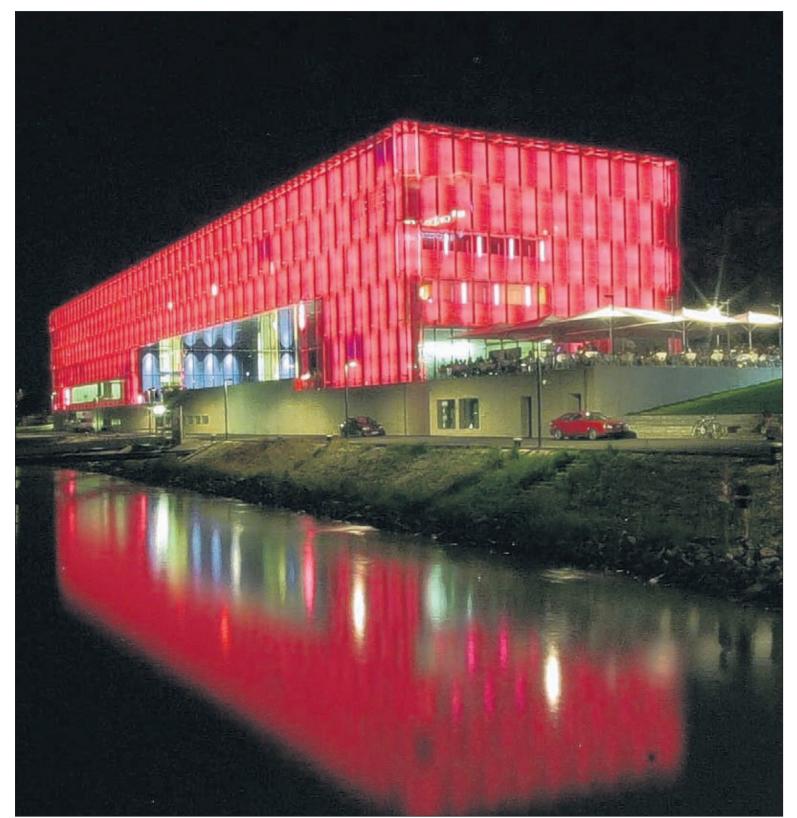
Tourismus Nachrichten

Nr. 42 € 1,00 U N A B H € N G I G www.nachrichten.at Freitag, 3. Oktober 2008



Das Lentos Kunstmuseum in Linz ist einer der "Architektur-Vorreiter" in Oberösterreich.

Foto: Weihbold

Architektur im Tourismus bringt mehr Gäste und Umsatz

LINZ. Tourismus und Architektur sind untrennbar miteinander verbunden. Die Gäste entwickeln immer höhere Ansprüche – daher sind Ortsbild und Architektur immer häufiger ein Entscheidungskriterium für (oder gegen) einen Urlaub in einer Stadt oder Region.

"Wie im Wohnbau ist der Anspruch auch bei touristischen Einrichtungen gestiegen", sagt Gerhard Neulinger, Geschäftsführer des Architekturforums Oberösterreich, im Interview mit den TourismusNachrichten.

Immer mehr Menschen setzen sich mit Raumgestaltung und Design auseinander. Damit steigen zugleich die Ansprüche an Funktionalität, Wohlfühlund Erlebnisqualität - unverzichtbare Größen für einen gelungenen Urlaub.

Laut Marktforschung MonA Sommer 2006) entscheiden Ortsbild und Architektur über einen Urlaub in Oberösterreich. Damit finden sie sich bereits unter den Top-10-Entscheidungskriterien, was seinen Niederschlag in der Werbung findet. Welcher Hotel-Auftritt im Internet oder Prospekt kommt schon ohne Bild der Unterkunft oder der baulichen Sehenswürdigkeiten der Gegend aus?

dass bei manchen Hotelbauten immer noch architektonische Überlegungen zur Funktionalität und Gestaltung fehlen", zitiert Rainer Jelinek vom OÖ. Tourismus aktuelle Studien. "Dabei bietet zeitgenössische

"Umso mehr verwundert, architektonische Gestaltung ein großes innovatives Potenzial." Mindestens genauso wichtig

wie die Architektur eines Beherbergungsbetriebs sind der Duft und die Beleuchtung in einem Hotel.

Seiten 4, 5 und 7



Das Schloss Ort in Gmunden zählt zum architektonischen Erbe im Salzkammergut.

Foto: Wodicka

LANDSCHAFTEN



SERVUS

äste, die in einer Stadt oder Region urlauben, kommen nicht selten der architektonischen Sehenswürdigkeiten wegen. Immer wichtiger wird aber die Gestaltung der Unterkunft, schließlich werden die Gäste anspruchsvoller und wirkt sich moderne Architektur positiv auf den Umsatz aus.

TOURISMUS ÜBERBLICK

Adaptiertes Konzept

LINZ. Der Landes-Tourismusrat in Oberösterreich hat Ende Juni das Landes-Tourismuskonzept 2008 bis 2010 beschlossen. Hans Schenner (Bild), Vorsitzender des Gremiums und Bundesspartenob-



mann der Tourismus- und Freizeitwirtschaft in der Wirtschaftskammer, erklärt im TN-Interview die künftigen Schwerpunktsetzungen und Anpassun-

JKU: Touristiker-Schmiede

LINZ. Mit Tourismus-Wissen in die Praxis entlassen: 21 Frauen und sieben Männer durften sich im Juni über den Abschluss des MBA-Programms für Tourismusmanagement an der Kepler-Uni Linz (JKU) freuen. Insgesamt wurden bereits 300 Tourismus-Manager an der JKU ausgebildet. Seite 3

Spirituelles Wandern

FREISTADT. Pilgern und spirituelles Wandern wird immer beliebter. Das Mühlviertel bietet gleich zwei Möglichkeiten dafür: den "pilger_Pfad" in Unterweißenbach und den "Chakra-Weg" in Rain-



Seite 9

Ge(h)sundheitsbewegung

SEEWALCHEN. Als Drehscheibe im Gesundheitstourismus für Tourismusbetrieb und Gesundheitsanbieter soll sich das Pilotprojekt "Das Zentrum Mensch – Ge(h)sundbewegung Salzkammergut" entwickeln. Noch heuer startet ein Pilotprojekt.

Kooperation Tiscover-RiS

LINZ. Die Reiseplattform Tiscover und RiS, der wichtigste Anbieter kommunaler Websites in Österreich, bauen mit einer gemeinsamen Schnittstelle das Service- und Informationsangebot für Gemeinden und Städte aus. Die Einrichtung dieser Schnittstelle ist für die Gemeinden kostenlos: Seite 16

NACHRICHTEN SERVICE

Tipps und Termine auf Seite 6 Internet-Tipp auf Seite 7 Ihr gutes Recht auf Seite 16

NACHRICHTEN ADRESSEN

Verlag: 4010 Linz, Promenade 23, 0732/7805-0 Anzeigenannahme: 0732/7805-500, Fax 0732/4878 Abonnentenservice: 0732/7805-560, Fax 0732/794 e-Mail: c.schuhmann@nachrichten.at

e.eidenberger@nachrichten.at elisabeth.kierner@lto.at tourismus@nachrichten.at

www.oberoesterreich-tourismus.at P.b.b. Erscheinungsort Linz, Verlagspostamt 4020 Linz, G Z02Z030390 M **Tourismus** Nachrichten Freitag, 3. Oktober 2008



Energie als Kostentreiber

laus Ennemoser, Obmann des Fachverbands Hotellerie in der Wirtschaftskammer Österreich, hat vor mehreren Wochen aufhorchen lassen - und zwar mit einer "Gewinnwarnung" für die rotweißroten Beherbergungsbetriebe. Verantwortlich dafür, dass das Ergebnis heuer schlechter ausfallen werde als 2007 ist laut Ennemoser die massive Verteuerung der Energiepreise, die in diesem Ausmaß nicht vorhersehbar gewesen sei.

Ganz so plötzlich vom Himmel gefallen sind die Energiepreissteigerungen freilich nicht, es ist dennoch höchste Zeit zum Handeln in puncto Energieeffizienz.

Energieeffizienz in der **Hotellerie ist** das Gebot der Stunde.

Denn bereits zu Jahresbeginn, als der Ölpreis bei rund 100 US-Dollar gelegen ist, haben laut Berechnungen der Österreichischen Hoteliervereinigung (ÖHV) die Energiekosten in der heimischen Drei-Stern-Hotellerie 6,66 Prozent des Jahresumsatzes "aufgefressen". In der Vier- und Fünfstern-Kategorie waren es 5,3 Prozent. Werde nicht rasch gegengesteuert, würden die Energiekosten im Jahr 2014 auf zwölf bis 14 Prozent des Jahresumsatzes klettern, warnte die ÖHV.

Einen Ausweg – beim Hotel-Neubau - zeigt die Wiener Hotelchefin Michaela Reitterer auf, die laut eigenen Angaben das weltweit erste Stadthotel mit Null-Energie-Bilanz baut. Dabei liefern u. a. zwei Windräder auf dem Dach ebenso Strom wie eine 77 Quadratmeter große Photovoltaikanlage.

Die Mehrkosten gegenüber dem konventionellen Hotelbau betragen zwar zehn Prozent, die Investitionen werden sich aber spätestens in acht Jahren amortisiert haben. Vermutlich sogar früher, wenn die Energiepreise weiter so steigen wie zuletzt.

E-Mail: c.schuhmann@nachrichten.at

TN ÜBERBLICK

Salzkammergut Symposium

Die Salzkammergut Tourismus-Marketing GmbH veranstaltet am 22. Oktober 2008 (14 bis 16 Uhr) das 6. Salzkammergut Symposium, das unter dem Titel "Wachstum, Innovation und Nachhaltigkeit - Entwicklung zur Ganzjahresdestination" steht.

Die Referenten sind:

Telefon: 0732 / 72 77-100

- Werner Taurer / Kohl & Partner Tourismusberatung GmbH
- Dir. Gunter Mackinger / Salzkammergutbahn GmbH
- Thomas Biersack / Chefredakteur ADAC Verlag - ADAC Skiatlas. Info: www.salzkammergut.at

OÖTourismus Impressum

Eigentümer, Medieninhaber und Hersteller: OÖN Redaktions GmbH & Co. KG: Promenade 23, 4010 Linz, Telefon: 0732 / 78 05-0 Herausgeber: Oberösterreich Tourismus Freistädter Straße 119, 4041 Linz

Verleger: Ing. Rudolf Andreas Cuturi, MAS, MIM Produktmanagement und redaktionelle Betreuung: Mag. Clemens Schuhmann, Elisabeth Eidenberger

Anzeigen: Mag. Günther Plank Layout: Technische Redaktion Fax/Redaktion: 0732 / 78 05-329

E-Mail/Redaktion: tourismus@nachrichten.at Fax/Anzeigen: 0732 / 78 48 21

Unabhängige Berichterstattung über den Tourismus in Oberösterreich uns seine Auswirkungen auf den gesamten Wirtschaftsraum

"Werden uns verstärkt dem Thema Internationalisierung widmen"

LINZ. Der Landes-Tourismusrat in Oberösterreich hat Ende Juni das Landes-Tourismuskonzept 2008 bis 2010 beschlossen. Hans Schenner, Vorsitzender des Gremiums und Bundesspartenobmann der Tourismus- und Freizeitwirtschaft in der Wirtschaftskammer, erklärt im TN-Interview die künftigen Schwerpunktsetzungen und Anpassungen.

TN: Der Landes-Tourismusrat hat am 24. Juni das neue Landes-Tourismuskonzept 2008-2010 beschlossen. War denn eine strategische Neuausrichtung der oberösterreichischen Tourismus- und Freizeitwirtschaft notwendig?

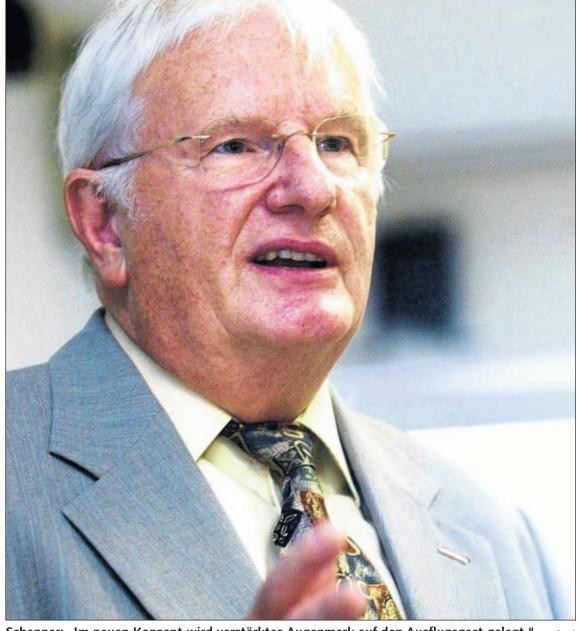
HANS SCHENNER: Nein, ganz und gar nicht, denn die oberösterreichische Tourismuswirtschaft ist ja sehr erfolgreich unterwegs. Wir haben Ende vergangenen Jahres die bisherige Laufzeit des "Kursbuches Tourismus und Freizeitwirtschaft Oberösterreich" evaluieren lassen und festgestellt, dass der eingeschlagene Weg stimmt.

