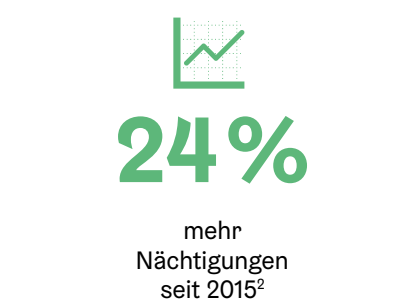


Starke Zahlen. Starke Wirkung.



¹ Österreichisches Institut für Wirtschaftsforschung, Statistik Austria (im Auftrag der Oberösterreich Tourismus GmbH): Wertschöpfung und Beschäftigung durch Tourismus und Freizeit. Die Regionalen Satellitenkonten für Österreichs Bundesländer – Berichtsjahr 2023, Wien, Oktober 2025

² Statistik Austria: Tourismusstatistik; Beherbergungsbetriebe: Stand Sommerhalbjahr 2025

³ Abgestimmte Erwerbsstatistik Oberösterreich 2023 (AEST 2023) / Land OÖ, Statistik Oberösterreich; Statistik Austria

Detaillierter Tourismusbericht
Oberösterreich 2025 online unter
oberoesterreich-tourismus.at/tourismusbericht



Ansprechpartner

Amt der Oö. Landesregierung
Direktion für Landesplanung, wirtschaftliche und ländliche Entwicklung, Abteilung Wirtschaft und Forschung; wi.post@ooe.gv.at
land-oberoesterreich.gv.at/20041

Wirtschaftskammer Oberösterreich
Sparte Tourismus- und Freizeitwirtschaft
tourismus@wkoee.at
wko.at/ooe/tourismus

OÖ. Touristik GmbH
info@touristik.at
touristik.at

Büro Wirtschafts- und Tourismus-Landesrat
KommR Markus Achleitner
lr.achleitner@ooe.gv.at
markus-achleitner.at

Oberösterreich Tourismus GmbH
tourismus@oberoesterreich.at
B2B: oberoesterreich-tourismus.at
B2C: oberoesterreich.at

TTG Tourismus Technologie GmbH
info@ttg.at
ttg.at

Oö. Tourismusbeitragsstelle
post@tb-stelle.at

Impressum (§24 MedienG; Offenlegung §25 MedienG: www.oberoesterreich-tourismus.at/impressum)

Medieninhaber, Herausgeber, Konzeption, Satz und Produktion: Oberösterreich Tourismus GmbH, Freistädter Straße 119, 4041 Linz, +43 752 7277-100, tourismus@oberoesterreich.at, www.oberoesterreich-tourismus.at

Inhaltliche Gestaltung: Oberösterreich Tourismus GmbH in Zusammenarbeit mit WKO Oberösterreich und Land Oberösterreich

Hersteller: oha-druck GmbH, **Verlags- u. Herstellungsort:** 4050 Traun

Fotografische S2: Land OÖ, FotoStudio Mozart, Antje Wolm S3: Oberösterreich Tourismus GmbH, Moritz Ablinger S4: Oberösterreich Tourismus GmbH, Moritz Ablinger, Tourismusverband Donau Oberösterreich, Kuscheiert, TVB Muehlviertel, Alexander Kaiser, Oberösterreich Tourismus GmbH, Robert Maybach, Pyhrn Priel Tourismus GmbH, Daniel Hinterramskogler S5: Linz Tourismus, Martin Stöbich, Tourismusverband Region Wels, Oberösterreich Tourismus GmbH

S6/7: Oberösterreich Tourismus GmbH, Vog, photo (5), Oberösterreich Tourismus GmbH, Kristin Adlberger S8: Oberösterreich Tourismus GmbH, Stefan Mayerhofer S9: Oberösterreich Tourismus GmbH, Robert Maybach, Oberösterreich Tourismus GmbH, Stefan Mayerhofer S10/11: Oberösterreich Tourismus GmbH, Robert Maybach (2), Österreich Werbung

Datenschutz: Oberösterreich Tourismus GmbH verarbeitet personenbezogene Daten ausschließlich auf Basis einer Rechtsgrundlage gemäß den gesetzlichen Bestimmungen (DSGVO, DSG), trifft Maßnahmen zur Gewährleistung der Datensicherheit und stellt sicher, dass die Daten rechtskonform verwendet und Unbefugten nicht zugänglich gemacht werden. Werden Auftragsverarbeiter herangezogen, werden die zur Erfüllung des Auftrages erforderlichen Daten unter Einhaltung der datenschutzrechtlichen Bestimmungen an diese weitergeleitet. **Haftungsausschluss:** Trotz höchster Sorgfalt und gewissenhafter Ausarbeitung besteht kein Anspruch auf Richtigkeit und Vollständigkeit. Eine Haftung für den Inhalt sowie für weiterführende Links ist ausdrücklich ausgeschlossen. Recherche-, Satz- und Druckfehler sind vorbehalten.



Tourismusbericht Oberösterreich 2025



oberoesterreich-tourismus.at

Hier geht's
zur digitalen
Vollversion:



Mit Rückenwind auf Erfolgskurs

Trotz mitunter rauhen Wellengangs durch die Herausforderungen unserer Zeit: Oberösterreichs Tourismus segelt weiterhin auf Erfolgskurs! Ein erneutes Rekordjahr 2025 und die langfristig positive Entwicklung in den vergangenen zehn Jahren mit knapp 25 Prozent mehr Nächtigungen und 30 Prozent mehr Gästeankünften zeigen, dass der Kurs stimmt.

Ein unverzichtbarer Teil der oberösterreichischen Wirtschaft

Den Erfolg messen wir dabei freilich längst nicht mehr ausschließlich an der Nächtigungsstatistik: Der oberösterreichische Tourismus erwirtschaftete laut der aktuellsten Studie rund acht Milliarden Euro an regionaler Wertschöpfung, was einem Beitrag zum Bruttoregionalprodukt von knapp zehn Prozent entspricht. Ebenfalls rund zehn Prozent beträgt der Anteil der Tourismus- und Freizeitwirtschaft an der Gesamtbeschäftigung im Bundesland. Die Branche ist damit ein zentraler Faktor der heimischen Wirtschaft und wirkt weit darüber hinaus.

