



Oö. Landeskorrespondenz
MedienInfo



PRESSEKONFERENZ

mit

Markus ACHLEITNER

Wirtschafts- und Tourismus-Landesrat

Heinz GRESSENBAUER

Chief Digital Officer, Oberösterreich Tourismus

Michael BRAUN

Geschäftsführender Vorstand Tourismusverband Ostbayern e.V.

Stefan MANG

Geschäftsführer Institut Centouris, Universität Passau

zum Thema

Digitale Meilensteine zu mehr Qualität im Tourismus

**Digitalisierungsoffensive Ostbayern–Oberösterreich
hebt Regionen und Betriebe auf ein neues Level**

am

Montag, 21. September 2026

Ars Electronica Center (Sky Loft), 10:30 Uhr

Rückfragen-Kontakt

- Michael Herb, MSc | Presse Landesrat Achleitner | +43 664 6007215103 | michael.herb@ooe.gv.at
- Gernot Hörwertner | Oberösterreich Tourismus | +43 664 8572957 | gernot.hoerwertner@oberoesterreich.at

Medieninhaber & Herausgeber

Amt der Oö. Landesregierung
Direktion Präsidium
Abteilung Kommunikation und Medien
Landhausplatz 1 | 4021 Linz
Tel.: (+43 732) 77 20-114 12
landeskorrespondenz@ooe.gv.at
www.land-oberoesterreich.gv.at

Wirtschafts- und Tourismus-Landesrat Markus ACHLEITNER:

Digitalisierung im Tourismus hat keine Grenzen

Oberösterreich und Ostbayern spielen interregionalen Doppelpass

Oberösterreich und Ostbayern verbindet nicht nur ein gemeinsamer Landschafts- und Kulturräum, sondern auch eine langjährige, enge Partnerschaft. Nun ist es gelungen, diese Zusammenarbeit auch für eine gemeinsame Digitalisierungsoffensive im Tourismus zu nutzen. Im Rahmen des EU-Förderprogramms INTERREG Bayern-Österreich 2021-2027 wurde im Jahr 2023 das Projekt „Digitalisierungsoffensive Ostbayern-Oberösterreich“ gestartet. Drei Jahre später ist ein echter Qualitätsschub bei Betrieben und Angebotsträgern in den Regionen dies- und jenseits der Grenze gelungen.

Das INTERREG-Programm Bayern-Österreich 2021–2027 zeigt eindrucksvoll, wie breit die grenzüberschreitende Zusammenarbeit aufgestellt ist: **Mehr als 20 Projekte mit oberösterreichischer Beteiligung** werden und wurden in unterschiedlichen Schwerpunktfeldern umgesetzt. Allein im touristischen Bereich ist Oberösterreich an drei grenzüberschreitenden Projekten beteiligt: Neben der „Digitalisierungsoffensive Ostbayern–Oberösterreich“ werden im Projekt „Lebenswerter Alpenraum“ unter anderem neue digitale und virtuelle Anwendungen für den Tourismus entwickelt. „Trailrunning North Trails“ wiederum setzt auf die grenzüberschreitende Entwicklung und Vernetzung touristischer Angebote.

„Grenzen überwinden, voneinander lernen und gemeinsam stärker werden – genau dafür steht Interreg. Die Zusammenarbeit mit unseren bayerischen Nachbarn eröffnet uns die Möglichkeit, Wissen und Erfahrungen zu bündeln und gemeinsam Lösungen für die Herausforderungen der Zukunft zu entwickeln. Gerade im Tourismus, wo Gäste längst selbstverständlich nicht nur digital, sondern immer mehr auch mit Unterstützung von Künstlicher Intelligenz nach Inspiration suchen, Angebote vergleichen und ihren Urlaub buchen, liegt darin ein großer Mehrwert,“ betont **Wirtschafts- und Tourismus-Landesrat Markus Achleitner**.

Mehr Qualität für Betriebe und Gäste

Mit der **Digitalisierungsoffensive Ostbayern-Oberösterreich** wurde in den vergangenen drei Jahren ein wichtiger gemeinsamer Impuls für die digitale Weiterentwicklung des Tourismus gesetzt. Ziel des von der Europäischen Union geförderten Interreg-Projekts ist es, die digitalen Kompetenzen und die Sichtbarkeit touristischer Leistungsträger zu stärken, die Online-Buchbarkeit zu erhöhen und touristische Angebote grenzüberschreitend besser sichtbar und auffindbar zu machen. Insgesamt wurden im Projektzeitraum **rund 1.000 touristische Leistungsträger** durch individuelle Beratung und Begleitung unterstützt – vom regionalen

Tourismusverband über Hotels und Erlebnisangebote bis hin zu kleinen, privaten Beherbergungsbetrieben. Mit **Freed**a ist zudem von den Projektpartnern eine neue „digitale Reisebegleiterin“ entwickelt worden, die Gäste vor und während ihres Aufenthalts in der Region ganz gezielt mit passenden Informationen und Inspirationen unterstützt.

