



I N F O R M A T I O N

zur Pressekonferenz mit

Markus ACHLEITNER

Wirtschafts- und Tourismus-Landesrat

Mag. Andreas WINKELHOFER

Geschäftsführer Oberösterreich Tourismus

am 11. Mai 2021 zum Thema

Oberösterreich startet Comeback mit „Powerprogramm Tourismus“

www.markus-achleitner.at; www.oberoesterreich.at

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:

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

Elisabeth Kierner, MSc, OÖ Tourismus, Tel. 0732/7277-123, 0664/3030444



Wirtschafts- und Tourismus-Landesrat Markus Achleitner: OÖ startet Comeback mit „Powerprogramm Tourismus“

- **Ende April Start der konkreten Vorbereitungen für Tourismus-Restart in OÖ – unter anderem mit „myVisitApp“ zur Gästeregistrierung.**
- **Seit gestern sind Rahmenbedingungen für Öffnungen am 19. Mai fix - mit „Getestet, Genesen oder Geimpft“**
- **Heute startet Oberösterreich Comeback mit einem „Powerprogramm Tourismus“ mit 5 konkreten Punkten:**
 - 1) Restart-Kampagne:** Marketingbudget von Oberösterreich Tourismus und der 19 öö. Tourismusverbänden von 2,4 Mio. Euro wird vom Land OÖ verdoppelt >> insgesamt knapp **5 Mio. Euro für die Marktbearbeitung in Österreich, Deutschland und Tschechien.**
 - 2) Finanzieller Spielraum für die Tourismusverbände durch** vom Land OÖ abgesicherte **Vorfinanzierung der erst im November fälligen Tourismusbeiträge** über Kredite >> damit sie jetzt beim Restart investieren können:
 - Kreditrahmen in Höhe der Tourismusbeiträge 2019 (= **9,7 Mio. Euro**)
 - Bearbeitungsgebühr und Zinsendienst übernimmt Land OÖ
 - Rückzahlung durch Tourismusverbände mit Tourismusbeiträgen 2021
 - 3) Zusatzbudget von 1 Mio. Euro für Sonderprojekte** der Tourismusverbände in den Bereichen Kulinarik und Natur.
 - 4) Zusätzlich zur Investitionsprämie des Bundes steht Gastronomiebetrieben für Investitionen das Nahversorgungsprogramm des Landes OÖ** in Höhe von **3 Mio. Euro** zur Verfügung >> Erhöhung des maximalen Förderbetrages von 30.000 auf 45.000 Euro.
 - 5) Tourismus-Fachkräfte-Programm:**
 - JOB-RESTART-Programm für Langzeitarbeitslose, bei dem für die Betriebe für ein Jahr nur zehn Monate lang ein Drittel der Lohnkosten anfällt.
 - Großzügige Qualifizierungsförderungen vom AMS, etwa für einen Kellner, der einen Sommelier-Kurs oder einen Sprachkurs absolviert.
 - Jobbörse des Jugendservice des Landes OÖ für Praktikumsplätze, auch für den Tourismus.

Wirtschafts- und Tourismus-Landesrat Markus ACHLEITNER:
**Oberösterreich startet Comeback
mit „Powerprogramm Tourismus“**

„Mit 19. Mai endet der Lockdown auch für die Tourismuswirtschaft und die Betriebe, ihre Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter, aber auch die Gäste haben endlich wieder eine Perspektive. Bereits Ende April - nach Bekanntgabe des Öffnungsdatums – haben die Vorbereitungen für den Tourismus-Restart in Oberösterreich begonnen, unter anderem mit der Finalisierung von „myVisitApp“, einem webbasierten App-Systems mit QR-Code zur Gästeregistrierung, das den Betrieben kostenlos zur Verfügung gestellt wird. Seit gestern liegen auch die Rahmenbedingungen für die Öffnungen vor - mit ‚Getestet, Genesen oder Geimpft‘ als Grundvoraussetzung. Und heute geht das Comeback in OÖ mit einem ‚Powerprogramm Tourismus‘, das 5 Punkte umfasst, in die konkrete Umsetzung“, erklärt Wirtschafts- und Tourismus-Landesrat Markus Achleitner.