Mehr als Tourismusmarketing

Zusätzlichen Rückenwind verleihen die strategischen und strukturellen Weichenstellungen, die das abgelaufene Jahr stark geprägt haben. Mit Ende des Jahres 2025 wurde die Reform der oberösterreichischen Tourismusstruktur abgeschlossen: Auf der neuen Tourismus-Landkarte finden sich nun sieben schlagkräftige Destinations-Management-Organisationen, deren Aufgaben sich nicht mehr „nur“ auf Tourismusmarketing beschränken, sondern die aktiv an der Gestaltung ihrer Regionen als Lebens- und Erlebnisräume mitarbeiten. Dies wird in weiterer Folge auch positive Effekte auf die Tourismusakzeptanz haben: Wer die entscheidende Rolle der Tourismuswirtschaft für die hohe Lebensqualität in unseren Regionen versteht, schätzt die Bedeutung dieser Branche umso mehr.

Eine neue Form der Zusammenarbeit

Mit gebündelten Kräften und koordiniert eingesetzten Ressourcen gilt es nun, noch mehr Sichtbarkeit für die qualitätsvollen Angebote und Betriebe zu schaffen. Und noch mehr Power auf stark umworbene internationalen Märkten zu entwickeln.

Das Jahr 2025 stand daher auch ganz im Zeichen der Ausgestaltung einer neuen Kultur der Zusammenarbeit zwischen Oberösterreich Tourismus und den sieben neuen Destinationen. Das Ziel: Gemeinsam die wichtigen Projekte und Innovationen vorantreiben, mehr Energie in der Marktbearbeitung freisetzen – und damit einen wirksamen, zukunftsfähigen Tourismus für Oberösterreich zu gestalten. Als Kompass dient dabei immer die Landes-Tourismusstrategie 2030, die kommende Herausforderungen und Entwicklungen benennt und unsere Ziele klar definiert.

Smart, digital und innovativ in die Zukunft

Wie aber können wir sichergehen, dass der Kurs auch für die Zukunft stimmt? Nie zuvor hatten wir dank der Digitalisierung so viele Daten zur Verfügung. Digitales Datenmanagement ist eines der entscheidenden Werkzeuge der Zukunft, das die Flut an Informationen zu einer validen Entscheidungsgrundlage strukturiert. Im vergangenen Jahr sind dank des im Haus geballten Know-Hows erneut einige Meilensteine gesetzt worden: Darunter der Start des oberösterreichweiten Projekts „Digitale personalisierte Kommunikation“, die Entwicklung der smarten Reisebegleiterin „Freedra“ im Rahmen eines Interreg-Projekts mit Ostbayern oder die KI-Offensive in TOURDATA als Schlüssel für mehr Contentqualität, Sichtbarkeit und Reichweite.

Wo Kraft und Leidenschaft potenziert werden

Effiziente Strukturen, mehr Kooperation, digitale Innovationen und gebündelte Kräfte: Davon profitiert die ganze Tourismusbranche. Ein besonderer Dank gilt in diesem Zusammenhang allen unseren Partnern und dem gesamten Team des Oberösterreich Tourismus. Sie alle tragen dazu bei, dass Kraft und Leidenschaft dort ankommen, wo sie potenziert werden: Bei den Betrieben und Gastgeber:innen, die Tag für Tag für ihre Gäste da sind und das Urlaubsland Oberösterreich zu dem machen, was es ist.

Und unseren Tourismus damit auch in den kommenden Jahren auf Erfolgskurs halten.



KommR Markus Achleitner

Wirtschafts- und Tourismus-Landesrat,
Vorsitzender der Generalversammlung
des Oberösterreich Tourismus



KommR Robert Seeber

WKO Bundesspartenobmann Tourismus- und
Freizeitwirtschaft, Vorsitzender des Strategie-
Boards des Oberösterreich Tourismus



Mag. Andreas Winkelhofer

Geschäftsführer
Oberösterreich Tourismus GmbH

Gemeinsam mehr bewegen.



Das Jahr 2025 stand ganz im Zeichen der Umsetzung der neuen Tourismusstruktur in Oberösterreich – und wie wir diese künftig gemeinsam mit Leben füllen. Nunmehr sieben Destinationen scheinen auf der neuen „Tourismus-Landkarte“ auf: jede mit ihren ganz eigenen Stärken, Kompetenzen und Angeboten.

Gemeinsam und mit Oberösterreich Tourismus als starkem Partner an der Seite der regionalen Tourismusverbände erreichen wir nun sprichwörtlich „dreimal mehr“:

- Mehr **Qualität** und ein **ganzjähriges Angebot** im gesamten Bundesland
- Mehr **Schlagkraft** in **internationalen Märkten**, die immer wichtiger werden
- Mehr **Expertise** in **strategischen Schlüsselthemen** wie Digitalisierung und KI oder der Entwicklung von wertschöpfungsstarken Angeboten

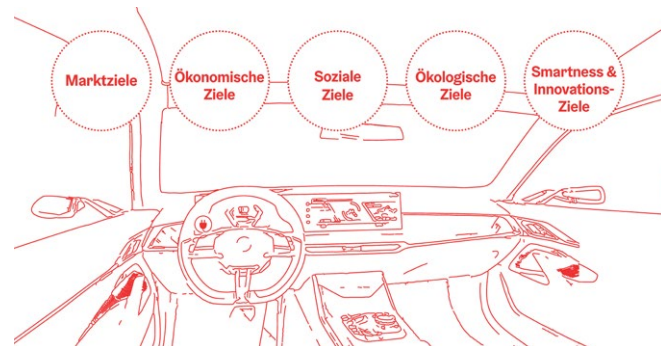
Landes-Tourismusstrategie als strategischer Leuchtturm

Als klarer Leuchtturm und verlässlicher Kompass in der Weiterentwicklung des Urlaubslandes Oberösterreich dient die Landes-Tourismusstrategie. Der Fokus in der Umsetzung lag dabei im Jahr 2025 auf folgenden Projektschwerpunkten:

