

Ein Griaß di an die neuen Wintergäste

Der Winter naht – und auch Oberösterreich hofft wieder auf eine besonders starke Saison.

••• Von Andre Exner

LINZ. Oberösterreich ist mehr als nur ein erfolgreicher Industriestandort mit Milliardenkonzernen wie voestalpine, Start-ups wie Runtastic und Familienbetrieben wie dem Autzulieferer Miba oder dem Kunststoffproduzenten Greiner: Jeder zehnte Euro wird in Oberösterreich in der Tourismusbranche erwirtschaftet – das entspricht einer Wertschöpfung von 6,25 Mrd. € jährlich.

Die Hauptsaison ist der Winter: „Mit einem Drittel mehr Urlaubsgästen innerhalb von zehn Jahren erweist sich Oberösterreich als zunehmend attraktive Winterdestination“, freut sich Landeshauptmann-Stellvertreter Michael Strugl. Denn auch in der jüngsten Saison hielt der Aufwärtstrend an: Von November 2016 bis April 2017 weist die Tourismusstatistik 1,08 Mio. Gäste in Oberösterreich aus; das ist ein Plus von 5,8 Prozent im Vergleich zum Jahr davor (siehe Grafik) und legt die Latte für die Saison 2017/18 hoch. „Neue Investitionen in den Skigebieten und Gesundheitsbetrieben sowie in zusätzliche Hotelbetten haben das Ziel, die positive Entwicklung fortzuschreiben“, verspricht Strugl.

Marketing mit Emotion

Die Grundlage für das Wachstum sind die neuen Marketingmaßnahmen. Oberösterreich steht traditionell für Familienurlaub mit Qualität – und dieses Image wird auch durch die bereits laufende Winterkampagne 2017/18 unterstrichen. In den Kernmärkten Österreich, Deutschland und Tschechien wird die Kampagne von Oberösterreich Tourismus



© David Lugmayr

von den sieben Top-Skigebieten Oberösterreichs, der Ferienregion Böhmerwald sowie den Markendestinationen Pyhrn-Priel, Salzkammergut und Mühlviertel getragen. „Die Kernbotschaft – Oberösterreichs Winterdestinationen sind schnell und gut erreichbar und bieten das perfekte Wintersport-Umfeld für Familien – wird über eine emotionale Ansprache transpor-

Oberösterreich steht seit jeher für Familienurlaub mit dem besonderen Erlebnis. Die meisten ausländischen Gäste kommen aus Deutschland sowie aus den CEE-Ländern.

tiert“, sagt Andreas Winkelhofer, Geschäftsführer von Oberösterreich Tourismus. In außergewöhnlichen und emotionalen Urlaubsmomenten – Kinder lernen Skifahren oder bauen eine Schneeschanze, ein Carver lebt seine Sportleidenschaft aus – soll sich die Zielgruppe wiederfinden; die Stories dazu werden in Hörfunk- und Fernseh- bzw. Kinospots erzählt. Die Ausstrahlung der Spots wird von einem Internetauftritt sowie von Social Media Marketing auf Facebook und YouTube begleitet.

Gipfel-Sieg

Skifahrer am Dachstein: Die Nächtigungen in Oberösterreich steigen.

**+5,8
Prozent**

Gästatistik

Von November '16 bis April '17 weist die Tourismusstatistik 1,08 Mio. Gäste in Oberösterreich aus; das ist ein Plus von 5,8% im Vergleich zum Jahr davor.

Wintertourismus in Oberösterreich

Zahlen & Fakten

Gästekünfte	1,08 Mio.
Nächtigungen	2,82 Mio.
Anteil inländischer Gäste	63%
Anteil Gäste aus Oberösterreich	23%
Anteil Gäste aus Deutschland	18,1%
Aufenthaltsdauer durchschnittlich	2,6 Nächte
Anzahl Beherbergungsbetriebe	3.064
Anzahl Betten im Winterhalbjahr	60.402

Quelle: Oberösterreich Tourismus, Wintersaison 2016/17

Wellness und Adventmärkte

Genusswinter bedeutet Freizeitaktivitäten in verschneiten Landschaften. Ob Schneeschuhwanderung, Pferdeschlittenfahrten oder Wellnessurlaub im Winter: Auch diese Bilder werden im Marketing transportiert. Ein Highlight: Der Adventmarkt in der „Christkindlstadt“ Steyr.