Das „Powerprogramm Tourismus“ für Oberösterreich im Überblick:

- 1. Restart-Kampagne:** Vom Oberösterreich Tourismus und den 19 oö. Tourismusverbänden sind 2,4 Mio. Euro Marketingbudget vorgesehen. Das Land OÖ verdoppelt diese Summe, sodass insgesamt knapp **5 Mio. Euro für die Marktbearbeitung in Österreich, Deutschland und Tschechien** zur Verfügung stehen.
- 2. Finanzieller Spielraum für die Tourismusverbände durch** vom Land OÖ abgesicherte **Vorfinanzierung der erst im November fälligen Tourismusbeiträge** über Kredite >> damit sie jetzt beim Restart investieren können:
 - Kreditrahmen für die Tourismusverbände in Höhe der Tourismusbeiträge 2019 (= **9,7 Mio. Euro**).
 - Bearbeitungsgebühr und Zinsendienst übernimmt das Land OÖ.
 - Rückzahlung durch die Tourismusverbände mit Tourismusbeiträgen 2021.
- 3. Zusatzbudget von 1 Mio. Euro für Sonderprojekte** der Tourismusverbände in den Bereichen Kulinarik und Natur.

4. Zusätzlich zur Investitionsprämie des Bundes steht für **Gastronomiebetriebe für Investitionen** das **Nahversorgungsprogramm des Landes OÖ** in Höhe von **3 Mio. Euro** zur Verfügung >> Erhöhung des maximalen Förderbetrages von 30.000 auf 45.000 Euro für größere Investitionen, durch eine Anhebung der maximalen förderbaren Kosten.
5. **Tourismus-Fachkräfte-Programm:** Die Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter sind die Seele des Tourismus. Daher gibt es umfangreiche Maßnahmen, um einerseits die Menschen aus der Tourismusbranche, die aufgrund Corona arbeitslos geworden sind, wieder in Beschäftigung zu bringen, und andererseits den Betrieben qualifizierte Fachkräfte zur Verfügung stellen zu können. Einige Beispiele dazu:
 - JOB-RESTART-Programm für Langzeitarbeitslose, bei dem für die Betriebe für ein Jahr nur zehn Monate lang ein Drittel der Lohnkosten anfällt.
 - Großzügige Qualifizierungsförderungen vom AMS, etwa für einen Kellner, der einen Sommelier-Kurs oder einen Sprachkurs absolviert.
 - Jobbörse des Jugendservice des Landes OÖ für Praktikumsplätze, auch für den Tourismus.

Interesse an einem Urlaub in Oberösterreich ist groß:

„Seit Bekanntgabe der Öffnungsschritte für den Tourismus, Kultur, Sport und Freizeitbetriebe ab 19. Mai ist das Interesse an Urlaub in Oberösterreich deutlich gestiegen. Die Anfragen- und Buchungslage stimmt bereits zuversichtlich“, erklärt Landesrat Achleitner:

- Die Anfragen- und Buchungssituation gestaltet sich nach Bekanntgabe der Öffnung am 19. Mai in den Tourismusverbänden durchaus unterschiedlich, aber grundsätzlich positiv: Vor allem touristischen Hotspots wie St. Wolfgang, Mühlviertler Alm Freistadt, Pyhrn-Priel, Vitalwelt Bad Schallerbach, Entdeckerviertel, Mühlviertler Hochland oder die Donauregion OÖ berichten von einem sprunghaften Anstieg der Nachfrage.
- Insgesamt sind die Gäste bezüglich der Fixbuchungen für den Sommer nach wie vor abwartend. Es gibt laufend Anfragen, gebucht wird aber immer noch kurzfristig. Durch den Lockdown bedingte Stornierungen konnten aufgrund

eines hohen Stammgästeanteils teilweise zu einer Umbuchung/Verschiebung in die Vor- oder Hauptsaison umgewandelt werden.

- Die derzeitigen Anfragen und Buchungen langen vorrangig aus (Ober-)Österreich und vereinzelt auch aus Deutschland ein. Tschechische Gäste zeigen sich momentan noch verhalten.
- Besonders nachgefragt sind neben sportlichen Aktivitäten in der Natur wie beispielsweise Wanderungen, Radfahren oder Klettern (Bergsteigen), auch Wellness- und Gesundheitsangebote sowie Angebote die „Urlaub mit Abstand“ (weg vom Massentourismus) bieten.
- Gäste erkundigen sich vereinzelt nach Sicherheits- und Hygienemaßnahmen, eine überaus wichtigere Rolle spielen für sie aber Informationen zu Testmöglichkeiten (z.B. für Lokalbesuche), zum Ablauf der Tests vor Ort, sowie allgemeine Fragen zum Test-/Impfnachweis und zu den aktuellen Stornobedingungen.

