

INFORMATION

zur Pressekonferenz mit

Mag. Thomas STELZER
Landeshauptmann

Markus ACHLEITNER
Wirtschafts- und Tourismus-Landesrat

Mag. Andreas WINKELHOFER
Geschäftsführer Oberösterreich Tourismus

am 29. September 2023

zum Thema

ALLE ALLE! KULTUR

**Oberösterreichs Tourismus nimmt mit Filmpremiere und
Kampagnenstart Kurs auf das Super-Kulturjahr 2024**

www.kultururlaub.at

ALLE
ALLE!
KULTUR

Impressum

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

Tel.: (+43 732) 77 20-11412
Fax: (+43 732) 77 20-21 15 88
landeskorrespondenz@ooe.gv.at
www.land-oberoesterreich.gv.at

Rückfragen-Kontakt:

Günther Waldhäusl, Presse LH Stelzer, Tel. 0732/7720-12152, 0664/6007212152

Michael Herb, MSc, Presse LR Achleitner, Tel. 0664/6007215103

Johanna Grabmer, MA, OÖ Tourismus, Tel. 0732/7277-123, 0664/8572957

ALLE ALLE! KULTUR

Tourismus startet ins Super-Kulturjahr 2024

Drei Monate vor dem Auftakt des Super-Kulturjahres 2024 startet Oberösterreich Tourismus zum ersten Mal in seiner Geschichte einen ausschließlich kultur-touristischen Kommunikationsschwerpunkt. Eine Allianz aus Tourismus und Kulturinstitutionen tritt gemeinsam an, das heimische Kulturangebot ins Rampenlicht zu rücken. Mit der Schubkraft der internationalen Aufmerksamkeit für die Kulturhighlights des kommenden Jahres soll sich Oberösterreich langfristig als Kultur-Reiseziel etablieren. „ALLE ALLE! KULTUR – LAUT. ECHT. VERBINDEND“ ist die Botschaft, mit der die bunte Vielfalt der Kultur in Oberösterreich auf den Punkt gebracht wird – eindrucksvoll visualisiert in einem zweieinhalb Minuten langen Kampagnen-Video.

Einzelne Menschen mögen Kunstwerke hervorbringen, Kultur entsteht immer zusammen. Wer aber prägt die Kultur eines Landes, das so reich an Musiker:innen und Kunsthandwerker:innen, Literat:innen und Komponist:innen, Schauspieler:innen und Medienkünstler:innen ist wie Oberösterreich? Auf diese Frage kann es kurz vor dem Super-Kulturjahr 2024 nur eine Antwort geben: Wir alle!

„Alle Menschen machen die Kultur Oberösterreichs aus, sie sind immer und überall willkommen mitzumachen, sich Gehör zu verschaffen und ihrem Innersten Ausdruck zu verleihen. Egal ob aktiv oder passiv, alle finden im vielfältigen Kulturangebot etwas für sich. ALLE ALLE! KULTUR ist die Kernbotschaft der neuen Kampagne, die stilistisch und inhaltlich einen völlig neuen Zugang zur kultur-touristischen Kommunikation wählt und damit Aufmerksamkeit für Oberösterreich als Kultur-Destination schafft“, bringen es **Landeshauptmann Mag. Thomas Stelzer** und **Wirtschafts- und Tourismus-Landesrat Markus Achleitner** auf den Punkt.

22 Kulturbotschafter:innen – ein Film

Im Mittelpunkt der Kampagne steht ein [Video-Clip](#), der in knapp zweieinhalb Minuten die Vielfalt des Kulturangebots in Oberösterreich präzise auf den Punkt bringt. Dabei tritt eine ganze Reihe von Kulturschaffenden, Musiker:innen, Künstler:innen und Vereinen auf, die das kulturelle Leben des Landes maßgeblich mitgestalten. Der

„Turbo Folk“ und TikTok-Star Fazlija ist ebenso zu sehen wie Eva Moser von den Pramtaler Plattlermädl, die St. Florianer Sängerknaben, der Schauspieler Philipp Hochmair, die Sängerin Ina Regen, die Band folkshilfe, das Bruckner Orchester Linz, die Goldhauben oder der Karikaturist Gerhard Haderer.