Die Maßnahmen des "alten" Landes-Tourismuskonzeptes wurden also sehr erfolgreich umgesetzt. Für die restliche Laufzeit des Kursbuches bis 2010 haben wir nun die Maßnahmen im neuen "Landes-Tourismuskonzept 2010" festgelegt. Es handelt sich um eine kontinuierliche Fortschreibung der eingeschlagenen erfolgreichen Strategie, mit einigen kleinen Anpassungen in den Details.

TN: Was ist nun neu? Welche Schwerpunkte wurden ergänzt?

SCHENNER: Wir werden uns verstärkt mit dem Thema Internationalisierung beschäftigen. Auf Bundesebene wurde ja von den neun Landes-Tourismusorganisationen und der Österreich Werbung die "Allianz der 10" gegründet. Es sollen dadurch internationale Herkunftsmärkte koordiniert bearbeitet werden. Diese Bemühungen sind natürlich auch in den oberösterreichischen Tourismusthemen berücksichtigt. Wir werden uns an diesen Maßnahmen aktiv beteiligen.

Ein weiterer Schwerpunkt ist der Geschäftstourismus. Zum einen werden wir die Bedeu-



Schenner: "Im neuen Konzept wird verstärktes Augenmerk auf den Ausflugsgast gelegt."

tung des Geschäftstourismus für einen starken Wirtschaftsstandort, wie Oberösterreich es nun einmal ist, genauer analysieren. Zum anderen wurde ein Convention Bureau als Netzwerk der oberösterreichischen Tagungsindustrie gegründet. Ziel ist es, für die Seminar- und Kongressanbieter neue Kunden zu akquirieren und somit zur Umsatz- und Auslastungssteigerung beizutragen.

TN: Das betrifft den Nächtigungstourismus. Was tut sich denn im Ausflugstourismus?

SCHENNER: Aktuelle Marktforschungsergebnisse belegen die außerordentlich hohe Bedeutung des Ausflugstourismus in Oberösterreich eindeu-

tig. Die Oberösterreicher gelten ja als "Ausflugsweltmeister". Daher wurde im neuen Landes-Tourismuskonzept ganz bewusst auch ein verstärktes Augenmerk auf den Ausflugsbereich gelegt.

Nicht nur das Thema Kulinarik mit dem "Genussland Oberösterreich" spielt hier eine große Rolle. Gemeinsam mit der Fachgruppe Freizeitbetriebe in der Wirtschaftskammer Oberösterreich und einem großen Medienpartner arbeitet man auch an der Entwicklung einer speziellen Ausflugsplattform im Internet.

TN: Das Internet gewinnt im Tourismus als Informationsmedium durch die kurzfristigeren Reiseentscheidungen immer mehr an Bedeutung. Wie wird diesem Trend im überarbeiteten Landes-Tourismuskonzept Rechnung getragen?

SCHENNER: Die eben beschriebene Ausflugsplattform geht genau in diese Richtung. Hier können sich die Ausflugsgäste tagesaktuell über die Ausflugsangebote in Oberösterreich informieren. Es gibt aber auch zu allen Tourismusthemen eigene Themenplattformen im Internet. In diesem Bereich soll verstärktes Augenmerk auf die Integration von so genannten Web 2.0-Applikationen und auf mehr Engagement Suchmaschinenmanageim ment gelegt werden.

ARGE DONAU ÖSTERREICH: 25 Millionen Euro Marketingbudget für gemeinsame Werbung

Die Donau wird zur grenzenlosen Marke

ENNS. Die Qualitätsmarke Donau noch stärker touristisch nützen. Das ist das Ziel der Arbeitsgemeinschaft (ARGE) Donau Österreich, die am 25. August gleich drei Landeshauptleute aus der Taufe hoben.

Landeshauptmann Pühringer nennt die Schlögener Schlinge als schönsten Donauabschnitt, LH Erwin Pröll (NÖ) naturgemäß die Welterberegion Wachau. LH Michael Häupl (Wien) votiert wenig überraschend für das Altstadtufer des Donaukanals. Alle drei gaben auf der "MS Anton Bruckner" im Ennshafen das Startsignal für ein gemeinsames, grenzenloses Werben für die Donauregion.

Ziel der ARGE Donau ist es, die Donau, einen der beliebtes-Markenbegriffe Österreichs, in den Köpfen der Einheimischen und der ausländischen Gäste als erstrangige Erlebnisregion zu verankern und sie viel stärker als bisher zu touristischen Erfolgen für die drei Bundesländer zu nützen.

"Die Donau ist nicht teilbar, sie ist der Strom Österreichs schlechthin. Sie bietet einen ungeheuren Schatz an Kultur und Naturschönheit und damit eine große Chance für eine gemeinsame Vermarktung", sagte Pühringer. "Wir müssen die Donau auch international noch stärker positionieren", waren sich Pröll und Häupl mit ihrem oberösterreichischen Kollegen einig.

25 Millionen Euro Budget

Aus den gemeinsamen Marketingbudgets der drei Landestourismusorganisationen und den beiden Werbegemeinschaften Donau Oberösterreich und



Pühringer, Pröll und Häupl (v. li.) mit der Gründungsurkunde

Donau Niederösterreich - immerhin 25 Millionen Euro jährlich - sollen ab sofort grenzenlose neue Produktangebote finanziert werden (www.austria.info/donau, erlebnis.do-Wichtiger nau@austria.info). Partner dabei ist die Österreich Werbung.

"Dreiertandem" soll rund 20 Jahre nach einer Studienempfehlung für diese Zusammenarbeit "den Text der Bundeshymne mit Leben erfüllen: Land am Strome", sagte der Vorsitzende der Werbegemeinschaft Donau OÖ., Friedrich Bernhofer.



28 frisch gebackene Tourismus-Manager des Master-Programms erhielten im Juni 2008 ihre Diplome.

Bereits 300 Tourismus-Manager an der Kepler Uni in Linz ausgebildet

LINZ. Mit Tourismus-Wissen in die Praxis entlassen: 21 Frauen und sieben Männer durften sich im Juni über den Abschluss des MBA-Programms für Tourismusmanagement

"Mitarbeiter im Tourismus sind gefordert, immer höhere Ansprüche zu erfüllen", sagt Studienleiterin Herta Neiß. Kooperationen, etwa mit dem OÖ. Tourismus würden die Verknüpfung der Theorie mit der Praxis ermöglichen. Mittlerweile gibt es den Tourismus-Lehrgang seit 10 Jahren und es kann auf 300 Absolventen verwiesen werden, die mehr als 160 tourismusspezifische Abschlussarbeiten verfasst haben.

die Ausbildung Basis für weitere Karriereschritte. Einer davon ist Philipp Neumüller, Leiter der Österreich Werbung in Shanghai. "Im Uni-Lehrgang sammelte ich Knowhow, jetzt kann ich in China das Urlaubs-

Für einige Absolventen war land Österreich bewerben", sagt er.

In fünf Semestern haben diese 28 Touristiker an der Johannes Kepler Universität alles gelernt, was man wissen muss. Inhalt des Master-Programms umfasst Bereiche wie Grundlagen der touristischen Betriebswirtschaftslehre. Tourismus- und Freizeitwirtschaft, touristische Leistungsträger, Kultur-, Museums- und Veranstaltungsmanagement sowie Unternehmensgründung und Finanzierung.

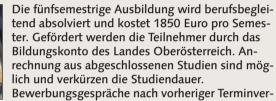
Der Lehrgang wird berufsbegleitend absolviert und findet an jeweils zwei Wochenenden pro Monat statt. Die Studierenden erwerben in den Modulschwerpunkten praxisbezogenes Wissen. Insgesamt werden 600 Unterrichtseinheiten abgehalten. Abgeschlossen wird das Programm mit dem akademischen Grad "Master of Business Administration Tourismusmanagement".

http://tourismus.jku.at

DIE AUSBILDUNG

Tourismus-Management an der JKU





einbarung sind jederzeit möglich.



In Wirtshäusern darf weiterhin geraucht werden. (Reuters)

GASTRONOMIE: Wahlfreiheit bis 50 m²

Nichtraucherregelung neu ab 1. Jänner 2009

LINZ. Mit 1. Jänner 2009 wird die neue Nichtraucherregelung in Kraft treten. Dabei können Lokale mit einem Gastraum bis 50 Ouadratmeter weiterhin frei entscheiden, ob das Rauchen für die Gäste erlaubt ist oder nicht.

Bei Lokalen von 50 bis 80 Quadratmetern hat die Behörde zu beurteilen, ob eine räumliche Trennung baulich möglich ist oder nicht. Diese Beurteilung erfolgt unter den Aspekten baurechtlicher, feuerrechtlicher und denkmalschutzrechtlicher Bestimmungen.

In Lokalen mit mehr als 80 Quadratmetern hat der Gastwirt für eine räumliche Trennung in seinem Lokal zu sorgen. Maximal die Hälfte der Verabreichungsplätze von Speisen und Getränken darf in Räumen gelegen sein, in denen geraucht werden darf.

"Die neue Regelung ist sicherlich ein Erfolg, weil es kein generelles Nichtrauchen gibt wie in anderen europäischen Ländern", sagt Peter Paul Frömmel, Geschäftsführer der Sparte Tourismus- und Freizeit-wirtschaft in der Wirtschaftskammer OÖ. Gleichzeitig schränkt er ein: "Wir werden bei der Umsetzung noch viel Mühe haben, weil relativ viele Punkt noch offen bleiben."



Peter Paul Frömmel (Petuely)

KULTUR: Abt- und Meditationsweg wird saniert

St. Oswald und Vyssi Brod arbeiten an EU-Projekt

LINZ. St. Oswald und das Zisterzienserstift Vyssi Brod (Hohenfurth) haben eine Arbeitsgemeinschaft gegründet - mit dem Ziel, den historischen Abtweg in Vyssi Brod und den Meditationsweg in St. Oswald zu sanieren. Gefördert wird das Projekt zu 50 Prozent aus Mitteln der EU.

Bereits 2007 besichtigte eine Delegation mit St. Oswalder Touristikern den historischen, 700 Jahre alten Abtweg in Vyssi Brod. "Beide Wege haben viele Gemeinsamkeiten, den historischen Hintergrund, Gesteinsformationen", sagte Mange und den Internetauftritt.

fred Kastl, Tourismuskernobmann von St. Oswald.

Bei einer Begehung mit dem tschechischen Partner entlang des Meditationsweges in St. Oswald zeigte sich Projektleiter Jiri Franc aus Vyssi Brod begeistert: Vor allem die Bachpromenade mit ihren Sehenswürdigkeiten, die Wallfahrtskirche Maria Bründl mit der Heilquelle und die Infrastruktur in St. Oswald fanden große Aufmerksamkeit.

Das Projekt umfasst die Wegsanierung, die Optimierung des lichen Flussläufe und einzigartige systems, eine Marketingkampa-

SPORT: Hunderte Boten für das Innviertel

S'Innviertel: Sportflieger-WM brachte 3000 Nächtigungen

LINZ/KIRCHHAM. Die Sportflieger-Weltmeisterschaften haben zwischen 13. und 26. Juli 2008 erstmals in Österreich stattgefunden – u. a. in Ried bzw. auf dem Flugplatz in Kirchheim in der Region S'Innviertel.

"Durch die Veranstaltung gab's in der Region 3000 Nächtigungen", sagt Gerald Hartl, Geschäftsführer des Tourismusverbandes S'Innviertel. "Alleine beim Höhepunkt der Veranstaltung, der Flugshow, waren laut Feuerwehr knapp 15.000 Besucher da."

Die Wertschöpfung für die Region durch diese Veranstaltung mit 180 Teilnehmern aus 24 Nationen ist enorm, schließlich gibt

ein Nächtigungsgast im Schnitt 80 bis 100 Euro pro Tag aus. Dazu kommt noch der unbezahlbare Werbewert, denn die Flieger aus Chile, Russland, Frankreich, Spanien oder Südafrika, die auch die touristischen Angebote nutzten, werden zu Boten für das Inn-

Diesen Schwung will der Tourismusverband S'Innviertel nutzen: "Wir wollen Sport- und Hobbyfliegern, speziell in Deutschland, anbieten, dass sie hier im Innviertel urlauben - und mit ihrem Fluggerät den Flugplatz in Kirchheim nutzen", sagt Hartl. "Wir sind gerade dabei, die Flieger-Klubs zu erheben."



Qualität hat viele Gesichter

n Oberösterreich wurden in den vergangenen drei Jahren mehr als 180 Millionen Euro in die Qualitätsverbesserung und den Neubau von Hotels investiert und damit rund 2200 neue bzw. aufgewertete Betten geschaffen. Das bringt einen enormen Qualitätsschub für die Tourismuswirtschaft, der von den Gästen wahrgenommen und goutiert wird.

Einige dieser neuen Hotels und Adaptionen stellen wir Ihnen ab die-

ser Ausgabe der TourismusNachrichten vor. Mit dem Schwerpunktthema "Architektur und Tourismus" wollen wir Ihr Bewusstsein dafür

Nicht nur die Hardware eines **Hotels muss** passen.

schärfen, dass Qualität viele Gesichter haben kann. Das beginnt bei der "Hardware" wie etwa Bauten, die sich optisch ansprechend in die Landschaft fügen und funktional sind und reicht bis zu Duft- und Klangteppichen oder Lichtsystemen, die ebenso zum ganzheitlichen Erscheinungsbild beitragen.

