung und auch die Zulieferbetriebe für Gastronomie und Hotellerie haben wieder einen Absatzmarkt für ihre Produkte und Dienstleistungen. Und die Gäste können nun wieder gezielt einen Urlaub planen, natürlich möglichst in Oberösterreich“,* unterstreicht Tourismus-Landesrat Markus Achleitner.

*„Die Sehnsucht der Menschen nach Freizeit und Erholung in der Natur ist nach den wochenlangen Corona-Beschränkungen sehr groß. Mit unserer Kampagne ‚Urlaub in Oberösterreich‘ wollen wir diese Urlaubs- und Konsumfreude weiter wecken und für das Gewinnen möglichst vieler Urlaubsgäste für Oberösterreich nutzen“,* erklärt Landesrat Achleitner.

### **Start der Kampagne „Urlaub in Oberösterreich“:**

*„Schon bisher kamen 52 % der Sommergäste in Oberösterreich aus Österreich, allen voran aus Oberösterreich, Wien und Niederösterreich. Jetzt gilt es, Stammgäste und Wiederkehrer zu aktivieren und vor allem neue Gäste aus Österreich zu gewinnen. In der vergangenen Woche wurde der Fahrplan für das Wieder-Hochfahren des Tourismus fixiert. Die Österreich-Werbung plant ihre ‚Urlaub in Österreich‘-Kampagne ab Juni. Oberösterreich startet bereits heute mit seiner*

*Kampagne ‚Urlaub in Oberösterreich‘. Sie besteht aus der Kampagne ‚Drinne ist nicht draußen. Komm raus und erlebe Oberösterreich‘ des Oberösterreich Tourismus und der Kampagne ‚Zruck in die Gastro‘ der Wirtschaftskammer“, unterstreicht Wirtschafts- und Tourismus-Landesrat Markus Achleitner.*

***Robert Seeber, Bundesratspräsident, Spartenobmann WKOÖ und  
Vorsitzender des Strategieboards:***

**Gastfreundschaft leben, Vorgaben einhalten**

**Leitlinien und Verhaltensregeln für Gäste und Betriebe**

Die Wiedereröffnung der Gastronomie, Hotellerie und Freizeitbetriebe ist ein wichtiger Schritt für das Comeback des Wirtschaftsstandortes. „Oberösterreichs Tourismusbetriebe und Unternehmer haben schon oftmals bewiesen, dass sie sich auf veränderte Rahmensituationen einstellen können und flexibel planen müssen. Bei aller Härte, die der Ausfall der vergangenen Wochen verursacht, ist die Motivation in der Branche groß, nun endlich wieder los zu starten. Wir wollen Gastfreundschaft – auch unter neuen Voraussetzungen – wieder leben“, sagt Bundesratspräsident, WKOÖ-Spartenobmann und Vorsitzender des Strategieboards von Oberösterreich Tourismus Robert Seeber.

Damit der Restart im Tourismus und die Öffnung der Betriebe gut gelingen kann, haben BMLRT und Wirtschaftskammer Österreich unter breiter Einbindung von Praktikern und Experten österreichweit gültige Leitlinien und Verhaltensregeln erarbeitet. Diese werden auf der Webseite [www.sichere-gastfreundschaft.at](http://www.sichere-gastfreundschaft.at) zusammengefasst. „Damit haben Betriebe sowie deren Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter ein wertvolles Instrument zur Umsetzung der Vorgaben an der Hand. Gleichzeitig sind auch klare Verhaltensregeln für Gäste geschaffen.“, sagt Seeber. In einem ersten Schritt sind auf der Webseite umfassende Informationen für Gastronomiebetriebe aufbereitet. Zusätzliche Details für Hotellerie und Freizeitbetriebe folgen demnächst. Diese Leitlinien können unkompliziert heruntergeladen und so auch ausgedruckt bzw. in Lokalen aufgelegt werden. Ein umfassender „Fragen und Antworten“-Bereich, der laufend aktualisiert wird, sowie leicht verständliche Erklär-Videos ergänzen die Seite. Um die betrieblichen Umstellungen bestmöglich bewerkstelligen zu können, erhalten Gastronomie-Betriebe sowie Hotelleriebetriebe für den Gastrobereich zusätzlich von der Fachgruppe ein kostenloses Starter-Paket mit Materialien, wie zB Aushänge über empfohlene Verhaltensweisen für Gäste.