Insgesamt sind in dem Clip, der im Frühjahr und Sommer 2023 an zehn Drehtagen an 22 Locations gedreht wurde, 22 Kulturbotschafter:innen zu sehen. Aus vier Terabyte Daten und rund 180 gedrehten Minuten entstanden neben dem Hauptfilm mehr als 50 verschiedene Video- und Social Media-Formate, die im Zuge der Kultur-Kampagne 2024 zum Einsatz kommen.

*„Die Protagonistinnen und Protagonisten des Clips zeigen Oberösterreich als verbindenden Ort der Kulturbeggnung. Sie stehen für das Kulturland Oberösterreich, das so viele großartige Künstlerinnen und Künstler hervorgebracht hat und das immer wieder Maßstäbe setzt. Hier konnte sich Anton Bruckner zu einem der größten Komponisten aller Zeiten entfalten. Von hier aus trägt Marcus Füreder als Parov Stelar den Elektrowing um die Welt. Hier richtet die Landeshauptstadt Linz mit dem Ars-Electronica-Festival das international bedeutendste Medienkunst-Festival aus. Und mit Bad Ischl Salzkammergut geht der Titel einer Kulturhauptstadt Europas schon zum zweiten Mal nach Oberösterreich. ALLE ALLE! KULTUR belegt eindrucksvoll unseren breiten Kulturbegriff, der das Bruckner Orchester genauso umfasst wie 19.000 Musikerinnen und Musiker, die am Woodstock der Blasmusik gemeinsam aufspielen“, präzisiert **Landeshauptmann Stelzer**.*

Das Super-Kulturjahr 2024:

Bruckner, Kulturhauptstadt und Heiliger Wolfgang

Mit „Anton Bruckner 2024“ und „Bad Ischl Salzkammergut Kulturhauptstadt Europas 2024“ stehen im kommenden Jahr zwei kulturelle Leuchttürme auf dem Programm, die großes Echo sowohl im In- als auch im Ausland erzeugen werden. Doch es sind viele weitere Jubiläen, die dieses Jahr insgesamt zum Super-Kulturjahr wachsen lassen. So begeht der Wolfgangsee den 1.100. Geburtstag seines „Namenspatrons“. Gleichzeitig feiert der Mariendom, Wahrzeichen der Landeshauptstadt Linz, sein 100-jähriges Bestehen. Seit 50 Jahren bereichert das Brucknerhaus das kulturelle Leben der Landeshauptstadt und seit 40 Jahren der Posthof.

Auch abseits der besonderen Ereignisse im kommenden Jahr ist Oberösterreichs Kulturangebot bunter denn je. Von den vielen Musik- und Theaterbühnen des Landes über zeitgenössische Kunst, Medienkunst und Film, Architektur, Technik und Industriekultur, Handwerk und Design bis hin zum UNESCO Welterbe. Die zahllosen Festivals und Events, die überall im Land ihr Publikum begeistern, sind genauso Ausdruck einer aktiven Kulturszene wie die vielen Bräuche, die landauf landab und das ganze Jahr hindurch gelebt werden.

Wachstumsmarkt Kulturtourismus

Dieses Angebot trifft auf eine weltweit wachsende Nachfrage im Kulturtourismus. Speziell für Oberösterreichs Urlaubsgäste spielt die Kultur eine wichtige Rolle bei der Urlaubsentscheidung: Laut Gästebefragung Tourismus Monitor Austria (2022) sind für 21 Prozent der Gäste Sehenswürdigkeiten und Kulturangebot ein wichtiges Motiv für die Urlaubsentscheidung. Ein Wert, der nicht nur weit über dem österreichischen Schnitt von 13 Prozent liegt, sondern der seit 2019 noch einmal um zwei Prozent zulegen konnte. Für 13 Prozent der Urlauber:innen sind Kunst, Kultur, Traditionen tatsächlich der entscheidende Faktor bei der Wahl des Reiseziels.

„Kultur zu genießen und kulturelle Angebote in all ihren verschiedenen Ausprägungen zu konsumieren ist ein menschliches Grundbedürfnis. Kultur erlebbar zu machen und in zeitgemäße Angebote zu übersetzen ist folglich eine Kernkompetenz der Tourismus- und Freizeitwirtschaft. Das Kulturjahr 2024 mit seinen Großereignissen ist eine einmalige Chance, in diesem weltweit wachsenden Markt das kultur-touristische Angebot Oberösterreichs international sichtbar zu machen, zu positionieren und damit langfristig neue Gäste und Zielgruppen zu erschließen“, ist **Landesrat Achleitner** überzeugt.