Was bewirkt allerdings die modernste Einrichtung, das teuerste Akustik- und Lichtdesign, wenn etwa die Stimme am Telefon gereizt wirkt oder der Staubsauger vor dem Ruheraum zur Sauna als störendes Nebengeräusch empfunden wird? Die dauerhafte Auseinandersetzung mit der eigenen Persönlichkeit und den Kollegen verlangt sehr viel Engagement.

Eine positive, freundliche Grundstimmung des Gastgebers etwa strahlt nicht nur Herzlichkeit den Gästen gegenüber aus, sondern vermittelt auch den Mitarbeitern diese Werte, die sie übernehmen. Regelmäßige Schulungen von "soft skills" und Maßnahmen zur Mitarbeitermotivation sollten deshalb ebenso am Plan eines erfolgreichen Unternehmers stehen wie die zeitgemäße Anpassung seines Angebotes.

Denn damit lohnt sich der Aufwand von Oualitätsverbesserung im Hardwarebereich erst richtig.

TN ÜBERBLICK

Regionale **Tourismuskonferenzen**

Im Herbst finden die jährlichen regionalen Tourismuskonferenzen für Vorsitzende und Geschäftsführer der Tourismusverbände sowie alle weiteren am Tourismus in Oberösterreich Interessier-

- Salzkammergut: 22. Oktober 2008, 11.30 Uhr Regionale Tourismuskonferenz (14 Uhr Salzkammergut Symposium), Bad Ischl, Kongress- & Theater-
- Mühlviertel: 29. Oktober 2008, 14 Uhr, Landgasthof Diendorfer, Haslach
- Inn- und Hausruckviertler Thermenland: 05. November 2008, 14 Uhr, Business Center, Schloss Aurolzmünster.
- Linz/Donau: 10. November 2008, 14 Uhr regionale Tourismuskonferenz, 15 Uhr Jahreshauptversammlung Donau, Ennshafen Enns
- Nationalparkregion: 19. November 2008, 14 Uhr, Landhotel Eckhard, St. Ulrich/Stevr

eum lentos kunst muser nientos ku stmuseumlen 1105 e an

oskuns museum lentos kunstmuse

Drei "Architektur-Vorreiter" aus Oberösterreich wurden bei einer Studie zum Thema genauer unter die Lupe genommen: das Lentos Kunstmuseum in Linz, ...

Auf Qualität bauen und damit unverwechselbare Marke werden

LINZ. Ein markanter Kirchenbau, ein typisches Seebad, eine urige Gaststube: Mindestens so wichtig wie jene Bauten, die sie sehen wollen, wird zunehmend die Architektur, in der Urlauber wohnen wollen.

VON CLAUDIA WERNER

Reiseerfahrene Touristen fragen sich immer öfter, ob traditionelle Tourismusorte an den Küsten oder in den Bergen so aussehen müssen, wie sie aussehen: In den Alpen "Edelweiß-Archi- Destination könne damit aus allen Bundesländern, in Dienstleistung trägt sie tektur" mit viel sichtbaren Balken und Balkonen mit Geranien, an den Mittel meerküsten "Bettenburgen" mit gleichförmigen Wiederholungen von Fenstern.

"Wie im Wohnbau ist der Anspruch auch bei touristischen Einrichtungen gestiegen", sagt Gerhard Neulinger, Geschäftsführer des Architekturforums Oberösterreich (siehe Interview rechts). Immer mehr Menschen setzen sich mit Raumgestaltung und Design auseinander. Damit steigen zugleich die Ansprüche an Funktionalität, Wohlfühlund Erlebnisqualität - unverzichtbare Größen für einen gelungenen Urlaub.

Laut Marktforschung (T-MonA Sommer 2006) entscheiden Ortsbild und Architektur über einen Urlaub in Oberösterreich. Damit finden sie sich bereits unter den Top-10-Entscheidungskriterien, was seinen Niederschlag in der Werbung findet. Welcher Hotel-Auftritt im Internet oder Pro-

dass bei manchen Hotelbauten immer noch architekto-Funktionalität und Gestaltung fehlen", zitiert Rainer Jelinek vom OÖ. Tourismus aktuelle Studien. "Dabei bietet zeitgenössische architektonische Gestaltung ein die

... die Höss-Halle in Hinterstoder,

spekt kommt schon ohne eine eigene Identität bilden Oberösterreich genauer un- zum betriebswirtschaftli-Bild der Unterkunft oder und Markenprofilierung tersucht wurden das Lentos chen Erfolg eines Unternehder baulichen Sehenswür- betreiben. Die Studie "Ar- Kunstmuseum in Linz, Seedigkeiten der Gegend aus? chitektur macht Gäste", camping Gruber in Nuß-"Umso mehr verwundert, präsentiert bei einem Symposium von Touristikern und Architekten in Vorarlnische Überlegungen zur berg, zeigt die Wirkung an-

spruchsvoller Architektur:

Für 88 Prozent der befragten Betreiber bzw. Figentiimer gut gehauter Tourismusbetriebe hat sich Investition in anspruchsvolle Architektur durchdachten Unternehrentiert (befragt wurden mens- und Markenkonzept Ein Unternehmen, eine 300 Architektur-Vorreiter sowie serviceorientierter

dorf/Attersee sowie die Höss-Halle in Hinterstoder).

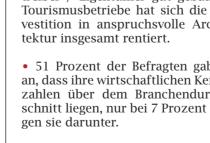
Beitrag zum Erfolg

"Qualitätsvolle Architektur ist im Tourismus keine allein stehende Größe", erläutert Bibiane Hromas, Verfasserin der Studie. "Im Zusammenhang mit einem

mens wesentlich bei." Mehr als die Hälfte der

Befragten gaben weiters an, dass ihre wirtschaftlichen Kennzahlen über dem Branchendurchschnitt liegen. Wichtigstes Merkmal sei die Qualität, wie Neulinger betont: "Mit zeit- und standortgemäßer Architektur lassen sich Akzente setzen." Dabei gehörten das Ortsbild ebenso miteinbezogen wie traditionelle Baumaterialien, um eigene Identitäten zu schaffen.

Foto: Riepl Riepl/Josef Pausch



• Für 80 Prozent ist die eingesetzte wichtiger Marketingfaktor.

• Für 97 Prozent der Befragten hat sich die Erwartung der Differenzierung von Wettbewerbern erfüllt, für 95 Prozent die Erwartung, nun für neue Gästeschichten attraktiv zu



... das Seecamping Gruber in Nussdorf am Attersee

Studie: Architektur macht Gäste

Den Zusammenhang zwischen Architektur und Wirtschaftlichkeit im Tourismus untersucht erstmals die Grundlagenstudie "Architektur macht Gäste", konzipiert und durchgeführt von "pla'tou". Plattform für Architektur im Tourismus. Einige der wichtigsten Punkte:

 Für 88 Prozent der befragten Betreiber / Eigentümer gut gebauter Tourismusbetriebe hat sich die Investition in anspruchsvolle Archi-

• 51 Prozent der Befragten gaben an, dass ihre wirtschaftlichen Kennzahlen über dem Branchendurchschnitt liegen, nur bei 7 Prozent lie-

• Die wirtschaftlichen Kennzahlen können bei Zu- und Umbauten unter Einsatz moderner Architektur signifikant verbessert werden, am häufigsten wird eine 25-prozentige Steigerung der jeweils relevanten Erfolgskennzahlen angegeben.

zeitgenössische Architektur ein

"Das Bild vom Haus ist entscheidend"

höhere Ansprüche. Wie untrennbar Architektur und Tourismus verwoben sind, erklärt Gerhard Neulinger, Geschäftsführer des Architekturforums OÖ.

VON CLAUDIA WERNER

TN: Warum sehen so viele Hotelbauten und Wellness-Anlagen gleich aus?

NEULINGER: Gute Frage. Bei vielen ist es sicher ein Kostenfaktor, wenn alles so angenommen wird, wie es eben erhältlich ist. Gerade im Tourismus sind oft traditionelle Betriebe zu finden, in denen nicht groß auf Innovation gesetzt wird. Hier steht man auf dem Standpunkt, die Urlauber kommen ohnehin we- einbindet. gen der Landschaft und Übersehen wird allerdings weiß-Architektur"? oft, dass der Urlauber mitt-

TN: Wenn vielfach die Meinung herrscht, Urlauber wollten klischeehafte Hotelarchitektur, was versteht man dann unter "authentischer Architektur"?

NEULINGER: Es geht nicht

um einen Schnellschuss oder modischen Gag, den man nach ein paar Jahren nicht mehr anschauen kann, weil er unzeitgemäß oder peinlich ist. Vielmehr soll ein Neu- oder Umbau Qualität haben, die über Iahre und Jahrzehnte bestehen kann, die durchaus Anleihen aus der traditionellen Bauweise nimmt, sie womöglich mit traditionellen Baumaterialien weiterführt und in die Landschaft

TN: Funktionieren moderne Bauten neben "Edel

einige Schritte weitergehen. Dazu muss der Stil nicht komplett umgedreht wer-

TN: Gibt es dabei ein "Richtig" oder "Falsch"?

NEULINGER: Das ist ein schwer zu definierender Grat. Auf einer beschaulichen Alm einen Wirbel mit veranstalten, halte ich nicht für den richtigen Weg. Das wäre Spektakel-Architektur. Hier passen eher Ruhe und Entspannung, die sich im Bau wiederfinden.

TN: Wird Architektur den offenbar steigenden Ansprüchen gerecht? Gibt's Vorzeigebeispiele?

mehr zeitgemäß. Man sollte terreichweit führend. Museen und Ausstellungsgebäude gibt es auch einige,

Event und Drumherum zu

NEULINGER: Im touristischen Bereich gibt es bei generell kann Oberöster-**NEULINGER:** Es ist der reich mittlerweile auf zahllerweile verstärkt Neues, einzige Weg - und es wäre reiche hochqualitative Vor-Anderes sucht und sich verlogen, immer wieder zeigebauten verweisen. Al-

angefangen bei der Höss- Die Dichte an Bauten ist in Halle in Hinterstoder über der Stadt natürlich höher. das Kulturzentrum Bruckmühle in Pregarten, Strand-Hotelier, wenn er mit Hilfe bäder wie jenes in Gmunvon Architekten baut? Und den, Seecamping Gruber in was, wenn er um seine

Nußdorf am Attersee bis hin zum Marktplatz in Ottensheim.

TN: Bestehen Stadt-Land-Unterschiede? **Neulinger:** Wir ver-

zeichnen immer mehr Anfragen, welche speziell modernen architektonischen Besonderheiten man an-

sehr wohl überlegt, wo er dasselbe zu planen. Ein ge- lein bei den modernen Kir- Gerhard Neulinger Foto: afo verwenden, die keinen ab- besichtigt zu werden.

der Stadt als auch auf dem elle erhält. Damit kann Land. Dafür gibt es eine gar man sich außerdem voneinicht so kleine Zielgruppe. nander abgrenzen.

TN: Lassen sich mit dem Architektur-Fokus neue Ziel-**TN:** *Was bringt es einem*

aruppen erschließen? **NEULINGER:** Sicher, heute gehört das Thema oft untrennbar zur Reise dazu. Kulturinteressierte Urlauber sind mittlerweile aufgeschlossener und interesrend das früher eher ein Bereich fürs Fachpublikum war. Tourismus und Archi-Haus wird entscheidend für den Urlauber sein. Was zusammen, eines alleine sen transportiert wurde, ist denkbar. Das Salzkammermittlerweile abgelöst von gut zeigt, wie stark der einem Oualitätsbewusst- Tourismus seit der Sommit Architektur merfrische die Architektur durchaus werben zu kön- mit Hotels. Villen und Banen. Einen Umbau muss dehäusern geprägt ha man nicht so radikal sehen, Letztlich waren auch Pildie Architekten sollen kei- gerreisen nichts anderes nen Bruch machen, son- als Fahrten zu Kirchen und dern eine Formensprache Klöstern, die es lohnten,

Oberösterreich: Der Boden für Unverwechselbares ist aufbereitet

"Wieder", könnte man hinzufügen, denn alleine mit einem architektonischen Erbe wie dem der touristischen Baukultur im Salzkammergut ist der Boden für Unverwechselbares oh-

nehin aufbereitet. War es anfänglich ein Novum, als Städter die ländlichen Umgebungen zum Entspannen, zur Sommerfrische entdeckten und sich samt ihren Vorstellungen

berösterreich hat von Komfort und Lebensalle Trümpfe in der kultur dort einzurichten be-Hand, Tourismus gannen - von den Refugien und Architektur auf einzig- an Attersee und Traunsee artige Weise zu verknüpfen. bis hin zu Bad Ischl mit der Kaiservilla –, so ist es heute städtische Mentalität, die in Tourismusregionen vorfinden will, was zeitgemäße Urlaubsmöglichkeiten betrifft.

> Klar ist, dass sich die Urlaubsgewohnheiten seit den



Gastkommentar von Thomas Moser Büro für Architektur und Kommunikation

Wunsch nach Authenti- zu Urlaubsdestinationen schem seine Entsprechung. planend zu begleiten?