<p>Nachhaltiger Erlebnisraum</p> <ul style="list-style-type: none"> • Landesweiter Themenschwerpunkt Rad • Umsetzung Kulinarik-Strategie „hungrig auf echt“ • Inspirierende Kultur: INTERREG „Kulturbrücken“ Oberösterreich-Südböhmen • Entwicklung UNESCO Schwerpunkt für 2027 • Weiterentwicklung Bergerlebnis OÖ ganzjährig 	<p>Marke & Kommunikation</p> <ul style="list-style-type: none"> • Entwicklung Markenstrategie und neuer Markenauftritt • Internationale Marktbearbeitung • Konzeption personalisierte, dialogorientierte Kommunikation (Omni Channel Communication) • Ganzjahreskampagne und Spezial-Kampagne „Salzkammergut verbindet“ • MICE: Fokus Green Meetings & Events 	<p>Smart, digital, innovativ</p> <ul style="list-style-type: none"> • Digitaler Reisebegleiter: Entwicklung und GoLive der Version 1.0 • Omni Channel Communication: erste digitale Services • Tourismus-Inkubator: 10 neue Start-Ups • New Work Services mit KI-Tools • Aufbau E-Learning-Plattform 	<p>Organisation & Shared Services</p> <ul style="list-style-type: none"> • Kooperationsmodell LTO & DMOs • LTS-Monitoring Ziele-Cockpit • Strategisches Fördermanagement • E-Meldewesen für D-Gemeinden
--	---	--	--

Monitoring und Steuerung

Die laufende Erfolgskontrolle der in der Landes-Tourismusstrategie definierten Ziele haben wir dabei konsequent im Blick. Im vergangenen Jahr wurde hierfür mit der TTTG Tourismus Technologie GmbH erstmals ein digitales Dashboard entwickelt.



Das sogenannte „Ziele-Cockpit“ stellt die Umsetzung und Key Performance Indicators (KPIs) übersichtlich und transparent dar. Die enthaltenen Kennzahlen werden seit 2025 jährlich erhoben und recherchiert und in das Dashboard importiert.

Alle Details dazu im Online-Tourismusbericht

Von der Kooperation zur Kollaboration

Gebündelte Ressourcen und eine klare Rollen- und Aufgabenteilung zwischen den Partnern schaffen **mehr Expertise** in allen Tourismusregionen und **mehr Umsetzungskraft** bei zentralen strategischen Themen. Durch die Spezialisierung, die dadurch möglich wird, steigern wir die Effizienz der einzelnen Organisationen und setzen Ressourcen frei für **professionelle Angebotsentwicklung** und **bessere Serviceleistungen** direkt in den Regionen.

Das Aufgabenspektrum von Tourismusverbänden denken wir dabei bewusst neu und umfangreich(er): Moderne Destinations-Management-Organisationen sind nicht mehr „nur“ für Tourismusmarketing verantwortlich, sondern bringen sich als starke Partner in die **Entwicklung attraktiver Lebens- und Naturräume** in den Regionen ein. Der Tourismus wird damit zum wichtigen Standortfaktor – auch für andere Branchen.

upper8: Eine neue Form der Zusammenarbeit



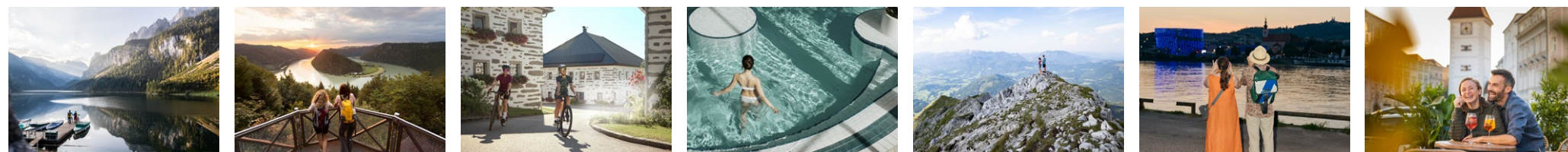
(v.l.) Dieter Recknagl (TVB Linz; in Vertretung von Geschäftsführerin Marie-Louise Schnurpfeil), Stefan Brandlehner (Salzkammergut), Petra Riffert (Donaregion in Oberösterreich), Andreas Winkelhofer (Oberösterreich Tourismus), Wirtschafts- und Tourismuslandesrat Markus Achleitner, Corinna Polz (360° Alpenland), Peter Jungreithmair (Region Wels), Markus Obermüller (Mühlviertel), Philipp Haas (Quellenviertel).

Nach intensiven Vorarbeiten im Jahr 2025 wurden bei einer Zukunftsklausur Anfang 2026 die inhaltlichen und organisatorischen Leitplanken für eine neue Form der Zusammenarbeit zwischen der Landes-Tourismusorganisation und den sieben Destinationen gesetzt. Das Ergebnis: Eine Kooperations-Vereinbarung der „upper8“ als verbindliches Fundament für eine vertrauensvolle, klare und starke Zusammenarbeit. Der Leitsatz, der die Kooperation trägt **„Nicht alles ist gemeinsam zu tun, aber das Wesentliche schon.“**

Zusammenarbeit hat keine Grenzen

Erste strategische Schlüsselprojekte innerhalb der „upper8“ wurden fixiert und sind bereits in Umsetzung:

- Der **Themenschwerpunkt Rad & Bike** sowie im Jahr 2027 ein Schwerpunkt zum **Erlebnis UNESCO Welterbe** in Oberösterreich.
- Eine **personalisierte** und damit noch relevantere, gezieltere und wirkungsvollere **Gäste-Kommunikation** – über alle Kanäle und mit Unterstützung durch das digitale Know-How der TTTG.
- Die Definition **gemeinsamer KPIs und Kennzahlen** als Messgrößen für eine wirksame Steuerung.



Wir gewinnt.



Mehr als 600 Teilnehmer:innen kamen am Montag, 20. Oktober 2025, auf Einladung der Strategiepartner Land Oberösterreich, WKO Oberösterreich und Oberösterreich Tourismus zum OÖ Tourismustag 2025 nach St. Wolfgang.

Connecting the dots

Die neue Form des Miteinanders wurde auf diesem Leitevent der Branche spürbar. Das betrifft nicht „nur“ die Akteur:innen der Branche - sondern auch die Vernetzung über geographische und disziplinäre Grenzen hinweg. Zwischen der Landestourismus-

organisation und den sieben Destinationen, auf nationaler Ebene mit der Österreich Werbung, mit neuen betrieblichen Initiativen und relevanten Wirtschaftspartnern. Diesen Leitgedanken griff auch das Motto „Connecting the dots“ auf.

Gemeinsam an der Zukunft arbeiten

Beim Oberösterreichischen Tourismustag 2023 wurde die Landes-Tourismusstrategie 2030 vorgestellt. Beim Tourismustag 2025 ging es nun darum, einen Einblick zur Umsetzung in den definierten Projekten, einen Ausblick zu den kommenden Vorhaben zu geben und gemeinsam mit den Partnern die nächsten Schritte einzuleiten.