„Grundsätzlich ist die Stimmung bei den Betrieben gut, man freut sich wieder öffnen zu können“, so Landesrat Achleitner.

Die Menschen sitzen auf gepackten Koffern und wollen heuer reisen

„Fakt ist: Die Menschen sitzen auf gepackten Koffern und wollen heuer reisen. Und gerade Oberösterreich dürfte davon profitieren. Das zeigt eine aktuelle Studie im Auftrag der Österreich Werbung und der Landestourismusorganisationen“, betont Landesrat Achleitner:

- 79% der Österreicher/innen werden im Sommer 2021 sicher oder wahrscheinlich verreisen. Angesichts der anstehenden Öffnungen in ganz Europa ist beeindruckend, dass 54% der österreichischen Urlaubsplaner ihren Urlaub in Österreich verbringen wollen, das sind rund 2,8 Mio. Personen.
- Der Großteil der Österreicher wird den Urlaub im Juli und August verbringen.
- Urlaub im Inland stand bei der Hälfte der Österreicher/innen immer schon hoch im Kurs. Corona hat dies weiter verstärkt: Jeder Dritte zeigt nun mehr Interesse für Österreich als vor der Krise. Jene Österreicherinnen und Österreicher, die eine Reise planen und u.a. das Inland auf der Reiseliste für den

Sommer 2021 haben, planen vor allem Erholungsreisen, Wanderurlaube, Natururlaube, Badeurlaube am See/Fluss, Urlaub in den Bergen und Wellnessurlaub.

- Auch in Deutschland und Tschechien ist der Wunsch nach Österreich zu reisen, enorm hoch. 71% der Deutschen werden im Sommer 2021 sicher oder wahrscheinlich verreisen.

„Davon kann insbesondere OÖ profitieren, denn gerade die Sommersaison 2020 hat gezeigt, dass viele inländische Gäste den Urlaub in OÖ besonders schätzen. Und Gäste aus Deutschland stellen traditionellerweise den Hauptanteil der Urlauber aus dem Ausland“, so LR Achleitner. Natürlich sind die Entwicklungen rund um die Grenzöffnungen und den EU-weiten grünen Pass entscheidend.

Comeback-Kampagne „Wenn aus Vorfreude echte Freude wird“

Nach virtuellen Reisen und Videokonferenzen ist die Sehnsucht nach persönlichen Begegnungen, nach echten Erlebnissen groß. Genau diese Sehnsucht wird in der Comeback-Kampagne „Wenn aus Vorfreude echte Freude wird“ angesprochen. In den kommenden Wochen starten auf unterschiedliche Zielgruppen thematisch ausgerichtete Kampagnen rund um die vielfältigen Naturerlebnisse und Outdoor-Aktivitäten, die Gesundheitsangebote, das Kultur- oder Radmarketing ebenso wie eine Informationskampagne zu den Ausflugszielen, um so zur Besucherlenkung beizutragen. *„Oberösterreich hat so viele unentdeckte Plätze und kann immer wieder überraschen. Da gibt es selbst für Kenner viel Neues zu entdecken und zu erleben“,* betont Landesrat Achleitner. Vor allem soll auch die Kulinarik stärker in den Fokus gerückt werden: *„Denn, egal ob nach der ausgedehnten Wanderung, einer gemütlichen Radtour oder dem Besuch eines Konzertes – der Genuss von regionaltypischen Köstlichkeiten gehört zum echten Urlaubserlebnis“,* so Landesrat Achleitner.

Österreichs Hoteliervereinigung tagt in Linz

Auch mit dem Kongress 2021 der Österreichischen Hoteliervereinigung (ÖHV) wird ein starkes Signal für die Branche gesetzt. Das Land OÖ unterstützt die Fachtagung, die von 6. bis 8. Juni im Design Center Linz stattfindet und eine der

ersten großen Präsenzveranstaltungen nach dem Lockdown ist. Unter dem Kongress-Motto „Alles bleibt anders“ wird sich alles um Erfolgsgeschichten trotz und nach Corona drehen.