„Digitalisierung ist kein Selbstzweck, sondern ein entscheidender Faktor für die Wettbewerbsfähigkeit unserer Tourismusbetriebe und für ein zeitgemäßes Gästeservice. Die Digitalisierungsoffensive setzt daher ganz konkret bei den Betrieben an und unterstützt sie dabei, ihre Angebote digital professionell zu präsentieren, besser auffindbar und online buchbar zu machen. Davon profitieren am Ende nicht nur die Unternehmen, sondern unmittelbar auch unsere Gäste. Und letztlich stärkt es die Wettbewerbsfähigkeit der teilnehmenden Partnerregionen und ganz Oberösterreichs als Tourismusstandort“, so Achleitner.

„Smart, Digital, Innovativ“: Digitalisierung strategisch fest verankert

Die Digitalisierung ist schließlich auch in der oberösterreichischen **Landes-Tourismusstrategie 2030** fest verankert. „Smart, Digital und Innovativ“ ist dabei ein übergreifendes Handlungsprinzip für die Weiterentwicklung des Tourismus in Oberösterreich. Ziel ist es, den Innovationsgrad der Tourismus- und Freizeitwirtschaft weiter zu erhöhen, digitale Kompetenzen in den regionalen Tourismusverbänden ebenso wie bei Betrieben und Angebotsträgern zu stärken und vorhandene Daten noch besser nutzbar zu machen.

*„Die Digitalisierungsoffensive ist in dieser Hinsicht ein echtes Vorzeigeprojekt: Wir stärken damit die digitale Kompetenz und Qualität in den Betrieben, verbessern ihre Sichtbarkeit und Buchbarkeit und entwickeln gleichzeitig mit Freed*a *ein neues digitales Service für unsere Gäste. Genau darum geht es in unserer Landes-Tourismusstrategie: neue Technologien und vorhandene Daten intelligent zu nutzen und daraus konkrete Verbesserungen für unsere Tourismuswirtschaft und unsere Gäste zu schaffen“, unterstreicht Landesrat Achleitner.*

**Heinz GRESSENBAUER, Chief Digital Officer Oberösterreich Tourismus,
Michael BRAUN, geschäftsführender Vorstand Tourismusverband Ostbayern:**

Vier Meilensteine zu mehr digitaler Qualität Wie Betriebe und Gäste von der Digitalisierungsoffensive profitieren

Die Digitalisierungsoffensive Ostbayern-Oberösterreich setzt direkt bei den touristischen Betrieben an und reicht gleichzeitig bis zum Gast. Damit spannt die Digitalisierungsoffensive einen Bogen entlang der gesamten „Customer Journey“ – also des Reiseerlebnisses für den Gast. Denn dieses beginnt längst nicht erst am Urlaubsort, sondern lange davor: Bei der Suche der perfekten Destination und der Buchung einer passenden Unterkunft. Und diese findet vorwiegend online statt – zunehmend auch mit Unterstützung von Künstlicher Intelligenz.

Im Mittelpunkt der Digitalisierungsoffensive stehen vier konkrete Meilensteine, die von der Analyse der digitalen Ausgangssituation über die Unterstützung der Betriebe bis hin zu einem neuen digitalen Service für Gäste reichen.

Meilenstein 1: Betriebe unter der digitalen Lupe

Am Beginn stand eine umfassende Bestandsaufnahme, der sogenannte „**Digi-Check**“: Gemeinsam mit dem Institut *CENTOURIS* an der Universität Passau wurde wissenschaftlich analysiert, wie gut touristische Betriebe und Angebotsträger im Internet sichtbar und buchbar sind und wie professionell ihr digitaler Auftritt gestaltet ist. Auf dieser Grundlage wurden gezielt jene Bereiche identifiziert, in denen Verbesserungen möglich und sinnvoll sind.

Meilenstein 2: Individuelle Coachings, gemeinsames Lernen

Darauf aufbauend erhielten rund **1.000 Betriebe in individuellen E-Coachings** konkrete Unterstützung. Gemeinsam mit regionalen Coaches wurde daran gearbeitet, die Online-Sichtbarkeit und Online-Buchbarkeit zu erhöhen und den digitalen Auftritt insgesamt zu verbessern.