In hochrangig besetzten Workshop-Sessions wurden die wesentlichen Zukunftsthemen der Branche weitergedacht: Wie Tourismus einen modernen und naturnahen Lebensraum gestaltet, der von Gästen und Einheimischen gleichermaßen geschätzt wird. Wie zukunftsweisende Produktentwicklung gelingt und klimafreundliche Angebote einen tiefgreifenden Wandel im touristischen Individualverkehr unterstützen. Wie die kulinarische Identität und Qualität des Landes noch stärker auf die Speisekarten kommen. Oder: Wie vermehrt auch Gäste aus internationalen Märkten für Oberösterreich und seine Urlaubsdestinationen begeistert werden können.



(v.l.) Andreas Winkelhofer (Geschäftsführer Oberösterreich Tourismus), Wirtschafts- und Tourismuslandesrat Markus Achleitner, Astrid Steharnig-Staudinger (CEO Österreich Werbung), Lisa Sigl (Vizepräsidentin Wirtschaftskammer OÖ) und Robert Seeber (Vorsitzender Strategie-Board Oberösterreich Tourismus)

Smarter Tourismus

Digitalisierung ist in Oberösterreich kein Schlagwort, sondern gelebte Praxis – und war auch beim OÖ Tourismustag ein zentrales Thema. Von KI-gestützter Gästekommunikation bis zur datenbasierten Marktanalyse. Durch vernetzte Systeme, gemeinsame Datenräume und abgestimmte Prozesse arbeiten Destinationen, Betriebe und Partner zukünftig noch effizienter zusammen.

Ein ganzer Ort als Bühne

Schauplatz des Tourismustages war mit der Scalaria nicht nur eine besondere Veranstaltungs-Location, sondern ein ganzer Ort: Die Workshop-Sessions am Nachmittag fanden u.a. auf dem Schafberg, in der Kirche St. Wolfgang, im Restaurant Ledererhaus oder im Hotel Weißes Rössl statt.

Der Oberösterreichische Tourismustag 2025 wurde vom Bundesministerium für Land- und Forstwirtschaft, Klima- und Umweltschutz als „Green Event“ zertifiziert.



Große Emotionen beim NOTOS Tourismuspreis



Emotionaler Höhepunkt des Tourismustages war die Verleihung des Oberösterreichischen Tourismuspreises NOTOS, der besonders zukunftsweisende Betriebe und Projekte auszeichnet:

In der **Kategorie „Nachhaltiges touristisches Gesamterlebnis“** durfte sich **Familie Gröller** über den NOTOS freuen.

In der **Kategorie „Smart, Digital, Innovativ“** gewann das zukunftsweisende Startup **Trailpulse**, das Besucherströme auf Wander- und Mountainbike-Wegen gänzlich energieautark misst.

Beim **NOTOS Publikumspreis**, der in Partnerschaft mit RegionalMedien Oberösterreich vergeben wurde, setzten sich das **Urkraftdorf Kaltenberg** in der Kategorie „Nachhaltige touristische Erlebnisse“ und **WANDI** – eine Navigations-App für Wanderreiter:innen – in der Kategorie „Innovative Gästeservices“ durch.

Oberösterreichs beste Veranstaltungs-Locations

Die WKOÖ ehrte zudem die Landessieger des Österreichischen Innovationspreis Tourismus (ÖIT), der dieses Mal Veranstaltungseinrichtungen für Kongresse und Tagungen prämierte: Ausgezeichnet wurden die **DOPa3-Premium Lounge** in Linz, der **Loxone Campus** in Kollerschlag und die **Scalaria** in St. Wolfgang.



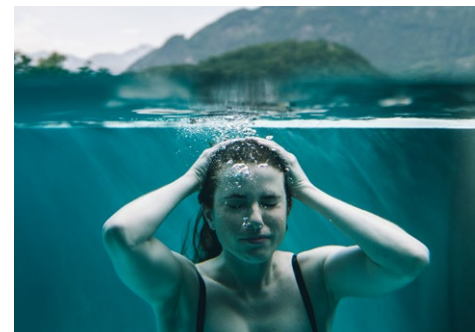
Oberösterreich – echt jetzt!

Parallel zur Ausgestaltung einer neuen Zusammenarbeit im Tourismus haben wir im vergangenen Jahr den neuen Auftritt der Urlaubsmarke Oberösterreich vorbereitet. Im Sinne der Landes-Tourismusstrategie 2030 präsentieren wir unser Bundesland als Urlaubsdestination, die sich ihrer Stärken bewusst ist und in vielerlei Hinsicht überrascht. Die das ganze Jahr über eine Reise wert ist, mit qualitativem Angebot und herausragenden Betrieben. Die bodenständig, gastfreundlich und auch einmal auf charmante Weise unkonventionell ist. Wir sagen: **Oberösterreich – echt jetzt!**

Das Land der charmanten Superlative

In Gästebefragungen wird Oberösterreich regelmäßig als erholsam, naturnah, gastfreundlich und authentisch beschrieben. Oberösterreich ist nicht das Land der großen Rekorde, des „schneller – höher – weiter“. Es ist das Land der besonderen Momente und Erlebnisse, die es in dieser Form und in dieser Qualität anderswo nicht gibt. Ein Land, in dem ehrliche, herzliche und bodenständige Menschen leben – und als Gastgeber:innen oftmals im Kleinen ganz Großes bewirken.

Übersetzt heißt das: Oberösterreich ist ein „Land der charmanten Superlative“. Und mit diesen prägen wir eine neue Erzählform, mit der wir die besonderen Spitzenleistungen und Erlebnisse für unsere Gäste sicht- und spürbar machen.



In einer inhaltlichen Allianz mit den Destinationen wurden im Rahmen einer Workshop-Reihe bereits mehr als 100 „charmanten Superlative“ identifiziert. Ein knappes Viertel davon startet bereits 2026 in die Kommunikation: Von der „Mutter aller Radwege“ an der Donau bis zum Hoch.Genuss im Mühlviertel. Von der größten und stimmungsvollsten Blasmusik-Jam-Session Europas, dem „Woodstock der Blasmusik“ im Quellenviertel zum Almerlebnis im 360° Alpenland. Vom „längsten Sommerfest Österreichs“ – der Landesgartenschau 2027 in Wels – bis zur historischen Anziehungskraft des Salzes im Salzkammergut. Oder die Stadt Linz, die als UNESCO City of Media Arts international begeistert.