Und was sind bessere Voten, als aus der gelebten Tragebote für den Urlaubsgast Anfängen des Salzkammer- dition eines reichen (bau- zu erfinden, entsprechen Hüllen und austauschbarer "Herzensangelegenheit". gut-Tourismus grundlegend kulturellen) Erbes und nicht den Herausforderungen an Kulissen die schon erwähngeändert haben. Aber was aus Klischees neue Formen die Architekten, für die neute Authentizität oder Echtfrüher den Bezug zur Land- für das Bauen und zeitge- en Freizeittrends zeitgemäs- heit entwickeln sollen, bei zung, Tourismus und Arschaft und der heimischen mässe Räume entwickeln zu se Gebäude zu planen be- der der Mensch im Mittel- chitektur in Oberösterreich Bevölkerung anbelangte, so können, um daraus ganze ziehungsweise bestehende punkt steht. In so einer Um- auf einzigartige Weise mitfindet das heute in einem Orte in ihrer Veränderung so zu modernisieren, dass gebung können Gäste zu einander zu verknüpfen.

Die Anforderungen an raussetzungen für Architek- Touristiker, immer neue An-

sprüche geeignet sind.

Stammklientel fürchtet?

Grafikbereich

NEULINGER: Wie er baut,

ist sein wichtigstes Werbe-

mittel. Da kann er noch so

sehr im Design oder im

aber ein Bild von seinem

früher vorwiegend über Es-

arbeiten,

nungsfeld, wo kurzfristiges das auch spüren. Lifestyle-Denken von der tonischer Qualität - ökolosozial verträglich - über-

zeugt werden muss.

sie für heutige Urlaubsan- sich kommen, weil individuelle Bedürfnisse ernst ge-Das führt in ein Span- nommen werden und sie

Vielfach begreifen Tou-Zukunftsfähigkeit architek- ristiker das bereits als Chance zum Unverwechselgisch verantwortungsvoll, baren und vermitteln Urlaubsgefühl als etwas, das auf den Leib geschneidert Vor allem dann, wenn Ge- ist. Vielleicht wird daraus bäude jenseits trendiger bei allen Beteiligten ja eine

Darauf zu bauen, ist si-



Tipps & Termine

Forum Tourismus & Freizeit

Unter dem Motto "Mahlzeit - Kulinariktrends im Tourismus" steht das diesiährige "Forum Tourismus & Freizeit", zu dem die Johannes Kepler Universität (JKU) Linz und der Oberösterreich Tourismus am Freitag, 10. Oktober 2008 (10 bis 13 Uhr in den Repräsentationsräumen der JKU) einladen.

Referenten wie Christoph Wagner, Univ.-Prof. Roman Sandgruber, Robert Seeber und Oliver Kitz beleuchten dabei das Thema Kulinarik und Genuss aus unterschiedlichsten Perspektiven und im Wandel der Zeit. Die Teilnahme ist kos-

Messe & Events:

6./7.Okt.: access in Wien

10./11. Okt.: Reisebörse in Regensburg 18. - 26.Okt.: Generali Ladies in Linz 25. Okt. - 2. Nov.: Consumenta in Nürnberg

6. – 9. Nov.: Salzkammergut-Winteropening in Wien

6. – 9. Nov.: Schneeshow in Budapest 13. – 16. Nov.: Herbst-Seniorenmesse in Wien

14. – 16. Nov.: Gesund Leben in Wels 12. - 14. Dez.: Urlaubsberater-Klausur in Bad Zell

Nähere Infos unter www.oberoesterreich-tourismus.at

Gruppenreisen-Katalog

34 Seiten stark ist der neue Gruppenreisen-Katalog der OÖ. Touristik GmbH für Wiederverkäufer als auch für Vereine und Organisatoren von Betriebsausflügen und viele mehr. Die geselligen Tagesund Mehrtagespauschalen sind schon ab € 25,50 pro Person buchbar. Auf www.gruppentouren.at sind die Programme auch online abzurufen.

Der Katalog ist bei der OÖ. Touristik GmbH, Tel: +43(0)732/7277-200, Fax: +43(0)732/7277-220, E-Mail: info@touristik.at, www.touristik.at er-



Die Pixelhotels in Linz sind sehr unterschiedlich: Vom Zimmer mit Wohnwagen, der als Wohnlandschaft dient ...

Pixelhotel: Wohnen in kleinen Einheiten mit vollem Komfort

LINZ. Der Zusatz "abseits touristischer Pfade" findet sich häufig als viel versprechendes Lockmittel in Reiseführern. Ein Projekt für die Kulturhauptstadt Linz 2009 hat bereits jetzt solche Hotelzimmer zu bieten.

VON CLAUDIA WERNER

Als ein Kollege aus dem Kreis junger Architekten seine Freunde in Linz einquartieren wollte, erhielt er nur Absagen. "Daraus entstand eine pragmatische Idee: die Leerstände der Stadt zu nutzen, um Hotelzimmer der anderen Art zu kreieren", sagt Christoph Weidinger, einer der Architekten jener Plattform, die sich "Verein zur Reurbanisierung und Stadtreparatur" nennt.

Reparieren mussten die Planer – neben Weidinger Sabine Funk, Michael Grugl, Jürgen Haller, Richard Stieger und Christian Leeb - einiges, wurden die derzeit drei Räumlichkeiten mit einer Fläche von bis zu 90 Qua-

Pixel sind Zimmer in Gegenden, wo sonst kaum ein Tourist hinkommt.

> CHRISTOPH WEIDINGER Verein zur Reurbanisierung und Stadtreparatur

dratmetern doch ursprünglich völlig anders genutzt.

Im "Pixel im Hof" mitten im Stadtzentrum, einer ehemaligen Kunsttischlerei, scheint vieles so geblieben, wie es vorgefunden wurde: Der Lastenlift wurde zum begehbaren Kasten umfunktioniert, der Wohnwagen aus den 60er-Jahren dient heute als Wohnlandschaft, und die Lichtorgel an der Zimmerwand erinnert an das Fotostudio, das einst in diesem Haus untergebracht war.

Um die Ecke liegt das neueste Zimmer in der "Textilpassage" am Graben, wo noch Glastüren aufs frühere Textilgeschäft hinweisen und das extra Spielzimmer "Nimmerland" mit einem begehbaren Polstermöbel große und kleine Gäste entspannen soll. Das dritte im Bunde, das "Pixel mit Garten", liegt im Franckviertel, dem traditionellen Arbeiterwohngebiet.

"Das ist eine Gegend, in die sich sonst kaum ein Tourist verirrt", so Weidinger. "Aber ein Pixel ist ein Teil des Stadtbildes, der eine eigene Identität und durchaus Charme hat." Diese kleinste Einheit soll dennoch den Komfort eines Hotelzimmers samt Doppelbett, Wohnbereich, Bad, Minibar, Internet, TV und täglicher Zimmerreinigung bieten. Fürs Frühstück begibt sich der Urlauber außer Haus und lernt so die Stadt aus anderen Blickwinkeln kennen. Bis Linz zur Kulturhauptstadt wird, sind drei weitere Pixel-Standorte geplant. Tel.: 0650/ 7437953; www.pixelhotel.at



... bis hin zum Doppelbett im Garten.

Regina Ziegler

VON CHRISTOPHER BUZAS

Von der Kleinstadt in die große Filmwelt

TOURISTIKER-PORTRÄT

🕜 ie hat mit ihren Produktionen unser schönes 🏻 Mark. Ziegler fand zum Glück genug Sponsoren, Oberösterreich einem breiten Publikum vor Augen geführt. Bereits 2004 war Regina Ziegler (64) mit ihrer Filmproduktion im romantischen Mühlviertel zu Gast. Damals produzierte sie den TV-Film "Die Hengstparade". Die Hauptrolle spielte Christiane Hörbiger. Ebenfalls seit 2004 orfiel die erste Klappe für die neuesten Abenteuer der couragierten Medizinerin - dargestellt von Christine Neubauer. Dass sich derartige Quotenschlager überaus positiv auf den Tourismus der gezeigten Regionen auswirken, ist längst erwiesen. Deshalb wurde der deutschen Filmproduzentin jetzt die silberne Ehrenmedaille für Verdienste um den Tourismus für Oberös-

terreich überreicht.

Die Produzentin, die heuer ihr 35-jähriges Firmenjubiläum feiert, produziert sowohl Publikumshits als auch Dokumentationen. Die Karriere der in der rund 20.000-Einwohner-Stadt Quedlinburg (Bundesland Sachsen-Anhalt) begann 1967. Nach abgebrochenem Jurastudium arbeitete sie ein Jahr als Auslandskorrespondentin, bevor sie sieben Jahre als freiberufli-Produktionsassistentin che beim Sender Freies Berlin tätig war. 1973 realisierte die Tochter einer Journalistin ihr erstes eigenes Filmprojekt und gründete die Firma "Regina Ziegler Filmproduktion". Damit ihr erster Film "Ich dachte ich wäre tot" jedoch entstehen konnte,

die das Geld zur Verfügung stellten.

Die investierten gut. Bei der Vergabe des Bundesfilmpreises wurde ihr Erstling mit einer anerkennenden Produzentenprämie bedacht. Seit 1973 entstanden mehr als 400 Kino- und Fernsehfilme, Dokumentationen und TV-Serien. Zieglers diniert "Die Landärztin" in Großraming. Gerade Produktionen wurden auf großen Filmfestivals wie dem von Cannes oder Venedig aufgeführt Ihre Firma erhielt zahlreiche Auszeichnungen wie die "Goldene Rose von Montreux", oder den "Grimmepreis". Zudem wurden mit "Fabian" und "The Dutch Master" bereits zwei Ziegler-Produktinen für den Oscar nominiert.

Vor zwei Jahren würdigte das Museum of Mo-

dern Arts in New York das Filmschaffen der Deutschen mit einer Retrospektive. Die Ziegler Film sitzt heute an drei Standorten in Berlin, München und Köln. Die Belegschaft ist auf 30 Mitarbeiter gewachsen, und die Produzentin ist stolz darauf, "dass aus der One-Woman-Show eine so große Firma geworden ist".

Die Produktionsfirma dürfte auch weiter in guten Händen sein, denn Tochter Tanja ist inzwischen Mehrheitsaktionärin der Firma. Gemeinsam sind sie ständig auf der Suche nach interessanten Stofgfen, wie der 18 Millionen Euro ateuren Verfilmung des Hein-ੋੜrich-Mann-Romans ¿Quatre", der für die Kinoleinwand und als Fernsehzweiteiler produziert wird.

brauchte sie knapp 100.000 Feiert 35-jähriges Firmenjubiläum

Das "Hotel Ried" verfügt über 76 Betten in 40 Zimmern. Foto: Hotel Ried

ERÖFFNUNG: 2,3 Millionen Euro an Investitionen

Neues Business-Hotel in Ried

LINZ/RIED. Ried im Innkreis beheimatet zahlreiche Paradeunternehmen wie Fischer, FACC, Team 7 oder Wintersteiger. Auch in der näheren Umgebung tummeln sich zahlreiche Firmen. Durch die Nähe zu Salzburg und Bayern ergeben sich zusätzliche Potenziale.

Damit die wachsende Zahl der Geschäftsreisenden auch untergebracht werden können, hat in Ried nun ein weiteres Hotel eröffnet: Das "Hotel Ried" verfügt über 76 Betten in 40 Zimmern und ist damit das größte Hotel in der Stadt. Und es ist das einzige, das einen gesamten Reisebus annehmen kann.

Das zentral gelegene und sehr modern gestaltete Viersternhotel richtet sich in erster Linie an Geschäftsreisende (80 Prozent). Der Rest verteilt sich auf Städtetouristen, Kurzurlauber und Messebesucher. Das Hotel Ried wird als reiner Beherbergungsbetrieb geführt, also ohne eigenen Restaurantbetrieb. Im Zimmerpreis von 59 Euro (Einzel) und 53 (Doppel) ist allerdings ein Vital-Frühstück inkludiert. Dem Geschäftsreisenden steht außerdem ein Business-Corner zur Verfügung. Insgesamt wurden in das Hotelprojekt 2,3 Millionen Euro investiert.

Geschäftsführer ist Fritz Gruber, der vom "UnYkat Gastronomie-Design" kommt. Als Hotelmanager fungiert Josef Aumaier, der jahrelang Direktor der Therme Geinberg war. Zugleich ist Aumaier Geschäftsführer im nahen Schloss Aurolzmünster. (schuh)

Mit Licht und Duft im Hotel eine Wohlfühl-Atmosphäre schaffen

Damit ein Gast sich im Hotel rundum wohlfühlt, gilt es viele Aspekte zu berücksichtigen. Mindestens genauso wichtig wie die Einrichtung oder das Service sind der Duft und die Beleuchtung im Hotel.

VON BARBARA EIDENBERGER

"Richtige Beleuchtung im Hotel ist das Wichtigste - wichtiger noch als das Bett", sagt Franz Eiber, Geschäftsführer der Beleuchtungsfirma Molto Luce. Mit dem richtigen Licht wird Atmosphäre geschaffen. Deshalb rät Eiber, mehrere Beleuchtungsquellen im Hotelzimmer anzubringen: "Vier bis fünf sollten es schon sein. So kann im Wechselspiel von Licht und Schatten Stimmung erzeugt werden."