Nach der Aufhebung der Ausgangsbeschränkungen sollen die Oberöreicher zudem stärker dazu motiviert werden, wieder bei ihrem Stammwirt einzukehren, Lieblingsgasthäuser aufzusuchen oder neue Restaurants kennen zu lernen. Deshalb startet die Fachgruppe Gastronomie der WKOÖ ab 9. Mai 2020 mit einer Print/Online-

Kampagne unter dem Titel „Zruck in die Gastro“, die auch von den Betrieben durch Einbindung ihres Logos individualisiert werden kann. „Viele von uns freuen sich bestimmt schon wieder auf einen Ausflug mit der Familie, eine Radtour mit Freunden, einen Spaziergang oder eine Wanderung – da gehört dann auch die abschließende Einkehr im Wirtshaus wieder dazu,“ freut sich Seeber.

**Mag. Andreas Winkelhofer, Geschäftsführer Oberösterreich Tourismus:****Drinnen ist nicht draußen. Komm raus und erlebe****Oberösterreich.****Naturerlebnisse und Sommerfrische in der Auslage. Oberösterreich neu entdecken.**

In welchem Ausmaß die durch COVID-19 ausgelöste Krise unsere Gesellschaft und auch das Reisen nachhaltig verändert, lässt sich derzeit noch nicht abschätzen. „Aktuell ist ein starkes Interesse an Urlaub und Freizeit in Oberösterreich erkennbar. Das zeigen online-Trendanalysen, Zugriffe auf den Webseiten und persönliche Anfragen. Dieses Interesse gilt es jetzt in konkrete Buchungen bei den Betrieben für den Sommer überzuleiten. Wir haben dazu in den vergangenen Wochen unsere Planung angepasst und einen Stufenplan erarbeitet, der die verordneten Maßnahmen berücksichtigt und das jeweils mögliche touristische Angebot in den Vordergrund stellt – von Erlebnissen in der Natur wie z.B. Radfahren und Wandern, Gesundheit bis hin zum Kultur- und Kulinarikangebot. Gerade die vielfältigen Naturräume ermöglichen uns jetzt viel Freiraum. Ein Freiraum, der sich perfekt mit den Stärken im naturtouristischen Angebot Oberösterreichs ergänzt und in der ersten Phase der Kommunikation unser „Zugpferd“ ist“, sagt Andreas Winkelhofer, Geschäftsführer des Oberösterreich Tourismus.

Gemeinsam mit den oberösterreichischen Tourismusverbänden, Betrieben, ausgewählten Wirtschafts- und Mobilitätspartnern startet Anfang Mai eine Marketing- und Kommunikationsoffensive, um die Vorfreude zu wecken und vor allem Wertschöpfung für die Tourismus- und Freizeitwirtschaft zu lukrieren. Der „Restart“ im Marketing wird dabei flexibel und in Phasen gestartet, vorerst auf dem Inlandsmarkt mit Fokus auf die Bundesländer Oberösterreich, Wien, Niederösterreich, Tirol, Salzburg und Steiermark, um gezielt auch neue Gäste zu gewinnen. In den für Oberösterreich wichtigsten Auslandsmärkten Deutschland und Tschechien starten wir, sobald eine Lockerung der internationalen Reisebeschränkungen in Sicht ist.

**Naturerlebnisse jetzt gefragt denn je. Sehnsucht nach Freiraum erfüllen.**

In Zeiten von Digitalisierung wächst die Sehnsucht der Menschen nach Rückzug und Erholung in der Natur, nach Entschleunigung und Freiraum. Ein Trend, der auch in Oberösterreich spürbar ist und sich durch die Coronakrise verstärkt. Mit seinen

unterschiedlichen Naturlandschaften, die für Einheimische und Gäste ganzjährig erlebbar sind, hat Oberösterreich großes Potenzial für einen wachsenden Naturtourismus. Was bereits in der Landes-Tourismusstrategie 2022 als Meilenstein definiert wurde, gewinnt jetzt noch mehr an Bedeutung: Oberösterreichs Naturräume sollen stärker in der Produktentwicklung touristischer Erlebnisse und in der Kommunikation aufgegriffen werden.

In einer Allianz aus Natur- und Umweltschutz, Naturschauspiel Oberösterreich, Nationalpark Kalkalpen, Naturparken und Tourismusverbänden wurde bereits im vergangenen Jahr eine Strategie für naturnahen Tourismus in Oberösterreich erarbeitet und darauf aufbauend außergewöhnliche Natur-Erlebnisse und Angebote entwickelt. Als mehrjähriger Kommunikationsschwerpunkt stehen klimaverträgliche und nachhaltige Leitprodukte in den Regionen, Angebote, Neuheiten und Geschichten rund um die Naturräume im Fokus. Dabei werden unterschiedliche Zielgruppen für den Genuss-Urlaub in der Natur, den inspirierenden, sinnstiftenden Natururlaub, den leistungsorientierten Sporturlaub oder den Abenteuer-Urlaub angesprochen.