Neue Kampagne ab 2026

Vollumfänglich vorbereitet wurde im vergangenen Jahr die neue Kampagne, die ab 2026 in mehreren Phasen in Österreich und den wichtigsten internationalen Herkunftsmärkten ausgerollt wird. Damit rücken auch die „charmanten Superlative“ und die damit verbundenen konkreten Urlaubserlebnisse und -angebote in den Mittelpunkt der Kommunikation.



Erfolg entsteht durch Zusammenarbeit.

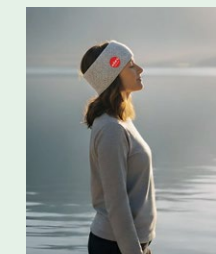
Gemeinsam mit starken Partnern aus unterschiedlichsten Branchen präsentieren wir Oberösterreich in unseren wichtigsten Märkten.

Bahn-Kampagne mit ÖBB

Die umweltfreundliche Urlaubsreise mit der Bahn wird immer beliebter – und Oberösterreich ist aus vielen Richtungen bequem und schnell erreichbar. Gemeinsam mit den ÖBB und den Destinationspartnern Donau-region, Salzkammergut und der Region Wels haben wir mit einer umfangreichen Kampagne in Wien und Niederösterreich attraktive Angebote beworben.



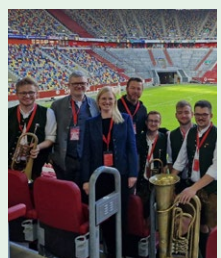
Oberösterreich-Kollektion von Eisbär



Zusammen mit dem heimischen Unternehmen Eisbär Sportmoden entstand eine exklusive Oberösterreich-Kollektion, die in der Wintersaison 2025/26 ihre Premiere feierte. Die Kollektion vereint alles, was Oberösterreich auch als Urlaubsland ausmacht: Freude an der Bewegung in der Natur, hohen Qualitätsanspruch und das Bewusstsein für regionale, natürliche Ressourcen.

Internationale Fußball-Camps

Oberösterreich ist eine beliebte Destination für Fußball-Trainingslager. Unsere strategische Zusammenarbeit mit zahlreichen Topklubs aus wichtigen Märkten geht aber über den Sommer hinaus. So schaffen wir nicht nur gemeinsame Marketing-Aktivitäten, sondern auch echte Wertschöpfungs-Effekte: z.B. mit Reisen für die Mitglieder von Eintracht Frankfurt ins 360° Alpenland.



Salzkammergut verbindet



Gemeinsam mit SalzburgerLand Tourismus, Ausseerland Tourismus im Auftrag von Steiermark Tourismus und der Salzkammergut Tourismus Marketing GmbH begeistern wir für einen Urlaub im Salzkammergut. Highlights im vergangenen Jahr: Ein Special mit dem deutschen Magazin SALON, großflächige Brandings auf Bahnhöfen und umfangreiches Online Marketing. salzkammergut-verbundet.at

Shimano Experience Center

Shimano ist eine tief in der Rad-Community verankerte Qualitätsmarke und Weltmarktführer für Fahrrad-Komponenten. Im niederländischen Valkenburg betreibt das Unternehmen das Shimano Experience Center – mit Oberösterreich als exklusivem Tourismuspartner. Die Kooperation schafft eine perfekte ganzjährige Marketing- und Präsentationsplattform im niederländischen Markt und direkten Zugang zur fahrradbegeisterten Zielgruppe.



365 Tage Genuss-Bühne.



**Hungrig auf echt.
Hungrig auf mehr.**

Kulinarik ist ein ganzjähriges Reisemotiv mit großem Potenzial, mehr qualitätsbewusste Gäste für Oberösterreich zu begeistern und zugleich regionale Kreisläufe zu stärken. Die Kulinarik zahlt wesentlich auf das Ziel der Landes-Tourismusstrategie 2030 ein, den Tourismus von Saisonen unabhängiger zu machen. Alle Aspekte von regionalen Lebensmitteln und deren Veredelung bis hin zur oberösterreichischen Tischkultur werden in Strategie und Angebotsentwicklung einbezogen.

So ist in den Regionen ein kulinarischer Jahresreigen entstanden, der Oberösterreich saisonunabhängig an 365 Tagen im Jahr zur Genuss-Bühne macht. Von Kulinarik-Festivals wie dem Innviertler Biermärz, dem Wirtshausfestival FELIX in der Region Traunsee-Almtal, dem Salzkammergut-Genussfrühling „Salz in der Suppe“ und dem Festival „mundART“ am Wolfgangsee und der Veranstaltungsreihe Tavolata in Steyr und der Nationalpark Region bis hin zu ganzjährigen regionalen Kulinarik-Initiativen wie dem Mühlviertler Hoch.Genuss, der Innviertler Genusswerkstatt oder Schmecktakuläres Almtal. www.hungrigaufecht.at

Vive le Guide

Der MICHELIN Guide rückt Österreichs Kulinarik ins Rampenlicht und lenkt die Aufmerksamkeit internationaler Genussreisender auf die besten und kreativsten Köchinnen und Köche Oberösterreichs. Die ausgezeichneten Betriebe sind mit ihren Mitarbeiterinnen und Mitarbeitern die weithin sichtbaren Aushängeschilder der oberösterreichischen Küche. Die Sterne und Bib Gourmands des MICHELIN Guide sind eine Auszeichnung und zugleich ein Zeichen der Wertschätzung für die ganze Branche. Sie unterstützen Betriebe, hochqualifizierte und talentierte Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter zu finden und zu halten.

Österreichweite Initiative

Dass der MICHELIN Guide wieder regelmäßig eine Auswahl für ganz Österreich präsentiert, geht auf eine gemeinsame Initiative der Landes-Tourismusorganisationen und der Österreich Werbung zurück.



Seit Sommer 2024 waren die unabhängigen und anonymen Tester:innen in den Bundesländern unterwegs, um die hohe Qualität der gesamten kulinarischen Bandbreite in Österreich unter die Lupe zu nehmen. Der MICHELIN Guide ist ein wichtiger Baustein im gemeinsamen Bestreben der Landes-Tourismusorganisationen und der Österreich Werbung, Österreichs Kulinarik international sichtbar zu machen.