**Mag. Andreas WINKELHOFER, GF Oberösterreich Tourismus:
Urlaub in Oberösterreich. Erlebenswert echt.**

Corona hat unser Reiseverhalten grundlegend verändert. Im Urlaub geht es den Menschen mehr denn je um eine Auszeit vom Alltag, um Qualitätszeit mit der Familie und Freunden. Besonders gefragt sind aktuell (ländliche) Regionen und Unterkunftsmöglichkeiten, die viel Freiraum ermöglichen. Auch Fragen zu Sicherheits- und Hygienemaßnahmen werden aktuell sehr häufig gestellt. Zudem punkten Betriebe heuer besonders, wenn sie kulante Stornobedingungen anbieten.

Zum Comeback des Tourismus wurde das Marketing vorerst am Heimmarkt Österreich wieder hochgefahren. Neben den Wienern, Niederösterreichern und Oberösterreichern sollen auch weitere Bundesländer mobilisiert werden, um in diesem Sommer Oberösterreich kennenzulernen. *„Wir bündeln die Kräfte in und für Oberösterreich, denn gemeinsam mit den Tourismusverbänden und Betrieben können wir mehr erreichen“*, sagt Andreas Winkelhofer, Geschäftsführer des Oberösterreich Tourismus. Um Doppelgleisigkeiten zu vermeiden, sind diese Maßnahmen auch eng mit der Österreich Werbung und den Landes-Tourismusorganisationen abgestimmt.

Ab Mitte Mai wird auch die Marktbearbeitung auf den wichtigsten Auslandsmärkten Deutschland und Tschechien wieder ausgeweitet. Für die Marktbearbeitung in Tschechien wurde eine eigene Marktgruppe gegründet: Die Tourismusverbände Linz, Steyr und die Nationalpark Region, die Urlaubsregion Vitalwelt Bad Schallerbach, Donau Oberösterreich und die Destination Salzkammergut starten dann gemeinsam mit dem Oberösterreich Tourismus eine umfassende Kommunikations- und Vertriebsoffensive, um so das große Potenzial am tschechischen Markt für den Ganzjahrestourismus stärker zu nutzen.

Wenn aus Vorfreude echte Freude wird.

„Unsere Lokomotive ist die Comeback-Kampagne ‚Wenn aus Vorfreude echte Freude wird‘“, erklärt Winkelhofer. Mit einem [hoch emotionalen TV-Spot](#), dessen Musik von der mehrfach ausgezeichneten oberösterreichischen Musikerin „Avec“ stammt, sowie Online- und Video-Marketing, Medienkooperationen und einer starken crossmedialen Vertriebskampagne wird die Reiselust geweckt. Auf einer eigenen Landingpage werden inspirierende Urlaubsideen in den Destinationen präsentiert und sind buchbare Angebote der Betriebe eingebunden.

Darauf aufbauend werden unterschiedliche Themenschwerpunkte gesetzt und auf bestimmte Zielgruppen gerichtete Kampagnen lanciert. „Wir wollen Oberösterreich als naheliegende Urlaubsdestination das ganze Jahr über präsent halten, vor allem auch für die Herbst- und Wintersaison. Deshalb haben wir in den letzten Wochen auch die Medientaktik geschärft und Print-Kooperationen, Radio- und TV-Werbung sowie Online-Marketing, eng aufeinander abgestimmt, gebucht. Damit können wir bewusste Akzente setzen und immer wieder Anreiz für Urlaub in Oberösterreich schaffen“, skizziert Winkelhofer. „Die Kommunikation zum Gast erfolgt entsprechend der unterschiedlichen Phasen der Kundenreise. Während zu Beginn der Urlaubsplanung Inspirationen und vor allem (Bewegt)Bilder wichtig sind, rücken zur Entscheidungsfindung konkrete Informationen über die Destination und zu den Angeboten der Betriebe in den Fokus. Gerade über die Online-Kanäle können wir die unterschiedlichen Interessen und Bedürfnisse der Gäste in Echtzeit zielgerichtet bedienen“, ist Winkelhofer überzeugt. Zudem verstärken Kooperationen mit Mobilitätspartnern wie ÖBB und OÖVV oder mit starken oberösterreichischen Wirtschaftspartnern wie zum Beispiel KTM, Löffler oder Happy Foto den Marktauftritt. Für die Bewerbung der Ausflugsziele wurde zudem die Kooperation mit der OÖ Familienkarte und dem OÖ Familienbund ausgeweitet.