Blendfrei und in warmen Erdfarben gehalten sehe das ideale Licht aus. Aber auch praktische Aspekte sollen bei der Beleuchtung nicht zu kurz kommen. "Ganz wichtig ist auch eine Leselampe, die – falls die zweite Person im Zimmer schon schlafen will - nicht stört", sagt der Beleuchtungsfachmann.

So wie Licht Stimmung schafft, lösen auch Düfte spontanes Wohlfühlen aus - wenn sie richtig eingesetzt werden. "In unseren Gehirnen ist gespeichert,

dass Wohlriechendes positiv ist und schlechter Geruch Gefahr bedeuten kann", sagt Duftexperte Oswin Lippitsch. Seine Firma Duftmarketing berät Betriebe, wie sie Düfte für sich nützen können. Zu seinem Kundenkreis zählen über 100 Hotels.

"Wenn in einem Hotel dieser Modergeruch in der Luft liegt, ist man als Gast gleich in Alarmbereitschaft gesetzt", sagt Lippitsch. Deshalb sei es wichtig, schon den Eingangsbereich gut riechen zu lassen. "Das ist der erste Begrüßungseindruck, den ein Hotel auf emotionaler Basis geben kann", so der Duftexperte.

Gegen Zwangsbeglückung

Welcher Duft eingesetzt wird, hängt von der Art des Hotels ab. Nicht verwendet werden sollten aber Düfte, die negative Bilder auslösen könnten. "Der Geruch von Kampfer oder Menthol ist für viele mit Krankheit verbunden. Daher rate ich davon ab", sagt Lippitsch. Ebenfalls abraten würde er von einer Beduftung der Hotelzimmer. "Ich halte nichts von einer Zwangsbeglückung. Das Zimmer ist die individuelle Räumlichkeit des Gastes. Ich kann ihm Düfte anbieten - ob er sie nutzt, sei dem Gast überlassen.'

STICHWORT

Duftexperte Oswin Lippitsch



Oswin Lippitsch führt in Klagenfurt die Firma Duftmarketing und berät Betriebe, wie sie Düfte ideal einsetzen können. Sein Grundsatz ist, dass man sich dort, wo es gut riecht, innerhalb eines Bruchteils einer Sekunde wohler fühlt und entspannt. Schlechter Geruch bewirkt das genaue Gegenteil.



Licht entscheidet, wie ein Raum auf den Gast wirkt.

Foto: Colourbox

TN ÜBERBLICK

Szenewechsel

Die OÖ Seilbahnholding GmbH holte mit August 2008 Isabella Wambacher für Marketing und PR an Bord. Die frühere Leiterin des Marketing- und PR-Referates von Kitzbühel Tourismus ist verantwortlich für Dachstein-West, Krippenstein, Feuerkogel und Grünberg.



Karl Berghammer (Bild unten links), seit mehr als zehn Jahren Hotelmanager in der Therme Geinberg, übernimmt in der Vamed Vitality World das General Management des neuen Projektes "Tauern Spa - Therme Kaprun", welches Ende 2010 eröffnet wird. Berghammers Nachfolge hat Paul Schwaiger (rechts) übernommen. Nach Ausbildung im Hotelund Tourismusbereich folgten berufliche Aufenthalte in Australien, Spanien, Mexiko und den USA. Zuletzt war Schwaiger Hoteldirektor bei Austria Trend Hotels.



Berghammer und Schwaiger



Stärkung aus dem Genussland: Karl Pramendorfer (OÖ. Tourismus), Adele Neuhauser, Brigitte Krenn, LH Josef Pühringer, Martina Poel und Julia Stinshoff

FILMLAND: In Mondsee werden neue Folgen der Krimiserie gedreht

Vier Frauen und ein Todesfall

MONDSEE. Vier Frauen, eine schöne oberösterreichische Landschaft und unterhaltsam inszenierte. skurrile Kriminalgeschichten geben auch in der dritten Staffel der ORF-Serie "Vier Frauen und ein Todesfall" den Ton an. Wurden 2004 und 2006 achtzehn Folgen der beliebten Serie im Mond-SeeLand gedreht, hat sich das Filmteam auch heuer wieder Oberösterreich als Location ausgesucht.

Mehr als zwei Monate noch bis Mitte Oktober - stehen der Ort Mondsee sowie die umliegenden Dörfer und Landschaften für weitere sechs Episoden im Scheinwerferlicht von DOR-Film.

639.000 Zuschauer

LH Josef Pühringer bedankte sich bei den Filmverantwortlichen für die erneute Wahl Oberösterreichs als Drehort: "Wir wissen um die Bedeutung Oberösterreichs als Filmland. Großartige heimische Produktionen mit tollen Aufnahmen unserer Landschaft, wie sie auch im aktuellen Spielfilm gezeigt werden, sorgen natürlich für eine hervorragende Promotion. Durchschnittlich 639.000 Zuschauer pro Folge sehen nicht nur eine spannende Geschichte. sondern auch die schönsten Plätze unseres Bundeslandes."

Kommentar von Dietmar Mascher

Großereignisse

Tach der Euro 08 und vor dem Kulturhauptstadtjahr 09 in Linz bietet es sich an, die Frage zu stellen, wie sehr Großereignisse den Tourismus ankurbeln.

Was vorher immer als "großer Impuls für unseren Tourismus und unsere Wirtschaft" gepriesen wird, kommt bei den Tourismusbetrieben nicht immer ganz so gut an.

Was bringen Sport- und Kulturevents dem **Tourismus?**

Die Euro 08 sahen in Österreich doch 19 Prozent der Tourismusbetriebe eher als negativ, elf Prozent ziehen eine ganz negative Bilanz. Lediglich drei Prozent sprechen von "sehr positiven" Auswirkungen.

Wenn man ehrlich ist, dann war die Europameisterschaft unmittelbar kein Riesengeschäft. Die UEFA vielleicht ausgenommen.

Aus Sicht des Tourismus generell muss man aber eine deutlich positivere Bilanz ziehen. Allein die Imagewerbung zur besten Sendezeit in ganz Europa, die Übertragung in andere Kontinente. Dies alles ist für Tourismusverbände sonst kaum finanzierbar. Allerdings sind die Auswirkungen schwer messbar.

Wie stark das Ereignis Kulturhauptstadt Linz 09 wahrgenommen wird, lässt sich derzeit noch nicht voraussagen. Allein die Teilnahme vieler Künstler wird wohl eine höhere Auslastung der Hotels bringen. Wie groß Imagegewinn und Nachhaltigkeit des Ereignisses sein werden, wird man aber frühestens in zwei bis drei Jahren wissen.

E-Mail: d.mascher@nachrichten.at

TN ÜBERBLICK

Aus- und Weiterbildung

Im Rahmen der Akademie für Tourismus-Management bietet der OÖ. Tourismus Aus- und Weiterbildungsmöglichkeiten für Touristiker. Das Angebot reicht von der Perfektion im Verfassen von Tourismustexten bis hin zur professionellen Bildbearbeitung fürs Internet. Infos unter www.oberoesterreich-tourismus.at

TN INTERNET-TIPP

Was ist ein "Alt-Text"?

Was wäre das Internet ohne Bilder! Eine Ansammlung liebloser Textblöcke, wenig ansprechend und ohne Emotion. Unbrauchbar, um einem Urlaubsgast die Schönheit der Region, des Ortes oder der Unterkunft näherzubringen.

Doch auch zu viel des Guten ist ungesund. Internetseiten, die nur aus Bildern und Grafiken bestehen, sind bei Suchmaschinen stark benachteiligt. Suchroboter, die für Google & Co das Internet nach neuen Inhalten durchstöbern sind blind, können den Inhalt von Bildern nicht erkennen, sondern "nur" Text lesen. Genau hier kommen "Alt Texte" ins Spiel. Bilder können mit zusätzlichen Textinformationen versehen werden, um Suchmaschinen eine genauere Zuordnung zu ermöglichen. Achten Sie dabei vor allem auch auf die Formulierung. "Blick zum See" ist zu allgemein, "Blick zum Attersee" hingegen gibt der Suchmaschine eine konkrete Vorstellung von dem, was auf dem Bild zu sehen ist.

Ob Ihre Bilder mit "Alt-Texten" versehen sind, können Sie ganz einfach überprüfen. Öffnen Sie Ihre Homepage und warten Sie bis alle Bilder geladen sind. Danach bewegen Sie den Mauszeiger auf eines Ihrer Bilder (Sie müssen nicht auf das Bild klicken). Nach kurzer Zeit sollte der "Alt" Text angezeigt werden. Für Betriebe und Organisationen, die Tiscover-Seiten pflegen, steht die OÖ. TTG (Tel: 0732/7277-377) gerne beim Erstellen von Alt-Texten mit Rat zur Seite.



Ausblick Passau war am 31. August Kulisse für das Abschlusskonzert der Hubert von Goisern-Linz-Europa-Tour. Die Rückkehr des Bühnenschiffes in den Heimathafen war für Linz 09, TV Linz und OÖ Tourismus ideale Gelegenheit, vor Medienvertretern und Multiplikatoren Bilanz zu ziehen und einen Ausblick auf 2009 zu geben. (OÖ Tourismus)



Welterbe Die umfangreiche Neuinszenierung im Dachstein Welterbe stellten LR Viktor Sigl, Andreas Pangerl (Geschäftsführer Dachstein Eishöhlen), Elsa Prochazka (Kunstuni Linz), Georg Schöppl (Vorstand ÖBF) und Karl Pramendorfer (Vorstand OÖ. Tourismus) im Rahmen einer Pressekonferenz vor.

Foto: Kunstuni Linz



Linz trifft München Seine königliche Hoheit, Prinz Luitpold von Bayern, Finanzstaatssekretär Georg Fahrenschon und fünfhundert Vertreter von Agenturen und bayerischen Unternehmen waren Gäste der Netzwerkparty in der legendären Münchner Szenediskothek P1, zu der Tourismusverband Linz, Linz09 und OÖ. Tourismus kürzlich eingeladen hatten. (TV Linz)



Aktionstag Anlässlich des "Mama und Papa-Aktionstages" von WKOÖ und Land fand auch im Haus des OÖ. Tourismus ein spannender Vormittag für Kinder der Mitarbeiter statt. Im Rahmen eines abwechslungsreichen Programmes wurde den Kindern ermöglicht, den Arbeitsplatz der Eltern hautnah zu erleben.

Streiflichter



Golf & Gesundheit Fünf Journlisten aus Österreich und Deutschland konnten sich bei einer Pressefahrt im Juni drei Tage lang von den Qualitäten Oberösterreichs als Golf- & Gesundheitsland überzeugen. Ausgehend von Bad Leonfelden (Spa Hotel Bründl) genossen die Medienvertreter Golfvergnügen pur.

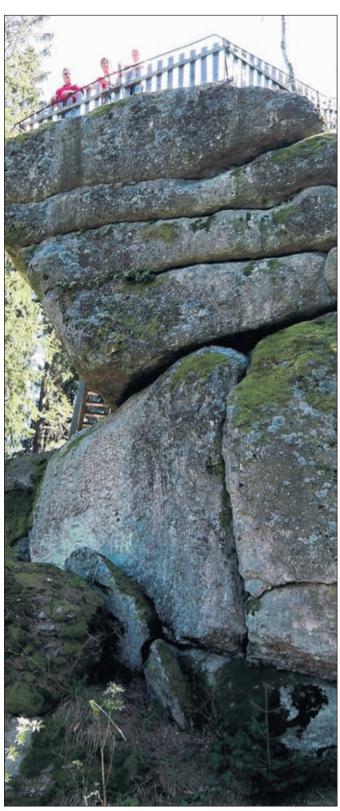


Symbolkraft Mit der Werbefläche am Haus OÖ. Tourismus wird die Kooperation Linz 09-OÖ. Touristiker verdeutlicht, im Bild OÖ Tourismus-Vorstand Karl Pramendorfer (re.) und Walter Putschögl (GF Linz 09).



Pressesegein Oberösterreichs Medienvertreter genossen bei herrlichem Wind und flotten Segeln die traditionelle Presse-Segelregatta am Traunsee, zu der OÖ. Tourismus und der Segelclub Altmünster am 5. Juli luden. Auf dem Siegerstockerl standen: Elisabeth Kierner (OÖ. Tourismus) – Platz 1, Jürgen Leppen (Volksblatt) mit Clemens und Hannes – Platz 2 und auf Platz 3 Nadine und Jessica Lichtenberger (OÖN).

Spirituelles Wandern im Mühlviertel



Der "pilger_Pfad" in Unterweißenbach

Foto: OÖ Tourismus

SPIRITUELLES WANDERN

"pilger Pfad" in Unterweißenbach

Der Rundwanderweg ist acht Kilometer lang. Die Hirschalm, Start- und Zielpunkt des "pilger_Pfads", liegt auf einer Seehöhe von 845 Metern. Die Gehzeit beträgt etwa 3,5 Stunden. In unmittelbarer Nähe befindet sich der Jagdmärchenpark, der Familien mit Kindern ein abwechslungsreiches Rahmenprogramm bietet. Das "Hüttendorf" lädt zu mehrtägigen Aufenthalten ein und wird derzeit ausgebaut.