„Die individuellen Coachings direkt vor Ort in den Betrieben waren ein zentraler Bestandteil unseres Projekts. So konnten wir insgesamt rund 1.000 Gastgeber und Erlebnisanbieter in Ostbayern und Oberösterreich begleiten und ihnen konkrete Möglichkeiten aufzeigen, wie sie ihre digitale Präsenz verbessern können. Dabei ging es uns nicht um allgemeine Lösungen, sondern darum, jeden Betrieb individuell dort abzuholen, wo er gerade steht“, erklärt Michael Braun, geschäftsführender Vorstand des Tourismusverbands Ostbayern.

„Mit verständlichen und direkt umsetzbaren Empfehlungen konnten wir digitales Wissen vermitteln und konkrete Potenziale für die Betriebe aufzeigen.“

Die persönlichen Coachings werden durch eine **E-Learning-Plattform** ergänzt, die auch weit über den Projektzeitraum hinauswirkt und auf der touristische Betriebe ihr Wissen zu digitalen und touristischen Themen unabhängig von Zeit und Ort vertiefen können. Regelmäßige Informationsveranstaltungen schaffen zudem Raum für Austausch, Vernetzung und die gemeinsame Auseinandersetzung mit aktuellen Entwicklungen.

Meilenstein 3: Qualitätsvoller Content macht Angebote sichtbar

Ein weiterer Schwerpunkt der Digitalisierungsoffensive ist die **professionelle Produktion von Fotos und Videos**. Dabei werden Betriebe und Regionen mit hochwertigem Bild- und Videomaterial unterstützt, das sie für ihre Websites, Buchungsplattformen, Social Media und weitere digitale Kommunikationskanäle nutzen können. Die Inhalte werden dabei auf die jeweiligen Besonderheiten und Themen der Regionen abgestimmt.

„Ein gutes touristisches Angebot muss heute auch digital in guter Qualität erzählt werden. Mit professionellen Bildern und Videos geben wir unseren Betrieben die Möglichkeit, ihre Stärken sichtbar zu machen und Gäste bereits online für einen Aufenthalt zu begeistern. Gleichzeitig profitieren auch unsere Destinationen und Tourismusverbände, weil ihre touristischen Angebote insgesamt hochwertiger und einheitlicher präsentiert werden“, betont **Heinz Gressenbauer**, Chief Digital Officer von Oberösterreich Tourismus.

Meilenstein 4: KI-Reisebegleiterin für besondere Erlebnisse

Ein besonderes Ergebnis der grenzüberschreitenden Zusammenarbeit ist **Freeda, die digitale Reisebegleiterin für Oberösterreich und Ostbayern**. Sie macht aus den umfangreichen touristischen Informationen der Destinationen ein neues, ganz persönliches Service für Gäste.

Die Idee dahinter ist einfach: Ein Urlaub oder Ausflug beginnt heute meist mit einer Suche im Internet – und oft mit vielen geöffneten Websites, dem Vergleich von Öffnungszeiten, Ausflugszielen und Touren. Genau hier setzt **Freeda** an. Statt selbst nach dem passenden Angebot suchen zu müssen, wählt der Gast einfach aus, wann und wo er unterwegs ist und was ihn interessiert. Freeda berücksichtigt dabei unter anderem Standort, Zeitraum, Wetter, Öffnungszeiten und Saison und stellt daraus in wenigen Sekunden persönliche Empfehlungen zusammen. Passende Erlebnisse können gespeichert, auf einer Karte dargestellt oder zu einem Tagesplan zusammengestellt werden.

„Freeda ist ein gutes Beispiel dafür, welchen zusätzlichen Nutzen Digitalisierung für unsere Gäste schaffen kann. Der Gast muss nicht mehr wissen, wonach er konkret suchen soll. Er sagt uns, wann und wo er unterwegs ist und was ihn interessiert – Freeda macht daraus Vorschläge, die genau zu diesem Aufenthalt passen“, erklärt Gressenbauer.

Hochwertige Daten als Basis für intelligente Empfehlungen

Die Grundlage dafür wurde lange vor dem aktuellen KI-Boom geschaffen: Seit 2011 bildet TOURDATA das zentrale Datenfundament des oberösterreichischen Tourismus. Heute stehen dort rund 73.000 Einträge zu Unterkünften, Gastronomie, Sehenswürdigkeiten, Veranstaltungen und weiteren touristischen Erlebnissen zur Verfügung, die laufend gepflegt und aktualisiert werden.