Die heute startende multimediale Kampagne **„Drinnen ist nicht draußen. Komm raus und erlebe Oberösterreich!“** soll das Image für Oberösterreichs Naturräume stärken und vor allem vertriebsunterstützend für die beteiligten Partner wirken. In einem aufeinander abgestimmten (On/Offline-)Mix an Kommunikations- und Marketing-Maßnahmen werden potenzielle Urlauber in unterschiedlichen Phasen der Reiseplanung abgeholt:

1. Inspiration und Interesse wecken

- Drei hochemotionale Videos schaffen mit stark überzeichneten Indoor-Einstiegsszenen die Verbindung zum echten Outdoor-Erlebnis, etwa beim Radfahren, Wandern oder Baden.
- Ein weiterer „Best of“ Film spannt den Bogen durch Landschaften, Aktivitäten und Begegnungen quer durch Oberösterreich und soll dem Gast in dieser Inspirationsphase helfen, sich für Oberösterreich zu entscheiden.
- Geschichten, Tipps und Infos rund um Naturerlebnisse in Oberösterreich finden sich in einem hochwertigen Printspezial „Natürlich Oberösterreich“, das mit dem renommierten Magazin GEO Saison herausgegeben wurde.

2. Interesse abholen und buchbare Angebote kommunizieren

- Daten aus dem Video-, Social Media- und Online-Marketing werden ausgewertet und smart genutzt, um Interessierte gezielt anzusprechen und schließlich auf konkret buchbare Angebote in den Destinationen hinzuleiten.
- Zudem werden gezielte Kooperationen mit reichweitenstarken Medien sowie Presse- und PR-Maßnahmen umgesetzt.
- In Zusammenarbeit mit *Intersport* entdecken Influencer im Sommer ausgewählte Naturerlebnisse und erzählen darüber auf ihren reichweitenstarken Social Media Kanälen.

Viele inspirierende Geschichten, wertvolle Informationen und buchbare Angebote werden auf der interaktiven Landingpage [oberoesterreich.at/uppernature](https://oberoesterreich.at/uppernature) präsentiert.

„Durch unser Werteverständnis im Sinne von Regionalität und Nachhaltigkeit entstanden nutzenstiftende Synergien mit starken Wirtschafts- und Mobilitätspartnern. Die enge Kooperation etwa mit den ÖBB, KTM Fahrrad, Löffler, Intersport, Grüne Erde, Viehböck Leinen und Thalia gibt der Naturräume-Kampagne zusätzlichen Schub“, sagt Winkelhofer. Dadurch ergeben sich – für Tourismus und Wirtschaft – neue Formen der Kundenansprache und können zusätzliche Zielgruppen erschlossen werden. Ab Juni werden im Rahmen der Kampagne außerdem Tagesausflüge in Oberösterreich beworben.

### **Natur, Kultur, Kulinarik, Gesundheit: Auf dich wartet ein guter Sommer**

Einen starken Fokus auf neue Inlandsgäste legt auch die gemeinsame Inlandskampagne mit der Österreich Werbung und allen neun Bundesländern unter dem Motto „Auf dich wartet ein guter Sommer – entdecke dein eigenes Land“. Diese Kampagne mit den Schwerpunkten Natur, Bewegung und Gesundheit, Kulinarik sowie Stadt und Kultur wird im Juni starten, ebenfalls mit dem Ziel, möglichst viel konkretes Interesse und Buchungen bei den Betrieben zu generieren.

Radfahren ist gerade jetzt eine gute Möglichkeit, das Land zu entdecken und etwas für die Gesundheit zu tun. Ob Genussradeln an der Donau, Mountainbiken im Mühlviertel, Downhills in Pyhrn-Priel oder am neuen E-Mountainbiketrail im Salzkammergut – Oberösterreichs starkes Radangebot steht deshalb in den nächsten Monaten im Fokus.