BEZIRK FREISTADT. Pilgern und spirituelles Wandern wird immer beliebter. Das Mühlviertel bietet gleich zwei Möglichkeiten dafür: den "pilger_Pfad" in Unterweißenbach und den ,Chakra-Weg" in Rain-

VON BERNHARD WINKLER

In Unterweißenbach, 30 Kilometer östlich von Freistadt, liegt der "pilger_Pfad". Ausgangs- und Zielpunkt ist der Jagdmärchenpark Hirschalm, der Familien mit Kindern auch abseits des Pilgerns ein abwechslungsreiches Unterhaltungsprogramm bietet. Von der Sommerrodel- und der Familienachterbahn bis hin zum Rentier-Park gibt es zahlreiche Angebote für die jüngsten Besucher.

Auf einer Länge von acht Kilometern weist der "pilger_Pfad" sieben markante Punkte zum Innehalten, entsprechend den sieben Sakramenten der katholischen Kirche auf. Alte Kultstätten, Kapellen, Marterl, Bildbäume, Kraftplätze und zwei charakteristische Höhen sollen den Wanderern das natürliche Auf und Ab des Lebens vor Augen führen. Start und Ziel befinden sich auf 845 Metern Seehöhe. Die Gehzeit beträgt etwa dreieinhalb Stunden. Möglichkeiten zur Übernachtung bietet der Jagdmärchenpark. Selbstversorger-Hütten,

auch mit finnischer Sauna oder überdachter Dachterrasse. laden zum mehrtägigen Urlaubsaufenthalt ein.

Das derzeit 21 Betten umfassende "Hüttendorf" wird nun ausgebaut: "Wir werden unsere Kapazität erhöhen", sagt Josef Aglas. Betreiber des Jagdmärchenparks. "Ab November stehen 80 Betten zur Verfügung", sagt er.

Zusätzlich zur Stammzielgruppe, den Familien mit Kindern, erhofft er sich, durch den neuen Pilgerweg mehr Wanderer beherbergen und das Einzugsgebiet vergrößern zu können. So sollen beispielsweise vermehrt deutsche Urlauber ins Mühlviertel gelockt werden. Auch die durchschnittliche Aufenthaltsdauer soll verlängert werden.

Dem Trend zum spirituellen Wandern folgt auch die Gemeinde Rainbach im Mühlkreis. Hier gibt es den sogenannten "Chakra"-Weg. Es ist der erste Themenwanderweg, der mit dem Österreichischen Wandergütesiegel ausgezeichnet wurde. "Mit der Erreichung des Wanderwege-Gütesiegels wurden unsere jahrelangen Bemühungen belohnt", freut sich Obmann Gerhard Weichsel-

Was ist ein "Chakra"?

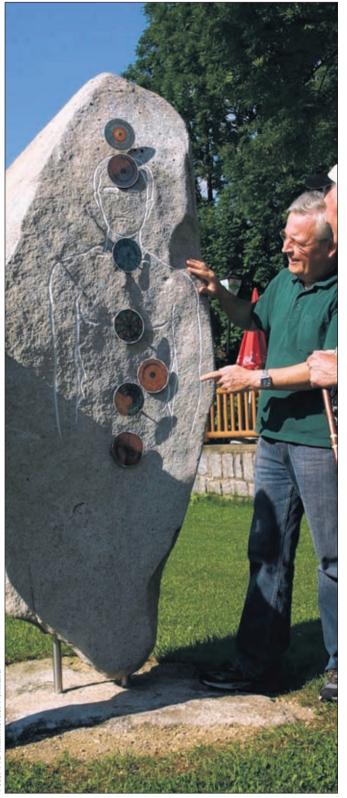
"Das Wort Chakra (sprich: "Schakra") stammt aus dem Indischen und bedeutet Rad oder Wirbel", sagt Margarete Weichselbaum vom Verein Heidenstein. Die Organisation hat sich die Pflege des Wanderwegs zur Aufgabe gemacht.

991m menschlichen Körper gibt es sieben Hauptchakren, die auch Akupressur- und **Akupunkturpunkte** sind.66

> MARGARETE WEICH-**SELBAUM** Verein Heidenstein

Chakren seien Wirbel, durch die Energie im Körper ein- und ausfließen könne, erklärt Weichselbaum weiter. Der menschliche Körper besitzt sieben Chakren, die zugleich Akupunktur- und Akupressurpunkte sind. Entsprechend der sieben Chakren hat der 2,2 Kilometer lange Wanderweg sieben Erlebnisstationen. Diese verfügen zur Einstimmung in das jeweili- 🖺 ge Chakra über einen Klangkörper, da jedem Chakra auch ein Ton zugedacht ist. Schautafeln liefern Erklärungen.

Der Chakra-Weg führt fast zu 100 Prozent über Wald- und Wiesenwege. Ausgebildete Chakra-Weg-Führer vom Verein Heidenstein vermitteln Wunsch ihre Fachkenntnisse. Die Gruppenangebote richten sich an Vereine, Firmen. Ämter und Behörden. Auch ein eigenes Kinderprogramm ist im Angebot.



Steinmodell zeigt die sieben Hauptchakren

SPIRITUELLES WANDERN

"Chakra"-Wanderweg in Rainbach

Der 2,2 Kilometer lange "Chakra"-Wanderweg ist der derzeit einzige zertifizierte Wanderweg Österreichs. Entsprechend der sieben Hauptchakren gibt es sieben Erlebnisstationen. Der Wanderweg führt fast

zu 100 Prozent über Waldund Wiesenwege. Ausgebildete Chakra-Weg-Führer vermitteln den Wanderern auf Wunsch ihre Fachkenntnisse. Auch spezielle Kinderangebote sind vorhanden. www.wandern.at

Seminar-Angebot für oberösterreichische Wanderbetriebe

LINZ. Auch diesen Herbst bietet der Oberösterreich Tourismus wieder Möglichkeiten zur Fortbildung für die heimischen Wanderbe-

Nach einem Kurs zur Suchmaschinenoptimierung für Einsteiger Anfang Oktober lädt der Wanderspezialist und Internetsuchmaschinen-Fachmann Rainer Kletzmair am 13. Oktober fortgeschrittene Homepage-Besitzer dazu ein, ihre Kenntnisse im Bereich Suchmaschinenoptimierung zu vertiefen.

Hier wird etwa der optimale Seitenaufbau der eigenen Homepage anhand von Zugriffsstatistiken gelehrt. Kursteilnehmer aus den letzten Jahren sind von der Effektivität der Seminare

"Von Rainer überzeugt: Kletzmairs Wissen kann man in dieser Hinsicht nur lernen. Ich bin immer noch dabei es umzusetzen", sagt etwa Johanna Pernkopf Familienbauernhof Großgrub in Vorderstoder.

Richtiges Werbetexten

Wiener PR-Agentur Kinz Kommunikation den oberösterreichischen Wanderbetrieben bei der richtigen Gestaltung von Werbe- und PR-Texten. Profis vermitteln die wichtigsten Grundregeln zum erfolgreichen Texten.

Bereits im Vorfeld von den Wanderbetrieben übermittelte eigene Texte können gemeinsam mit Fachleuten bearbeitet oder neu gestaltet werden. Von diesem Angebot hat Roswitha Rockenschaub vom Hotel Dorfwirt in Liebenau bereits im Vorjahr Gebrauch gemacht. "Im Kurs hatten wir viele praktische Übungen an eigenen Beispielen", sagt Rockenschaub.

Am 18. November lädt Erich Liegl von der Touris-Am 20. Oktober hilft die musberatungsgesellschaft Kohl & Partner zum Seminar "24 Antworten auf "Geiz ist geil". Dabei geht es vor allem um die optimale Preisgestaltung. Die Teilnehmer erhalten Checklisten und das Rüstzeug zur Optimierung der eigenen Preisliste.

Beginnzeit aller Seminare ist neun Uhr. Für die Computer-Schulung sind ausreichend PC-Arbeitsplätze vorhanden. Veranstaltungsort ist Linz. (bw)

Termine

• 13. Oktober, 9-16 Uhr "Suchmaschinenoptimierung für Fortgeschrittene" Sonderpreis für Wanderpartner: 55 Euro Anmel-

dungen bis 5. 10. • 20. Oktober, 9-17 Uhr "Tourismustexte, die an-

kommen" Sonderpreis: 45 Euro

Anmeldungen bis 5. 10. • 18. Nov., 9-17 Uhr 24 Antworten auf "Geiz ist geil"

Sonderpreis: 65 Euro Anmeldungen bis 3. 11. Infos/Anmeldung: OÖ Tourismus, Sigrid Walch, 0732/7277-133, sigrid.walch@lto.at



Experten bieten Weiterbildungskurse an.

Foto: Wodicka

MEDIACARD:

Radgenuss am Fluss zum Verschicken

Mit einer neuen sogenannten Mediacard, einer Postkarte mit CD drinnen, werben OÖ. Tourismus, WG Donau OÖ und TV Ostbayern für den Donauradweg und "Radgenuss am Fluss": "Die Karte geht in einer Auflage von



knapp 10.000 Stück an Tourismusbetriebe entlang von Inn- und Donauradweg und ermöglicht uns auch, Gästen bei Anfragen kompakt die gesamte Info zu schicken", sagt Rad-Themenmanager Philipp Außerweger. Die enthaltene CD zeigt neben der kompletten Routen-Karte auch jede Menge Service rund um die Radwege und enthält Kurzfassungen des Buches, das über den Radgenuss am Fluss ebenfalls erschienen ist. Dazu kommen jede Menge Internet-Links zum Radfahren selbst und allen verwandten Themen, vom Pegelstand der Donau bis zur Zimmer-Buchung.

"Indem wir die Internet-Seiten aktualisieren, ermöglichen uns diese Links, die Gäste immer mit der aktuellsten Info zu versorgen. Die Mediacard selbst brauchen wir dafür nicht zu ändern", sagt Außerweger. Damit verbunden ist auch ein Forum für die Gäste, wo sie Erfahrungen und Anregungen veröffentlichen können. Wer möchte, kann über www.radfahren.at auch einen Newsletter bestellen.





Voll motiviert: Die acht ausgewählten Teilnehmer der Abenteuer-Tour vor dem Start

Xtreme Tour durch Oberösterreich Abenteuer zur Nachahmung

LINZ. TV-Shows wie "Ich bin ein Star, holt mich hier raus!" lieferten die Vorlage für eine Abenteuer-Tour mit acht Jugendlichen quer durch Oberösterreichs Süden: eine optimale Plattform, um touristische Angebote zu bewerben.

Vom Salzkammergut ins Steyr- und Ennstal führte die von den OÖNachrichten unterstützte Xtremetour, bei der sich acht ausgewählte Teilnehmer eine Woche lang in ausgefallenen Sportarten, wie Seekajak, Kitesurfen, Klettern oder Canyoning und Abenteuern beweisen mussten. Als Sieger wurde am Ende der 17-jährige René Oeller aus Peilstein vom

gekürte Mr. Xtreme durfte sich über ein Preisgeld von 1000 Euro freuen. "Es war eine echt lässige Tour, und wir haben uns alle sehr gut verstanden. Jetzt werde ich erst einmal feiern - natürlich auch mit den anderen sieben Kandidaten", sagt der junge Mühlviertler. Auch Wirtschafts- und Jugendlandesrat Viktor Sigl stellte sich als Gratulant bei der Siegerehrung in Weyer ein.

Die vier Burschen und vier jungen Frauen waren per Internet-Abstimmung ausgewählt worden und hatten sich in ei-Ausscheidungs-Wettnem kampf für die Tour qualifiziert. Jeden Abend machte der Tross

Publikum gewählt. Der frisch in einer anderen Tourismusgemeinde Station, lokales Publikum wurde mit einer Party einbezogen, und per Internet-Voting wurde ein Tagessieger gewählt. Für die OÖN berichtete Leser-Reporterin Anna Stribl (18) aus Grünau täglich aktuell vom Tour-Geschehen.

"Die Veranstaltung ist bei Teilnehmern und Publikum sehr gut angekommen, und wir bereiten schon eine Tour '09 vor", zieht Organisator Walter Schörkhuber eine Erfolgsbilanz: Alle Orte und Extremsport-Veranstalter seien medial sehr gut weggekommen, obwohl das Wetter über mehrere Tage nicht mitspielte und die Tour-Teilnehmer auf eine harte Probe stellte. "Es ist eine optimale Gelegenheit, jungen Oberösterreichern das tolle Freizeit-Angebot in unserem Land zu zeigen. Wenn Jugendliche das erleben und selbst drüber berichten, ist das viel glaubwürdiger als jeder Prospekt", sagt auch 4you-Card-Geschäftsführer Markus Hager.

An den Votings hatten bis zu 2500 Personen pro Tag teilgenommen, auch der Xtreme Tour Blog und die Bildergalerien auf nachrichten.at wurden sehr stark nachgefragt. "Die Aktion hat auch ein positives Image der Jugend aufgebaut, weil das eben nicht nur Couch-Hocker und Partypeople sind", sagt Hager.

INNENSTADT-KRITERIUM: Beachtliche Wertschöpfung

Mehr als 20.000 Zuschauer und unbezahlbare Werbung für Wels

stadt-Kriterium ist für Zuschauer, Sponsoren und Fahrer attraktiv, die TV-Sendezeit mit tollen Bildern aus Wels auch acht Stationen war eine unbezahlbare Werbung", zieht Organisator Paul Resch nach dem Welser Innenstadt-Radkriterium zufrieden Bilanz: Der Einsatz des Tour-de-France-Zweiten Bernhard Kohl sei "ein zusätzlicher Rückenwind" gewesen, und man müsse die positive Stimmung für den Radsport jetzt auch in der Jugendarbeit nutzen.