Gelungenes Comeback

Am 21. Jänner 2025 präsentierte der MICHELIN Guide im Hangar-7 in Salzburg seine erste Österreich Selektion seit dem Jahr 2009. Die Rückkehr des international renommierten Gourmetführers wurde auch für Oberösterreich zur Erfolgsstory: In der aktuellen, im März 2026 veröffentlichten Bewertung dürfen sich zwölf Restaurants in Oberösterreich über insgesamt 13 Michelin-Sterne und zwei Grüne Sterne für besondere Nachhaltigkeit freuen. Zwei Betriebe erhielten „Bib Gourmands“ für exzellente Küche zu einem ausgezeichneten Preis-Leistungsverhältnis.

Flankierend zum MICHELIN Guide setzte Oberösterreich Tourismus gemeinsam mit der Österreich Werbung Aktivitäten auf den internationalen Märkten, die Oberösterreichs Kulinarik präsent und sichtbar machen. Der Weg, der mit der Kulinarik-Strategie für Oberösterreich und der Botschaft „Hungrig auf echt“ eingeschlagen wurde, fügt sich perfekt in die österreichweite Kulinarik-Positionierung ein, die Österreich als von Originalen geprägte Landschaft versteht.



Die MICHELIN-Restaurants in Oberösterreich

Mit **zwei Sternen** wurde erneut

☞☞ **Philip Rachinger** vom Restaurant Ois im Mühlthalhof ausgezeichnet

Elf Restaurants in Oberösterreich wurden vom MICHELIN Guide mit **einem Stern** ausgezeichnet, darunter zwei Neuzugänge:

- ☞ **Andreas Zika** im Kliemstein Vino Vitis (Linz) **NEU**
- ☞ **Adrian Schlager & Stefan Prieler** im Kammer5 (Ort im Innkreis) **NEU**
- ☞ **Lukas Nagl** im Restaurant Bootshaus (Traunkirchen)
- ☞ **Lukas Kapeller** im Restaurant Kapeller (Steyr)
- ☞ **Lukas Kienbauer** im Lukas Restaurant (Schärding)
- ☞ **Klemens Gold** im RAU – nature based cuisine (Großbraming)
- ☞ **Sebastian Leutgeb** im Paula Gourmet Restaurant (St. Wolfgang)
- ☞ **Marco Barth & Sebastian Rossbach** im Rossbarth (Linz)
- ☞ **Max Schellerer** im Restaurant Tanglberg (Vorchdorf)
- ☞ **Philipp Lukas** im VERDI Restaurant (Linz)
- ☞ **Elisabeth & Clemens Grabmer** im Restaurant Waldschänke (Grieskirchen)

Zwei Restaurants dürfen sich zusätzlich über den **Grünen Stern** für besondere Nachhaltigkeit freuen

- ☞ **Restaurant Bootshaus** (Traunkirchen)
- ☞ **RAU – nature based cuisine** (Großbraming)

„**Bib Gourmand**“ **Auszeichnungen:** unter diesem Titel werden Restaurants und Wirtshäuser vorgestellt, die durch exzellente Küche und ein ausgezeichnetes Preis-Leistungs-Verhältnis überzeugen. Zwei Betriebe in Oberösterreich erhielten den Bib Gourmand:

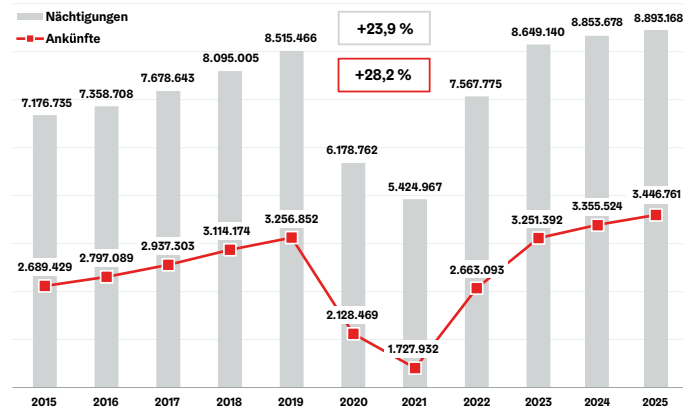
- ☞ **Die Schmiede** (Pfaffing) sowie
- ☞ **Der Holzpoldl** (Lichtenberg bei Linz) **NEU**



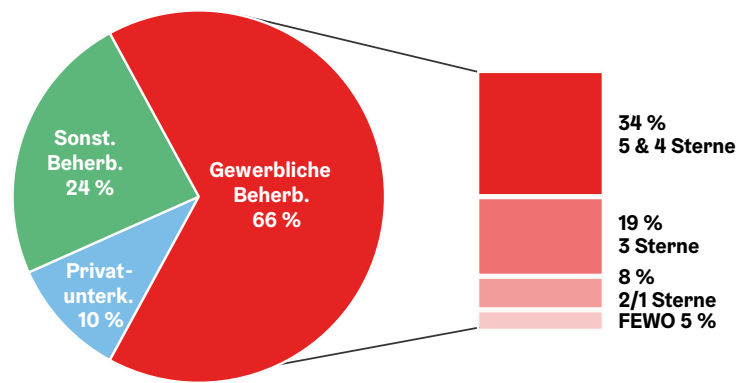
Erfolge sichtbar machen.

Das Tourismusjahr 2024/2025

Mehr Gäste. Mehr Nächtigungen. Mehr Begeisterung. Oberösterreich begeistert. Mit herzlicher Gastfreundschaft und mit echten Erlebnissen. Immer mehr Gäste entdecken sie für sich, die besonderen Oberösterreich-Momente, die authentischen Begegnungen, die es nur hier bei uns gibt. 3,45 Mio. Gäste konnten wir von November 2024 bis Oktober 2025 bei uns in Oberösterreich begrüßen – um 2,7 % mehr als im Jahr davor. Sie verbrachten rund 8,89 Mio. Übernachtungen in unserem Bundesland – ein Zuwachs von 0,4 %. Das ist ein neuer Rekord und das beste Ergebnis seit Erfassung der Tourismusstatistik.



Entwicklung der Ankünfte und Nächtigungen in Oberösterreich, Tourismusjahre 2015 bis 2025.