Laut. Echt. Verbindend.

Die kultur-touristische Positionierung

Der umfassende Kulturbegriff ALLE ALLE! KULTUR wird in der kultur-touristischen Positionierung Oberösterreichs durch den Zusatz „LAUT. ECHT. VERBINDEND.“ präzisiert. Dabei steht LAUT für Oberösterreich als selbstbewussten Nährboden, der viele großartige Künstler:innen hervorbringt und der auch international selbstbewusst, eben laut, auftreten kann. ECHT ist Oberösterreich als ungeschminktes Kulturlabor, in dem Traditionen ebenso viel zählen, wie Innovation und Zukunftsgeist. VERBINDEND ist Oberösterreich schließlich in seinen offenen, bereichernden

Kulturbegegnungszonen, wo Kulturschaffende und Kulturgenießende im ständigen Austausch stehen.

„Der heutige Auftakt der Kampagne ‚ALLE ALLE! KULTUR‘ ist ein wichtiger Meilenstein auf dem Countdown ins Kulturjahr 2024. Bereits im März haben wir auf der weltgrößten Tourismusmesse ITB in Berlin die Aufmerksamkeit der Fachwelt geweckt. Jetzt ist es Zeit, an die breite Öffentlichkeit zu gehen, neue Gästesichten anzusprechen und zu mobilisieren. Dafür haben wir ein Netzwerk geknüpft, das die Kräfte von Tourismus und Kultur-Institutionen bündelt. Gemeinsam wollen wir Anton Bruckner 2024 und die Kulturhauptstadt Europas Bad Ischl Salzkammergut als Initialzündung nutzen, die dem Kulturtourismus in Oberösterreich über 2024 hinaus Schub verleiht. Unser Ziel ist klar: wir wollen das Kulturerlebnis als eigenständiges Reise- und Buchungsmotiv für Urlaub in Oberösterreich weiter ausbauen und die touristische Wertschöpfung steigern“, ist **Mag. Andreas Winkelhofer, Geschäftsführer des Oberösterreich Tourismus** optimistisch.

Kräfte bündeln, Aufmerksamkeit schaffen

Enge Kooperation von Kultur und Tourismus

Der kultur-touristische Kommunikationsschwerpunkt, der in einer ersten Kampagnen-Phase bis in den Sommer 2024 hinein ausgespielt wird, fußt auf der engen Zusammenarbeit von Partner-Organisationen verschiedenster Bereiche. Neben Anton Bruckner 2024, Bad Ischl Salzkammergut Kulturhauptstadt Europas 2024, der OÖ Landes-Kultur GmbH, der OÖ Theater und Orchester GmbH, der Linzer Veranstaltungsgesellschaft (LIVA), weiteren Kultureinrichtungen und -veranstaltern in ganz Oberösterreich sowie Wirtschaftspartnern sind vor allem die Tourismusverbände. Sie verknüpfen die kulturellen Schwerpunkte ihrer Regionen mit touristischen Erlebnissen.

Die Kulturkampagne 2024 fokussiert auf die touristischen Kernmärkte Österreich und Deutschland, die Tschechische Republik und seit 2022 auch die Niederlande. Speziell für das Thema Kultur sind allerdings auch die großen europäischen Märkte wie Italien und Spanien sowie die Fernmärkte China, USA und Korea relevant. In einer ausgezeichneten Kooperation mit der Österreich Werbung werden deshalb über das Jahr 2024 hinaus auf den internationalen Märkten umfassende Kommunikationsmaßnahmen umgesetzt, um die Kampagne in den weltweiten Märkten zu verbreiten.

Dafür setzt ALLE ALLE! KULTUR auf einen Mix an weitreichenden Maßnahmen. Neben großen Magazin-Kooperationen mit einer Gesamtauflage von mehr als einer Million Exemplaren im deutschsprachigen Raum liegt der Schwerpunkt vor allem auf Online- und Videomarketing. Mit der Website kultururlaub.at wurde ein Content-Hub entwickelt, wo alle relevanten Infos zum Thema Kultur und Urlaub zusammenlaufen. Zudem ist das Thema Kultur einer der drei Kommunikationspfeiler der Bundesländer übergreifenden Kampagne „Salzkammergut verbindet“ der Landes-Tourismusorganisationen SalzburgerLand, Steiermark und Oberösterreich.

myKulTour: mit wenigen Klicks zur individuellen Kultur-Reise

Ein neuer Online-Service gestaltet für alle, die Oberösterreichs Kultur entdecken und genießen möchten, maßgeschneiderte Kultur-Touren. Egal ob mehrtägige Aufenthalte oder Tagesausflug, erstmals ist das vielfältige Angebot Oberösterreichs digital und kompakt dargestellt, individuell plan- und buchbar.