Zudem starten die Thermen- und Gesundheitsbetriebe Oberösterreichs gemeinsam mit dem Oberösterreich Tourismus mit einem umfassenden Maßnahmenpaket aus

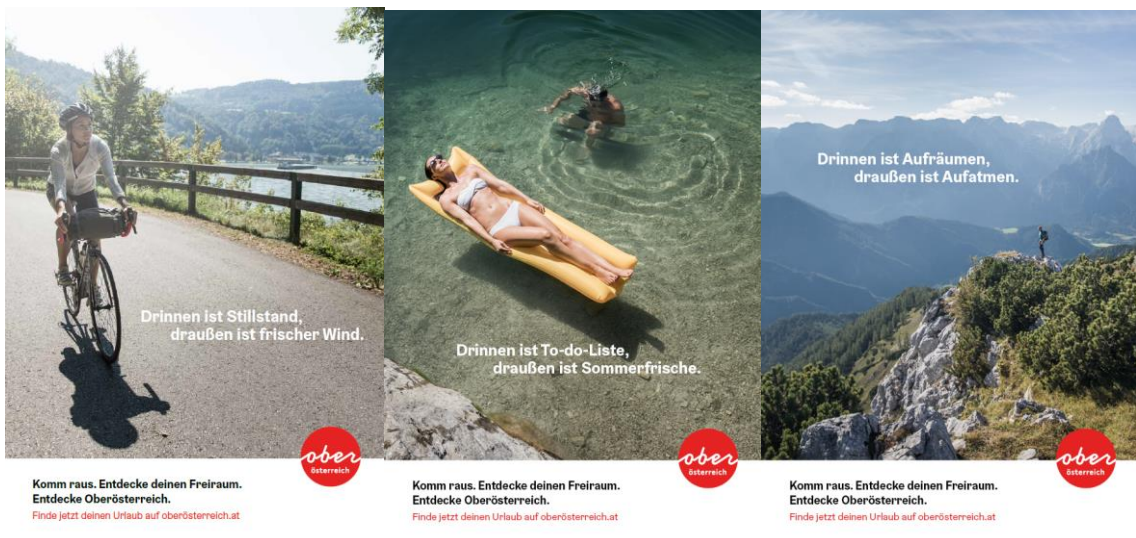
Medienkooperationen, Online-, Social Media und Videomarketing sowie Radio- und Fernsehspots in den Sommer.

## Anhang Naturräume-Kampagne

Die Leitprodukte der touristischen Partner sind:

- Tourismusverband Donau Oberösterreich: Kraftplätze im Donaauraum, neun Naturschutzgebiete, mehr als 1.000 Kilometer Wanderwege und ein einladendes Camping-Angebot. Die Donauregion als Kraft-Tankstelle Oberösterreichs.
- Tourismusverband Steyr und die Nationalparkregion: Weltnaturerbe Buchenwälder, Wandererlebnis und Genussradfahren am Steyrfluss.
- Tourismusverband Linz: Kraftplätze an der Donau, Stadtwanderwege und Blütenmeer sowie Badeplätze in und rund um Linz.
- Salzkammergut Tourismus Marketing GmbH: Salzkammergut BergeSeenTrail. Der Wanderweg zeigt, wie perfekt im Salzkammergut Berge und Seen ineinandergreifen.
- Ferienregion Böhmerwald: Weg der Entschleunigung, der Wanderweg durch den Böhmerwald führt zu Energie- und Kraftplätzen.
- Tourismusverband Mühlviertler Alm Freistadt: Naturpark Mühlviertel mit dem „Stoakraftweg“ in die Hügellandschaft zu Quendel und Granit.
- Tourismusverband s'Entdeckerviertel: Naturraum Entdecker, Neugierige lernen die Moor- und Seenlandschaft im Innviertel kennen, grenzenloser Badespaß.
- Tourismusverband Traunsee-Almtal: Die Wandervielfalt in der Region genießen und mit „Waldness“, den Wald als gesunden Rückzugsraum wiederentdecken.
- Ferienregion Dachstein Salzkammergut: Bergerlebnis Dachstein, die Berge der Region belohnen anstrengende Touren mit Sonnenaufgängen und Vollmond auf 2.000 Metern.
- Urlaubsregion Pyhrn-Priel: Familie, Natur- & Bergerlebnis rund um den Nationalpark Kalkalpen mit der Pyhrn-Priel Aktivcard.
- Region Wels: Rennradfahren im Alpenvorland mit der Extremsport-Legende und Mentalcoach Wolfgang Fasching.

## KeyVisuals der Naturräume-Kampagne – ausgewählte Beispiele:



**Beispiele KeyVisuals der Gastronomiekampagne „Zruck in die Gastro“:****Links zu den Video-Clips der Naturräume-Kampagne:**

Familienwandern/Baden: <https://www.youtube.com/watch?v=8u-8GPmFrFI>

Radfahren: <https://www.youtube.com/watch?v=QrQ-ULVKu4I>

Entschleunigung in der Natur: <https://www.youtube.com/watch?v=QrQ-ULVKu4I>