Genau auf dieser Stärke baut Freeda auf. Die Reisebegleiterin greift ausschließlich auf die geprüften und laufend aktualisierten Inhalte der offiziellen touristischen Datenmanagementsysteme **TOURDATA** in Oberösterreich und **mein.toubiz** in Ostbayern zurück. Die KI arbeitet dabei im Hintergrund: Sie ordnet und gewichtet das vorhandene touristische Angebot anhand der Angaben des Gastes und macht daraus individuelle Empfehlungen. So werden bestehende Daten intelligent genutzt und in ein konkretes digitales Gästeservice übersetzt.

Individualität ist Trumpf

Dabei lässt sich Freeda individuell an Regionen, Orte und einzelne Betriebe anpassen. Ein Hotel kann seinen Gästen beispielsweise bereits mit der Reservierungsbestätigung einen direkten Zugang zu passenden Erlebnissen in der Umgebung anbieten, eine Region Freeda in ihren eigenen digitalen Auftritt integrieren. Der Gast erhält dadurch Empfehlungen, die nicht nur zu seinen persönlichen Interessen und seinem Reisezeitraum passen, sondern auch zu dem Ort, an dem er sich gerade befindet.

„Mit Freeda erreichen wir unsere Gäste dort, wo sie sich ohnehin informieren. Ohne zusätzliche App oder Download und ohne dass Betriebe ihre Inhalte ein zweites Mal pflegen müssen. Das ist für mich ein besonders schönes Ergebnis der Zusammenarbeit zwischen Oberösterreich und Ostbayern – weil hier nicht nur Wissen ausgetauscht, sondern gemeinsam etwas entwickelt wurde, das den Gästen unmittelbar zugutekommt“, so Michael Braun, geschäftsführender Vorstand des Tourismusverbands Ostbayern.

Stefan MANG, Geschäftsführer Institut CENTOURIS, Universität Passau:

Der digitale Fortschritt ist messbar

Wissenschaft begleitet das Projekt und macht Erfolge sichtbar

Wie erfolgreich die Digitalisierungsoffensive wirkt, wurde von CENTOURIS, dem Centrum für Marktforschung an der Universität Passau, wissenschaftlich begleitet. Dafür wurde zunächst der digitale Status quo von mehr als 5.300 touristischen Betrieben in Ostbayern und Oberösterreich erhoben. Analysiert wurden unter anderem die digitale Sichtbarkeit, die Qualität und Funktionalität der Webseiten, die Online-Buchbarkeit und die digitale Vernetzung der Betriebe.

„Mit mehr als 5.300 untersuchten Betrieben verfügen wir über eine außergewöhnlich breite Datengrundlage. Sie zeigt nicht nur, wo der Tourismus bei der Digitalisierung steht, sondern vor allem, an welchen Stellschrauben konkrete Unterstützung tatsächlich Wirkung entfalten kann“, erklärt **Stefan Mang**, Geschäftsführer von CENTOURIS.

Besonders wichtig war dabei der Vergleich über die Zeit: In einem zweiten Digitalisierungs-Check wurden jene Betriebe, die an einem Coaching teilgenommen hatten, erneut untersucht und mit einer Gruppe bislang ungecoachter Betriebe verglichen. So konnten allgemeine Entwicklungen berücksichtigt und die Veränderungen bei den gecoachten Betrieben gezielter eingeordnet werden.

Online-Buchbarkeit deutlich verbessert

Die Ergebnisse zeigen konkrete Fortschritte insbesondere bei der Online-Buchbarkeit und der digitalen Kommunikation mit den Gästen. In Oberösterreich stieg etwa der Anteil der Gastgeber mit Echtzeitbuchbarkeit über die eigene Website um 19 Prozentpunkte auf 43 Prozent. Auch die Einbindung von Social Media und die Information über Nachhaltigkeitsaspekte entwickelten sich deutlich positiv. Bei den ostbayerischen Gastgebern zeigten sich ebenfalls starke Zuwächse bei buchungsrelevanten Funktionen.

„Die Ergebnisse zeigen, dass persönliche Begleitung einen Unterschied macht. Viele Betriebe waren bereits digital gut aufgestellt – durch die Coachings konnten sie vor allem bei der Kommunikation mit ihren Gästen und bei der Online-Buchbarkeit weitere Schritte machen. Gleichzeitig sehen wir, dass Digitalisierung für unterschiedliche Betriebe ganz unterschiedliche Wege und Lösungen braucht“, so Mang.