"Die Wertschöpfung an nur einem Tag ist beacht-

LINZ. "So ein Innen- lich, viele Teams und Besucher sind auch in den Welser Hotels geblieben", sagt Rad-Themenmanager Philipp Außerweger vom OÖ. Tourismus: Mit Hauptbewerb, Jugend- und Firmenrennen spreche das Welser Kriterium viele Zielgruppen an und belebe die Innenstadt.

Oberösterreich will jetzt auch zum "Komplett-Anwerden: Nach den Tourenund Mountainbike-Angeboten kommt ab 2009 ein erstes Paket an Rennrad-Routen dazu. "Wir arbeiten mit dem oö. Radsport-Verband mit Präsident Rudolf

Lackner gerade daran, dass lokale Vereine uns bei der Auswahl von attraktiven Strecken mit 80 bis 120 Kilometern Länge helfen", sagt Außerweger.

Optimale Routen

Die Runden sollen vorzugsweise bei Gastronomiebetrieben beginnen und auf alle Landesteile verstreut sein. "In Ergänzung zu den Trainingslagern, die oft in wärmeren Destinationen Europas absolviert werden, bietet Oberösterreich den Rennrad-Fahrern optimale Trainingsrouten", sagt Außerweger. (afze)



Rad-Star Bernhard Kohl mit Philipp Außerweger und Paul Resch



VInr: Sigl, Moderator Adi Niederkorn, Pamela Friedl (Geschäftsführerin TV Inneres Salzkammergut) und Karl Pramendorfer (Vorstand OÖ. Tourismus)

Unter den Zuschauern

MOUNTAINBIKE: 3400 Radler im Inneren Salzkammergut

Hochstimmung bei Trophy

Mountainbike Trophy am 12. Juli 2008, stand bei den 3400 Teilnehmern aus 30 Nationen unter einem guten Stern: Optimales Rad-Wetter, spannende Distanzen und eine perfekte Organisation begeisterten einmal mehr die Mountainbiker und die rund 20.000 Zuseher.

Bad Goisern sowie die umliegenden Gemeinden Gosau, Hallstatt, Bad Ischl und Obertraun waren ausgebucht, das bedeutet rund 10.000 zusätzliche Übernachtungen für die Region. Zahlreiche Biker reisten bereits Tage vor dem Event an, um die Strecke kennen zu lernen und brachten da-

weilten auch Wirtschaftsund Tourismuslandesrat Viktor Sigl und OÖ. Tourismus-Vorstand Karl Pramendorfer, der sich von der tollen Atmosphäre beeindruckt zeigte: "Den Veranstaltern ist mit diesem Mega-Event der Sprung in die Weltelite gelungen. Der mittlerweile größte Mountainbike-Marathon Europas ist zum Vorzeigeevent für das ganze Bundesland geworden und unterstreicht die großartige Positionierung des Mountainbike Zentrums Salzkammergut

in Österreich." Die erfolgreiche Kooperation Mountainbike Zende 2005 vom OÖ. Tourismus und dem Tourismusverbänden Inneres Salzkammergut, Traunsee, Bad Ischl und Ausseerland ins Leben gerufen und vom Land Oberösterreich unterstützt. Diese jährliche Top-Sportveranstaltung trägt zur Imageaufwertung der Bike-Region Inneres Salzkammergut bei.

1450 Kilometer Radstrecken, 70 beschilderte Mountainbike-Touren und mittlerweile vierzig Rad-Spezialisten schaffen ein interessantes Angebot und wirtschaftliche Nachhaltigkeit. Mehr zu Mountainbiken und Trophy: www.biken.at, www.trophy.at.

"Ge(h)sundheitsbewegung" am Attersee

SEEWALCHEN/Attersee. Als Drehscheibe im Gesundheitstourismus für Tourismusbetriebe und Gesundheitsanbieter soll sich das Pilotprojekt "Das Zentrum Mensch - Ge(h)sundbewegung Salzkammergut" entwickeln. Ein Pilotprojekt startet noch heuer.

VON CHRISTINE BUCHINGER

84 Dienstleister aus Gastronomie, Hotellerie, dem regionalen Transportwesen und vor allem dem Gesundheitsbereich arbeiten dabei Hand in Hand. Angeboten werden über eine zentrale Buchungsstelle individuell zugeschnittene Pakete im Bereich Gesundheit, Wellness und Sport vorerst im Gebiet Attersee/Attergau.

Das bereits zum Pegasus Sonderpreis für innovativen Tourismus 2008 eingereichte Projekt vernetzt Tourismus- und Gesundheitsanbieter, um den Tourismus in allen vier Jahreszeiten zusätzlich zu beleben.

Verein für Marketing

Das Ziel: In einem ersten Schritt soll das neuartige Konzept in der Region Attersee/Attergau umgesetzt und Letztere damit zum Gesundheitskomepetenzzentrum werden. Nach und nach will der Initiator, Erich Steinwendner, es auf das gesamte Salzkammergut ausweiten. "Bereits im Frühjahr 2009 wollen wir die ersten Gäste begrüßen", sagt Steinwendner. Gemeinsam mit vier weiteren Ge-

sundheitsdienstleistern aus der Region im Kernteam, soll nun ein Verein gegründet werden.

Mit dem Namen "Das Zentrum Mensch Ge(h)sundbewegung Salzkammergut" soll dieser Verein als Marketing- und Abwicklungsplattform fungieren. Kernstück ist die gemeinsame Online-Buchungsplattform. "Derzeit funktioniert sie noch als Informationsseite für interessierte Dienstleister", sagt Steinwendner. "Ab Dezember können Gäste bereits die ersten Buchungen darauf tätigen."

Start mit zehn Paketen

Zum Start sind zehn unterschiedliche Pakete geschnürt worden, die vom Aktivurlauber mit "Abenteuer Leben - Grenzgänger" über Stress- und Burnout-Geplagte mit "Selbstwer-

99 Gesundheitstourismus boomt: Immer mehr sind bereit, präventativ etwas für ihre Gesundheit zu

E. STEINWENDNER Projekt-Initiator

dung zurück ins Leben raus aus dem Burnout" bis hin zur Selbstfindungsreise mit "Abenteuer Leben -Urlaub in dir" zielgruppengerecht und maßgeschneiderte Urlaubsangebote bie-



Körper und Seele gesunden lassen mit dem Pilotprojekt "Ge(h)sundbewegung"

Foto: OÖ Tourismus/Weissenbrunne

"Hinzu kommen ein Schnupperpaket zu zwei Tagen und weitere Einzelleistungen, die zusätzlich gebucht werden können", sagt Steinwendner und nennt dabei Glücksseminare, Kochkurse, Massagen, Kräuterwanderungen und Trommelworkshops sowie (in Planung) Tauchkurse oder Schnuppersegeln als Beispiele für Leistungen im Paket oder variable Einzelleistungen.

Vernetzung als Grundidee

Der Initiator Steinwendner hatte als Betreiber eines Zentrums für Fitness, Gesundheit und Prävention die Idee, den Gesundheitsanbietern und dem Tourismus in der Region bessere Auslastung durch vernetzte Zusammenarbeit zu verschaffen.

"Alles, was man zur Behandlung von modernen Stoffwechselproblemen wie Adipositas, Diabetes oder auch Burnout braucht, ist im Salzkammergut vorhanden", sagt Steinwendner. Denn nicht nur seien die Gesundheitsdienstleister und Tourismusbetriebe bereits vorhanden, sondern ebenso eine Vielzahl aufgeschlossener Wander- und

Reitwege, unterschiedliche Transportmöglichkeiten und vor allem ein angenehmes Klima und schöne Seenlandschaft. "Der Gesundheitstourismus

boomt, und immer mehr Leute sind bereit, bewusst und präventiv etwas für ihre persönliche Gesundheit zu tun", sagt Steinwendner.

PILOTPROJEKT

"Das Zentrum Mensch" im Attergau

Das Pilotprojekt "Das Zentrum Mensch – Ge(h)sundbewegung im Salzkammergut" umfasst 84 verschiedene Dienstleister im Gesundheits- und Tourismusbereich im Raum Attersee-Attergau. Zusammen wurden

Gesundheits- und Wellness-Pakete entwickelt, die den Tourismus in der Region ankurbeln sollen. Ab Dezember 2008 können Gäste im Internet erste Buchungen vornehmen: www.daszentrum-mensch.at

NEUERÖFFNUNG: Eurothermen Resort Bad Ischl

Neuer Gesundheitsschwerpunkt im Salzkammergut: "Sole & Salz"

BAD ISCHL. Am 25. Juli konn-reich Atemwege und Haut. te nach Bad Schallerbach nun auch das Eurothermen Resort in Bad Ischl neu eröffnet werden. Um insgesamt 32 Millionen Euro wurde die Therme völlig neu gestaltet. Weitere 9,6 Millionen Euro wurden in die Neugestaltung des Bad Ischler Bahnhofsvorplatzes und den Bau der Zentrumsgarage investiert.

Neue Angebote zum Start

Die Bad Ischler Eurotherme geht mit einem völlig neuen Angebotsmix an den Start, sagt Markus Achleitner, Chef der Eurothermen Resorts. Thema des neu gestalteten Resorts ist "Sole & Salz" und zielt damit als Gesundheitskompetenzzentrum besonders auf Therapien im Be-

In der Salzkammergut-Therme wurden im Innen- wie im Außenbereich neue Wasserattraktionen geschaffen, unter anderem der österreichweit einzigartige "Lazy River". Hinzu kommen erweiterte Liegeflächen im Innen- und Parkbereich, neue Restaurants, ein neuer Sauna-Garten, die neue "Bergwerk-Sauna" sowie der neu gestaltete Haupteingang mit direkter Anbindung an die ebenfalls neue Zentrums-Tiefgarage.

Außerdem wurde das Gesundheits- und Relaxhotel Royal um 25 Zimmer und fünf Suiten erweitert sowie mit einem Verbindungsgang an die Therme wie auch an die neue Tiefgarage angebunden.

"Der Ausbau der touristischen Infrastruktur im Salzkammergut ist einer der Investitionsschwerpunkte in den letzten Jahren", sagt Landeshauptmann Josef Pühringer (VP) als Aufsichtsratsvorsitzender der OÖ Thermenholding. Die Thermenholding umfasst als Marketing-Dachmarke neben Bad Ischl auch die zwei Thermenstandorte Bad Schallerbach und Bad

Insgesamt werden bis Jahresende, wo eine Fertigstellung in Bad Hall geplant ist, 110 Millionen Euro in den Ausbau und die Verbesserung der drei Eurothermen investiert. Ziel ist es, damit zur Positioniereung Oberösterreichs als das Gesundheitsland Österreichs beizutragen. (buch)



Pläne des ausgebauten Wellnessbereichs Foto: Hotel: Revita Hotel Kocher/Lehner

ERWEITERUNG: Neue Suiten und Wellnessbereich

Hotel Kocher: Ausbaupläne für 2,3 Millionen Euro

ST. AGATHA. Noch in diesem Jahr fahren die Baukräne vor dem Revita Hotel Kocher in St. Agatha im Hausruckviertel vor. Denn das familienbetriebene Hotel will weiterwachsen.

Geplant sind in einer ersten Erweiterungsstufe ein Ausbau um zwölf zusätzliche Suiten sowie einem neuen Restaurant mit insgesamt 100 Sitzplätzen für Hotelgäste. Der hoteleigene Wellnessund Gesundheitsbereich soll um zwei neue Therapieräume und ein 80 Quadratmeter großes Schleusenbad, das vom Innen- in den Außenbereich führt, ergänzt

Angeboten werden sollen hier auch weiterhin Seminare, Workshops und Therapien rund um das Thema "Mental Wellness", sagt Thomas Weinberger, Assistent der Hotelleitung und Marketingverantwortlicher im Revita

Hotel Kocher. Dazu kommen neben dem derzeitigen Wellness-Repertoire, wie Feng Shui und Biofeedback, weitere Angebote für seelisches und geistiges Wohlbe-

Familienbetrieb wächst ständig

In rund drei Monaten Bauzeit wird das Projekt fertiggestellt, sagt Weinberger. Bisher musste der Baubeginn mehrmals verschoben werden. "Aber im Frühling möchten wir die ersten Gäste in den neuen Suiten begrüßen können", so Weinberger. Die Kosten für den Ausbau belaufen sich auf rund 2,3 Millionen Euro.

Der Familienbetrieb, der heute in dritter Generation von der Familie Kocher geführt wird, plant bereits eine zweite Ausbaustufe für die kommenden Jahre, bei der die Zimmerkapazität noch erweitert werden soll.



LH Pühringer und GF Achleitner



Einzigartig: "Lazy River"

(Land OÖ)

STICHWORT **Ermäßigung**

In den drei Eurothermen-Resorts des Landes Oberösterreich in Bad Schallerbach, Bad Ischl und Bad Hall gilt seit 1. Juli 2008 für Menschen mit Behinderung eine Ermäßigung von 50 Prozent auf den Normaltarif. Damit soll ein Besuch in den Thermen auch für Behinderte attraktiver werden, sagt Landeshauptmann Josef Pührin-

Tourismus Nachrichten 12 Freitag, 3. Oktober 2008



Skifoan! Immer mehr Osteuropäer entdecken Oberösterreich als Urlaubsziel - besonders im Winter.