Aus dem großen oberösterreichischen Kulturangebot mit Veranstaltungen, Sehenswürdigkeiten und Kulturwanderungen stellt der digitale Planer „[myKulTour](#)“ die persönliche Kultur-Reise nach individuellen Vorlieben zusammen. Aktuell können mit der Datenbasis von Oberösterreich Tourismus so derzeit rund 10 Milliarden Erlebnispläne generiert werden.

Mit einfachen und intuitiv zu beantwortenden Fragen geben die User:innen ihre Interessen und Bedürfnisse an. Mit Unterstützung von künstlicher Intelligenz wird aus diesen Informationen und verschiedenen Quellen automatisiert ein

maßgeschneiderter Reisevorschlag erstellt, wahlweise für einen längeren Aufenthalt oder einen Tag. Fixer Bestandteil ist dabei eine detaillierte Routenplanung und auch die Buchungsmöglichkeit von Tickets oder der Übernachtung. Somit werden sowohl Planung als auch die Buchung in einem Tool ermöglicht.

Der digitale Kultur-Erlebnisplaner „myKulTour“ wurde als webbasierte Applikation entwickelt und steht auch in englischer Sprache und damit für internationale Gäste zur Verfügung. Wer dennoch auf eine Empfehlung setzt, kann in redaktionell aufbereiteten Kultur-Bucketlists stöbern und sich inspirieren lassen: von einem Tag auf den Spuren von Anton Bruckner über einen Besuch im kaiserlichen Bad Ischl bis zum Kurzurlaub Linz.

„Augmented Reality“ in der Kulturhauptstadt

Pilotprojekt der Österreich Werbung

Eine weitere digitale Innovation geht im Mai 2024 an den Start. Dann launcht die Österreich Werbung gemeinsam mit dem Tourismusverband Bad Ischl eine App-Lösung, die mithilfe von Augmented Reality (AR) die vielfältige Geschichte von Bad Ischl erlebbar macht. Die App kombiniert Informationen über den Ort mit Navigationsmöglichkeiten und wird drei historisch bedeutende Gebäude, darunter die Pfarrkirche, in den Fokus stellen. Das Hauptziel dieses Projekts ist die Schaffung eines kostenlosen Kulturerlebnisses, ohne dabei in das Landschaftsbild einzugreifen. Mit der App soll auch gezielt eine jüngere Zielgruppe für die örtliche Kultur begeistert werden. Das Projekt wird gemeinsam mit der FH Salzburg wissenschaftlich begleitet, um das Potenzial von AR im Tourismus zu untersuchen, die Technologieakzeptanz der Gäste zu erforschen und das Verhalten der Konsument:innen zu analysieren.

Anreise zur Kulturhauptstadt

Micro-Öffis für das Salzkammergut

Um zusätzliche Angebote für die Anreise von Gästen im Kulturhauptstadtjahr 2024 und darüber hinaus zu schaffen, wird der öffentliche Verkehr im Salzkammergut mit neuen Projekten ausgebaut. So sollen bedarfsorientierte Verkehrsdienstleistungen helfen, Verkehrsspitzen im Rahmen von Veranstaltungen abzufedern. Parallel dazu werden Micro-Öffentliche-Verkehrsmittel wie beispielsweise das „Salzkammergut Shuttle“ eingeführt. In den letzten Jahren hat die Anzahl der Gäste, die mit öffentlichen Verkehrsmitteln in die Region anreisen, stetig zugenommen. Um den Verzicht auf private Pkws zu erleichtern, ist ein nahtloser Zugang zu Ausflugszielen und

touristischen Angeboten notwendig. Das Traunstein Taxi wird diese Lücke schließen und nicht nur Gäste, sondern auch die lokale Bevölkerung auf der „letzten Meile“ hin zur Zieladresse unterstützen. Darüber hinaus ist eine Website in Planung, die alle wichtigen Informationen zur Mobilität im Salzkammergut, einschließlich Anreiseinformationen und Ticketing, bereitstellt.