Gerade diese unterschiedlichen Ausgangssituationen seien eine zentrale Erkenntnis des Projekts. Neben größeren, digital gut aufgestellten Betrieben gibt es viele kleine Gastgeber und Erlebnisanbieter mit anderen Voraussetzungen und Zielen. Deshalb wurden die Unterstützungsangebote bewusst auf unterschiedliche Niveaus ausgerichtet. *„Unser Ziel war nicht, alle Betriebe über einen Kamm zu scheren. Entscheidend ist, wo ein Betrieb steht und welche nächsten Schritte für ihn tatsächlich sinnvoll sind. Die Daten helfen dabei, genau diese Ansatzpunkte sichtbar zu machen“*, betont Mang.

Damit liefert das Projekt nicht nur eine Momentaufnahme, sondern eine belastbare Grundlage für die weitere digitale Entwicklung des Tourismus in der grenzüberschreitenden Projektregion. Der gemeinsame Digitalisierungsmonitor macht Unterschiede und Entwicklungspotenziale sichtbar und zeigt, wo auch künftig gezielte Unterstützung ansetzen kann.

ANHANG:

Zahlen, Daten & Fakten zum Projekt



Kofinanziert von der Europäischen Union

Digitalisierungsoffensive Ostbayern–Oberösterreich



ANHANG:

Zitate aus den Regionen

Petra Riffert, Geschäftsführerin TVB Donauregion Oberösterreich:

„Als Tourismusverband Donauregion Oberösterreich war es uns ein besonderes Anliegen, unsere Betriebe im Rahmen des INTERREG-Projekts „Digitalisierungsoffensive Ostbayern-Oberösterreich“ ganz gezielt auf ihrem Weg in die digitale Zukunft zu unterstützen. Durch die persönlichen Einzel-Coachings konnten wir individuell auf die Bedürfnisse jedes Betriebs eingehen und deren digitale Kompetenzen und Sichtbarkeit nachhaltig stärken. Gleichzeitig haben wir für unsere Betriebe professionellen digitalen Content erstellt, der ihre Angebote wirkungsvoll in Szene setzt und ihre Wettbewerbsfähigkeit spürbar stärkt. Durch die Digitalisierungsoffensive konnten wir als Tourismusverband wertvolles Know-how direkt in unsere Betriebe tragen, sie für die digitalen Herausforderungen zukunftsfit machen und unsere Region nachhaltig für den digitalen Wandel stärken.

Bedanken möchten wir uns bei allen Partner:innen aus Oberösterreich und Ostbayern für die gute Zusammenarbeit, die dieses Projekt zu einem echten Erfolg gemacht haben.“

Philipp Haas, Geschäftsführer TVB Quellenviertel

„Als Tourismusverband gehen wir bei der Digitalisierung bewusst voran, um unseren Betrieben echte und spürbare Vorteile am Markt zu verschaffen. Mit Freeda bieten wir ihnen eine Lösung, die ihre Angebote zur richtigen Zeit bei den passenden Gästen sichtbar macht. Für unsere Gäste bedeutet das eine einfachere Planung ihres Urlaubs.

Unser Ziel ist es, die Möglichkeiten der Digitalisierung für unsere Region zu nutzen und das gewonnene Know-how direkt an unsere Betriebe weiterzugeben. Besonders freut uns, dass dieses Projekt gemeinsam mit Partnern aus Oberösterreich und Ostbayern entstanden ist. So lernen wir voneinander und können unseren Gästen über Ländergrenzen hinweg ein noch besser abgestimmtes digitales Erlebnis bieten.“

Markus Obermüller, Geschäftsführer TVB Mühlviertel:

„Mit Freeda schaffen wir für unsere Gäste einen zeitgemäßen, digitalen Zugang zum gesamten Mühlviertel. Dabei ersetzt Freeda keinesfalls die persönliche Gastfreundschaft – sie ergänzt sie sinnvoll und begleitet unsere Gäste vor, während und auch nach ihrem Aufenthalt. Gleichzeitig stärken wir die digitale Sichtbarkeit unserer Betriebe und regionalen Angebote. Entscheidend für den Erfolg sind daher aktuelle und qualitativ hochwertige Daten sowie das gemeinsame Engagement unserer touristischen Partner. Freeda ist für uns weit mehr als ein digitales Service: Sie ist ein wichtiger Baustein für eine vernetzte, innovative und zukunftsfähige Destination Mühlviertel.“