Naturerlebnisse jetzt gefragter denn je

Die Menschen sehen sich nach Freiraum, nach Abstand und Aufatmen. Das Naturerlebnis hat bei Oberösterreichs Gästen schon immer einen hohen Stellenwert, so zählen Wandern (74%) und Radfahren (30%) zu den beliebtesten sportlichen Aktivitäten im Sommer. Vor allem als Gegenpol zum digitalen Alltag wird die Erholung in der Natur zunehmend wichtig. Corona hat diesen Trend, diese

Sehnsucht nach der Natur, beflügelt. Erfahrung aus dem Sommer 2020 zeigen, dass Menschen in die Natur und Bergwelt strömen, weil sie hier Freiraum finden und Neues entdecken können. Das wird 2021 nicht anders werden.

„Unsere Natur ist nicht erweiterbar. Deshalb brauchen wir einfache Regeln für das Miteinander, Verständnis für unterschiedliche Interessen und vor allem auch gute Kommunikation im Sinne von Information, Aufklärung und einen lebendigen Dialog“, fordert Winkelhofer. Gemeinsam mit Natur- und Umweltschutz, Landwirtschaft, Tourismusverbänden und Alpinen Vereinen wurden Fair Play-Regeln, etwa fürs Almenwandern oder Mountainbiken, geschaffen, die nun auch gemeinsam an Einheimische und Gäste kommuniziert werden. *„Dieser kooperative Ansatz über die Branchen hinweg ist Teil unserer Strategie für ein bestmögliches Zusammenspiel zwischen Natur und Tourismus in Oberösterreich. Darauf aufbauend stellen wir in der Kampagne ‚Draußen ist nicht draußen – komm raus und erlebe die Natur Oberösterreichs‘ außergewöhnliche Natur-Erlebnisse und Angebote vor den Vorhang“*, sagt Winkelhofer. Als mehrjähriger Kommunikationsschwerpunkt stehen klimaverträgliche und nachhaltige Leitprodukte in den Regionen, Angebote, Neuheiten und Geschichten rund um die Naturräume im Fokus. Die multimediale Kampagne wurde im vergangenen Sommer erfolgreich lanciert und bereits mehrfach ausgezeichnet, etwa beim Werbepreis Caesar, beim Internationalen Filmpreis „Golden City Gate“ Berlin oder beim Film Forum Austria. In einer weiterentwickelten Form wird die Kampagne 2021 gemeinsam mit zwölf Tourismusverbänden fortgesetzt, um das Image für Oberösterreichs Naturräume zu stärken und vor allem vertriebsunterstützend für die beteiligten Partner zu wirken.

„Rad-Geber“: Tourentipps und Karte

Das steigende Bedürfnis nach Bewegung in der Natur und der E-Bike-Boom haben das große Interesse am Radfahren weiter verstärkt. Oberösterreich ist für diese Entwicklung gut gerüstet, immerhin können Urlauber/innen und Tagesausflügler aus 2.100 Kilometern klassischer Radwanderwege, 3.000 Kilometern freigegebener Mountainbike-Touren und einer großen Zahl an Rennrad-Routen wählen. Infrastruktur und Serviceleistungen werden in Oberösterreich laufend

weiterentwickelt, damit sie mit den Anforderungen des Radtourismus und den Bedürfnissen der Gäste Schritt halten. Hauptwerbemittel für den Sommer ist eine neue, übersichtliche Radkarte mit Tourentipps für Genussradfahrer, Mountainbiker und Rennradfahrer. Zudem werden Radsportveranstaltungen wie die OÖ Radrundfahrt, die Salzkammergut Trophy oder das „King of Lake“ am Attersee heuer wieder verstärkt Radfahrer/innen anziehen.