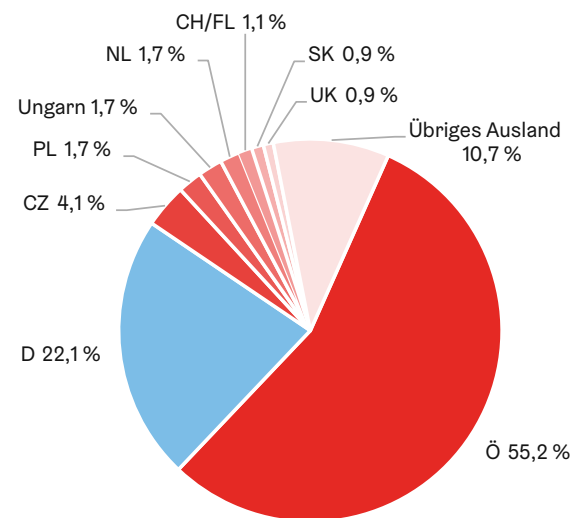


Verteilung der Nächtigungen im Tourismusjahr 2025 nach Unterkunftsarten

So viele Gäste wie noch nie haben sich in der Wintersaison 2024/25 für einen Urlaub in Oberösterreich entschieden. 1.234.065 Ankünfte legten auf das hervorragende Ergebnis des Vorjahres noch einmal 1,2 Prozent drauf. Leicht rückläufig waren die Übernachtungen in der Wintersaison: 3.183.466 Nächtigungen sind ein Minus von 0,6 % gegenüber dem Vorjahr. Das ist Platz zwei in der ewigen Bestenliste aller Wintersaisonen.

Natur erleben, Erholung finden, Genussmomente entdecken. Immer mehr Gäste finden in Oberösterreich genau die Angebote und Erlebnisse, die sie von ihrem Sommerurlaub erwarten. 2.212.696 Gäste zählt die Tourismusstatistik in der Sommersaison 2025. Um 3,6 % mehr als noch im Jahr davor und so viele wie noch nie in der Geschichte der Tourismusstatistik. 5.709.720 Übernachtungen sind ein Zuwachs von 1,1 % gegenüber dem Sommer 2024.

55 % aller Nächtigungen im Tourismusjahr 2024/25 kommen aus dem Kernmarkt Österreich. Wichtigster Auslandsmarkt bleibt Deutschland mit einem Nächtigungsanteil von 22,1 %. Die Nachbarn aus Tschechien begeistern sich zunehmend für Urlaube in Oberösterreich und verbrachten 9,5 % mehr Nächte in Oberösterreich als noch im Vorjahr. Ein Plus von 14 % erzielte der Markt Großbritannien, 0,9 % Nächtigungszuwachs kommt aus den Niederlanden.



Nächtigungsanteile der Herkunftsländer an den Gesamtnächtigungen 2025

Standort-, Finanzierungs- & Förderpolitik

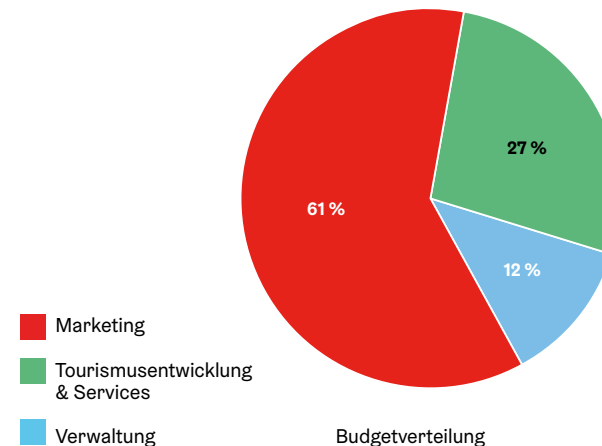
Eine strategie- und zielgerichtete Standort-, Finanzierungs- und Förderpolitik fokussiert auf eine bestmögliche Unterstützung der Entwicklung in den Bereichen der Meilensteine und Aktionsfelder der Landes-Tourismusstrategie.

Um die touristische Entwicklung in Oberösterreich langfristig abzusichern, setzt das Land auf strategische Projekte, die den Standort stärken und die Wertschöpfung im Nächtigungstourismus erhöhen sollen. Für investitionsbezogene Standortfragen arbeitet das Land eng mit der Business Upper Austria zusammen. Diese begleitet touristische Vorhaben von der ersten Konzeptidee bis zur Realisierung der Umsetzung.

- 331 Förderprojekte
- 119,9 Mio. Euro gefördertes Investitionsvolumen
- 25,5 Mio. Euro Fördervolumen des Landes OÖ
- 23 Mio. Euro Fördervolumen des Bundes
- 112 individuelle Förder- und Finanzierungsberatungen

Budgetverteilung 2025

Zur Wahrnehmung der gesetzlichen Aufgaben verfügte Oberösterreich Tourismus im Berichtsjahr 2025 über ein Budget von rund 15,2 Mio. Euro.



¹ Wertschöpfung: Statistik Austria, Österreichisches Institut für Wirtschaftsforschung (WIFO) im Auftrag der Oberösterreich Tourismus GmbH; Wertschöpfung und Beschäftigung durch Tourismus und Freizeit: Die Regionalen Satellitenkonten für Österreichs Bundesländer – Berichtsjahr 2023, erstellt im Oktober 2025

² Abgestimmte Erwerbsstatistik Oberösterreich 2023 (AEST 2023) / Land OÖ, Statistik Oberösterreich; Statistik Austria

³ Quelle: Statistik Austria, Regionale Gesamtrechnungen

⁴ Quelle: Statistik Austria, Regionale Gesamtrechnungen

⁵ Quelle: Statistik Austria, Regionale Gesamtrechnungen

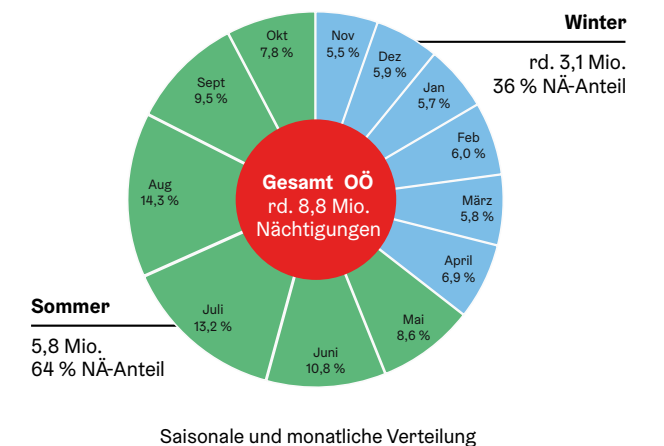
Starke Tourismuswirtschaft – starker Standort

Die direkte und indirekte Wertschöpfung durch die Tourismus- und Freizeitwirtschaft in Oberösterreich wurde in der aktuellen Studie für das Jahr 2024 mit rund 7,7 Milliarden Euro¹ prognostiziert.