Gesundes Comeback

Zur Wiederbelebung des Gesundheits- und Wellness-tourismus setzen die Gesundheitsbetriebe und Tourismusverbände gemeinsam mit dem Oberösterreich Tourismus eine reichweitenstarke, crossmediale Kampagne um. Erst im vergangenen Jahr haben die Gesundheitsspezialisten und Thermen Oberösterreichs ihre strategische Ausrichtung neu definiert und eine eigene Kommunikations- und Vermarktungsschiene aufgebaut. Basis dafür sind Oberösterreichs Schätze aus Natur, Kultur und Kulinarik. Traditionelle Heilmethoden werden mit Medizinwissen und Erfahrung optimiert. Als „Gesundheitscoaches“ geben sie ihr Wissen für ganzheitliche Heilkraft noch stärker an Gäste weiter. So entstehen individuelle Anwendungen und Produkte für den gesunden Alltag, zum Mitnehmen und Weitersagen.

Auch das Comeback des Kulturtourismus wurde gut vorbereitet. In Zusammenarbeit mit der Kulturdirektion des Landes Oberösterreich und dem Tourismusverband Steyr und die Nationalpark Region wird aktuell die OÖ Landesausstellung „Arbeit – Wohlstand – Macht“ ins Schaufenster gestellt. Die Ausstellung zeigt noch bis 7. November 2021 die Entwicklung unserer Gesellschaft vom Mittelalter bis in die Gegenwart am Beispiel der Stadt Steyr. Vielfältige Stadterlebnisse, Veranstaltungen aus dem Kultursommer, Handwerk und Brauchtum werden in den kommenden Wochen ebenso vor den Vorhang geholt wie moderne Inszenierungen, Design oder ein erster Ausblick auf die europäische Kulturhauptstadt Bad Ischl 2024.

Restart Tagungsbranche: Event-Business-Talk

Die geplanten Öffnungsschritte für Tourismus und Gastronomie sind ein positives Signal für den Geschäftstourismus. Mit einer Wertschöpfung von 8,9 Milliarden Euro (IHS, Institut für höhere Studien, 2017) ist die Veranstaltungsbranche in Österreich ein unverzichtbarer Teil der Tourismuswirtschaft, die nun einen ersten Planungshorizont erhält. Da Locations, Seminarhotels sowie Veranstalter und Dienstleister gerade jetzt wichtige Mutmacher, Visionäre und Schrittmacher für künftige Events sind, werden sie beim virtuellen Event-Business-Talk des Convention Bureau Oberösterreich vor den Vorhang geholt. „Service als Ober(österreich)-Prämisse“ ist das Motto des hybriden Live-Events, das ganz im Zeichen des Erfahrungsaustausches zu den Themen „hybride Konzepte“ und „Veranstaltungssicherheit“ steht. Auch ein Blick in den Veranstaltungsherbst zeigt: es wird weiter geplant. Die Convention Austria, die neue internationale Leitmesse der österreichischen Tagungsbranche, ist aktuell als Präsenzevent in Planung. Bei der neuen Zukunftsplattform der MICE-Branche, die von 4. bis 7. Oktober 2021 in Kooperation von Oberösterreich Tourismus und Österreich Werbung durchgeführt wird, stehen neben der Verkaufsplattform vor allem Produkterlebnisse und Networking mit Gastgeber/innen aus ganz Österreich auf dem Programm.

„Oberösterreich kann sich noch viel stärker als Qualitätsdestination positionieren. Es geht künftig nicht um „mehr, höher oder schneller“, sondern um eine nachhaltige Weiterentwicklung des Angebotes, oft in der sinnvollen Vernetzung von Themen wie Naturerlebnis, Kulinarik, Kultur oder Gesundheit“, skizziert Winkelhofer den künftigen Weg.

Informationen für einen entspannten und sicheren Urlaub in Oberösterreich unter oberoesterreich.at

Honorarfreies Bildmaterial unter bilder.oberoesterreich.at

**Wenn aus
Vorfreude
echte Freude
wird.**



**ober
österreich**

 Bis 18 Stunden vor
Anreise gratis stornieren.*
Bei Selbstminderbuchungen.

Urlaub in Oberösterreich. Erlebnenswert echt.
oberoesterreich.at

*Beispiel eines Sujets aus der Come-
back-Kampagne Sommer 2021*

**Drinnen ist
Wäscheberg,
draußen ist
Bergerlebnis.**



**ober
österreich**

oberoesterreich.at **Komm raus und
entdecke Oberösterreich.**

*Beispiel eines Sujets aus der Natur-
räume-Kampagne 2021*