Damit steuert der Tourismus einen Anteil von 8,8 % zum Brutto regionalprodukt des Landes bei.

Umsatz- und Beschäftigungszahlen

- 40.290 unselbständige und selbständige Erwerbstätige in der Tourismus- und Freizeitwirtschaft².
- Anteil der Beherbergung und Gastronomie an der Bruttowertschöpfung Oberösterreich 2022³: 2,0 % (1,363 Mrd. Euro), Bruttowertschöpfung Oberösterreich insgesamt 2022: 69,338 Mrd. Euro.
- Anteil der Beherbergung und Gastronomie an der Bruttowertschöpfung Oberösterreich 2023⁴: 2,2 % (1,585 Mrd. Euro) Bruttowertschöpfung Oberösterreich insgesamt 2023: 73,091 Mrd. Euro
- Anteil der Beherbergung und Gastronomie an der Bruttowertschöpfung Oberösterreich 2024⁵: 2,3 % (1,736 Mrd. Euro) Bruttowertschöpfung Oberösterreich insgesamt 2024: 74,095 Mrd. Euro



¹ Wertschöpfung: Statistik Austria, Österreichisches Institut für Wirtschaftsforschung (WIFO) im Auftrag der Oberösterreich Tourismus GmbH; Wertschöpfung und Beschäftigung durch Tourismus und Freizeit: Die Regionalen Satellitenkonten für Österreichs Bundesländer – Berichtsjahr 2023, erstellt im Oktober 2025

² Abgestimmte Erwerbsstatistik Oberösterreich 2023 (AEST 2023) / Land OÖ, Statistik Oberösterreich; Statistik Austria

³ Quelle: Statistik Austria, Regionale Gesamtrechnungen

⁴ Quelle: Statistik Austria, Regionale Gesamtrechnungen

⁵ Quelle: Statistik Austria, Regionale Gesamtrechnungen

Jänner

Februar

März

April

Mai

Juni

Juli

August

September

Oktober

November

Dezember



Ferienmesse 2025

Erster gemeinsamer Auftritt mit den sieben Destinationen



Rückkehr MICHELIN Guide

Sterneregen für Oberösterreich



Eintracht Frankfurt

Jährlich stattfindende Mitgliederreise nach Hinterstoder



KI Readiness in TOURDATA, Tourismus-Intelligence, TourismusCRM

und neue Webarchitektur



ITB BERLIN

mit Kulinarik-Highlights und #tourismusinkubator



Großbritannien neuer Potenzialmarkt für Oberösterreich Tourismus

Aufschwung durch neue Flugverbindung London – Linz



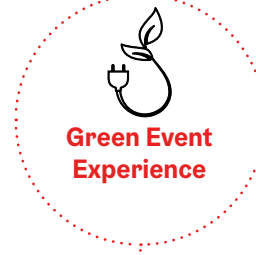
Digitalisierung

Systemharmonisierung und Migration auf die neue Tourismusstruktur



Hungrig auf echt.

Kulinarik-Qualitäts-offensive mit (u.a.) Genussland OÖ, Felix Wirtshausfestival, Tavolata, Mühlviertler Hoch.Genuss, mundART Festival, Biermärz, u.v.m.



Green Event Experience

Oberösterreich präsentiert sich als Top-Tagungsland in München und Wien



Medienevent in Wien mit der Donauregion



In Kooperation mit **BERG WELTEN**
Große Rad & Bike Kooperation

Auszeichnung für das „Bergwelten“-Special mit dem Red Bull Media House



Oberösterreich in Wien

Oberösterreich Ball & OÖ Sommerfrische Genuss- und Erlebnisfestival

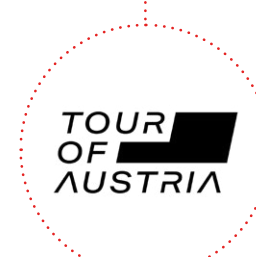


Einführung E-Meldewesen in den Gemeinden



„Liaba dahoam“: Crossmediale Sommer-Kampagne

mit einem Schwerpunkt auf dem Heimatmarkt Oberösterreich



TOUR OF AUSTRIA

Grand Depart erstmals in Steyr



Top-Fußballcamps

Fußballclubs tanken Kraft, Oberösterreichs Tourismus profitiert mit 3,25 Mio. Umsatz



#tourismusinkubator Oberösterreich

Neun neue Start-Ups mit frischen Ideen für den Tourismus



Camping-Boom in Oberösterreich

Verdoppelung der Nächtigungszahlen in 10 Jahren



Feel Austria Festival

Folkshilfe bringt oberösterreichisches Lebensgefühl nach Berlin



Bergwelten BIKE EXPERIENCE

Neues Gravelbike-Event im Mühlviertel



Interreg-Digitalisierungs-offensive

mit Regionspartner Ostbayern



OÖT 2025
Oberösterreichischer Tourismustag

Die zentrale Tourismus-Branchenveranstaltung in Oberösterreich



Hitradio Ö3 Promotion Gesundheitspartner

6 Wochen
120 Nennungen
3,8 Mio. Kontakte



in unserer natur!
KI-Video geht viral

Der inhouse produzierte Spot erreicht 1,5 Mio. Views



ECHT!GPT
Das Österreichische KI-Asistenten

Rollout des KI-Assistenten für nachhaltigen Tourismus



Winterkampagne in den Märkten AT, DE, CZ und NL



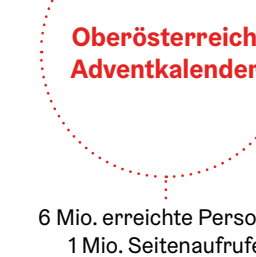
Tourismus Monitor Austria

Einführung der Gästebefragung in allen Destinationen Oberösterreichs



Eisbär

Oberösterreich-Kollektion mit „Eisbär“



Oberösterreich Adventskalender

6 Mio. erreichte Personen
1 Mio. Seitenaufrufe



ECHT!JETZT!

Ausrollung neuer Markenauftritt & Kommunikationsstrategie

Das Jahr auf einen Blick.

Ausgewählte Schwerpunkte 2025.