Sportliche Tschechen in Oberösterreich

LINZ. Für die österreichische Wintertourismus-Wirtschaft gibt es in den osteuropäischen Märkten viel zu holen. Tschechien hat dabei die Vorreiterrolle.

"Eine total spannende Entwicklung", sagt Heinz Gressenbauer, Themenmanager des OÖ. Tourismus. Seit Anfang der 1990er-Jahre strömen immer mehr Tschechen über die Grenze, um in Oberösterreich Skiurlaub oder einen Tagesausflug zu machen.

Es sei ihnen hier nicht mehr zu teuer, sagt Gressenbauer. "Noch dazu sind sie so sportbegeistert, dass sie sich das ohnehin leisten wollen."

Tschechien ist bei den Ankünften und Nächtigungen mittlerweile hinter Deutschland und Italien die Nummer drei in Ober-

österreich. zweiten Tschechien als Hauptmarkt definiert", sagt Gressenbauer. Das heißt, es sollen noch mehr Gäste kommen. Am Hochficht sind ein Viertel der gäste Tschechen. Aber auch nach Hinterstoder oder Dachstein West kommen sie zum Skifahren.

OÖ. Tourismus, die Skigebiete, Tourismusverbände und die Seilbahnholding betreiben aktives Marketing. Informationsbroschüren und Homepages werden in slawische Sprachen übersetzt. Es gibt Workshops mit Partnern in den Zielmärkten. Derzeit wird der polnische Markt intensiv bearbeitet. Von dort sollen viele neue Touristen kommen.

Trotz der außerordentlich starken Zuwächse im Jahr zuvor konnten im Win-

"Wir haben ter 2007/08 die Zahl der Ankünfte um knapp vier Prozent auf rund 840.000 und die Nächtigungen um 2,7 Prozent auf 2,5 Millionen gesteigert werden. Der

Tschechien lag mit plus 49.2 Prozent weit über dem Durchschnitt.

Für die kommende Wintersaison investieren die

Anstieg bei den Gästen aus Skigebiete laut Wirtschaftsressort des Landes insgesamt rund 17 Millionen Euro. Beispielsweise werden am Hochficht ein neues überdachtes Förderband

und am Feuerkogel zwei neue Schlepplifte errichtet. Überall kommen neue Beschneiungsanlagen, Pistengeräte und Kassensysteme zum Einsatz.

Urlaubsland mit klarem Profil

TN: Was erwarten Sie sich von der bevorstehenden Wintersaison für Oberösterreich?

SIGL: Oberösterreich hat sich zu einem Urlaubs- und Freizeitland mit klarem Profil entwickelt. Der Winter steht für familienfreundlichen Skiurlaub und alternative Angebote, wie etwa Städte- oder Gesundheitsreisen. Die Marketingmaßnahmen in den Zielmärkten, die faire Preis-/ Leistungsstruktur und die

familien- und gesundheitsorientierten Angebote greifen. Ich erwarte für die bevorstehende Wintersaison ein ähnlich gutes Ergebnis wie 2007/08.

TN: Welche Investitionen wurden getätigt und was fehlt noch?

SIGL: In den sieben Top-Skiregionen wurde und wird für die Wintersaison gezielt investiert. Es geht weniger um Neubauten, sondern um sanfte Pistenerweiterungen, Zubauten zu erhöhen.



Viktor Sigl

und eine Optimierung der Beschneiungsanlagen. Das erklärte Ziel ist es, Komfort und Servicequalität weiter

TN: Welche Chancen bieten die osteuropäischen Märkte für Oberösterreichs Wintertourismus?

SIGL: Die osteuropäischen Märkte sind auch in Oberösterreich im Kommen. Die Zahl der Gäste Tschechien, Polen, aus Russland und Ungarn steigt konstant. Gezielte Marketingaktivitäten des OÖ. Tourismus mit professionellen Partnern in den Ostländern tragen zu der positiven Entwicklung bei.



In Ruhe seine Runden ziehen - im Inneren Salzkammergut

Foto: GC Salzkammergut

Golfclub Salzkammergut feiert 75 Jahre – mit Erfolg

ßen, nur Bauernhöfe und Kuhweiden – so beschaulich ist der Golfplatz des Golfclubs Salzkammergut gelegen. Der gemeinnützige Verein feiert heuer sein 75-jähriges Bestandsjubiläum. "Wir sind die Einzigen im Inneren Salzkammergut", sagt Clubpräsident Gottlieb Peer.

Golf ist ein Frequenzbringer. Von den rund 5000 Gästen im Jahr, die eine "Greenfee" (Golfplatz-Gebühr) zahlen, sind ein Drittel Urlaubsgäste. "Das macht im Schnitt sicher 8000 Nächtigungen", profitiert nicht nur der Golfclub, der selbst ein Hotel mit 16 Zimmern betreibt, sondern auch die Umgebung.

Mit sechs anderen Hotels wurde die Vermarktungsgemeinschaft "Golfresort Bad Ischl" gegründet. Die Gäste kommen aus Deutschland, England, Italien oder Tschechien. Die Vermarktung läuft die Homepage golf.at, Messeauftritte und in Kooperation mit dem OÖ. Tourimus.

"Bei uns gibt es überhaupt keinen Nebel", sagt

BAD ISCHL. Keine Stra- sagt der Präsident. Davon Peer. Darum zieht es viele Linzer, Welser und Vöcklabrucker auf den Golfplatz in Bad Ischl. Die Tagesgäste kommen aus teils 150 Kilometern Entfernung.

Prominente Gäste

Eine der Stärken des Golfclubs sind Firmen-Verbandsturniere. und "Pro Turnier gibt es rund 800 Nächtigungen", sagt Peer. Prominente Gäste waren Franz Beckenbauer, Toni Sailer oder der Sohn Ex-US-Präsidenten Roosevelt, 730 Mitglieder zählt der viertälteste Golfclub Österreichs.

Heimische Tagesausflügler geben 257 Millionen Euro aus

führt das Linzer market-Institut im Auftrag des OÖ. Tourismus die "Analyse Tagesausflug im Winter" durch. In der vorigen Saison unternahmen die Oberösterreicher 3,5 Millionen aus dem Alltag ausbrechen Tagesausflüge. Ski fahren, rodeln, Skitouren, Langlauf - es gibt viele sportliche Möglichkeiten.

Das Gute liegt so nah

64 Prozent bleiben dabei im eigenen Bundesland, 31 Prozent fahren in ein anderes und fünf Prozent begeben sich ins Ausland. 257 Millionen Euro haben die Landsleute für ihre Tagesausflüge im Winter 2007/ 08 ausgegeben. Davon bleiben 148 Millionen Euro in Oberösterreich. Der durchschnittliche Tagesausflug dauert neun Stunden. 5,8 Personen nehmen daran teil und geben 80 Euro aus.

Mühlviertel vorne

Bei den Regionen liegen seit Jahren knapp aber doch das Mühlviertel (Rohrbach, Urfahr-Umgebung, Freistadt, Perg) und das Salzkammer-(Gmunden,

LINZ. Seit dem Jahr 2000 bruck) an der Spitze. Grundsätzlich wird aber das gesamte Land recht gerne und gut besucht.

> Die Motive für einen Tagesausflug: einen schönen hob sich das Niveau um Tag haben, entspannen, oder einfach etwas mit der Familie unternehmen.

Oberösterreichweit wur-

den im Winter 2007/2008 gesamt rund 840.000 Ankünfte und fast 2,5 Millionen Nächtigungen registriert. Bei den Ankünften knapp vier Prozent gegenüber dem Vorjahr an, und die Nächtigungen präsentierten sich mit einem Plus von 2,7 Prozent.



Wintersport ist bei den Oberösterreichern sehr beliebt.

Convention Bureau für Veranstaltungsorte

LINZ. Tagungen, Kongresse, Seminare, Events und Incentives haben das ganze Jahr hindurch Saison. Das Convention Bureau des OÖ. Tourismus unterstützt aktiv die oberösterreichische Tagungsindustrie in Marketing und Verkauf.

Ziel des Convention Bureaus ist es, für seine Mitglieder gezielt neue Kunden zu akquirieren und somit zur Umsatzsteigerung beizutragen. Zu diesem Zweck werden viele Aktivitäten gesetzt: eine Erhebung und Bedarfsanalyse potenzieller Neukunden im In- und Ausland, professionelle Neukundenansprache und Kontaktpflege sowie die Planung und Durchführung von Verkaufsaktivitäten.

Die Leiterin des Convention Bureaus, Anneliese Ofner, ist daher zwei Tage pro Woche direkt bei Firmen und Verbänden unterwegs, um Anfragen für die Mitglieder zu generieren. "Mit Broschüren können wir Aufmerksamkeit erregen, der persönliche Kundenkontakt ist aber das Wichtigste", sagt Ofner. So werden regelmäßig Netzwerkveranstaltungen organisiert, die den Mitgliedern den direkten Kontakt mit den potenziellen Kunden ermögliche.

Anfragen an die Mitglieder werden zentral koordiniert, und der Prozess bis

99Über Broschüren können wir Aufmerksamkeit erregen, aber nichts geht über den persönlichen Kontakt mit den Mitgliedern.66

> ANNELIESE OFNER Convention Bureau

hin zur Auftragserteilung wird permanent begleitet und überwacht. Als Netzwerk der Tagungsindustrie in Oberösterreich setzt das Convention Bureau Knowhow zur eigenen Produktivitätssteigerung ein und koordiniert überregionale Werbemaßnahmen für die Gruppe.

Erste Erfolge

Mit dem Convention Bureau Oberösterreich ist seit dem 1. März 2008 ein starkes Netzwerk der oberösterreichischen Tagungsindustrie aktiv. Durch die Beiträge der Mitglieder und des OÖ. Tourismus steht dem Convention Bureau ein gesichertes Budget von 230.000 Euro zur Verfügung. Dieser Betrag dient als gemeinsames Vermarktungs- und Verkaufsbudget.

Die 37 Mitgliedsbetriebe stellen 116.000 Quadratmeter Veranstaltungsfläche in 224 Tagungs- und Veranstaltungsräumen zur Verfügung. Würde man in allen Mitgliedsbetrieben diese Fläche maximal auslasten, fänden mehr als 63.000 Personen Platz. Als Arbeitgeber beschäftigen die Mitglieder des Convention Bureaus mehr als 1731 ständige Mitarbeiter, davon 231 im Veranstaltungsbereich

Für 2009 werden jetzt Mitglieder aufgenommen. Das Angebot des Convention Bureaus richtet sich an Seminar- und Tagungshotels mit einer Mindestkapazität von 20 Zimmern und zwei Seminarräumen, an Veranstaltungs- und Kongresszentren, Event- und Incentiveagenturen, Orte mit anderer Hauptnutzung wie etwa Museen und an Zulieferer und Netzwerkpartner. Anmeldeschluss ist der 15. Oktober

PREISE

Mitgliedschaft

- Small: 150 Euro/Monat. Basispaket beinhaltet u. a. Bewerbung/Vermarktung der Angebote
 Medium: 290 Euro
 pro Monat mit den Leistungen "small" und Teilnahme an Kundenevents, Sales Terminen
- Large: 600 Euro pro Monat inklusive obiger Leistungen und Kongress-Schwerpunkt Kontakt: 0732/7277-173, eva.wieder@lto.at



Die Mitglieder im Convention Bureau Oberösterreich .

Fotos: OÖ. Tourismus (2)



Treffpunkt Convention Bureau: So lernen Kunden die Mitglieder kennen.

SALZKAMMERGUT: Wirte-Kooperation soll fortgesetzt werden

Zugpferd Landesausstellung GMUNDEN. Die Landes- haben sich bereits viele sammengeschlossen. In

GMUNDEN. Die Landesausstellung im Salzkammergut ist zwar noch lange nicht zu Ende – aber schon jetzt zeichnet sich ab, dass die große dezentrale Schau ein Besuchermagnet ist. Knapp 450.000 Menschen konnten an den 14 Ausstellungsorten zwischen Laakirchen und Gosau bisher begrüßt werden.

"Die bisher erfolgreichsten Monate waren Juli und August", sagt Landeshauptmann Josef Pühringer. "Es hat damit kein Sommerloch gegeben." Und bis zum Ende der Landesausstellung am 2. November könnte die Bilanz noch bedeutend besser werden. Auch im Herbst erwarten die Organisatoren einen Besucheransturm, für die Führungen an den Standorten

haben sich bereits viele Gruppen angemeldet. Rund 21 Millionen Euro

hat das Land Oberösterreich in die Infrastruktur der Ausstellungsorte investiert – und damit eine Basis gelegt, von der der Tourismus im Salzkammergut noch lange nach der Landesausstellung profitieren wird. Aus Erfahrungen mit anderen Landesausstellungen rechnet das Land mit einer Wertschöpfung von bis zu 130 Millionen Euro in der Region.

Wirte profitierten sehr

Eine Gruppe, die besonders von der Landesausstellung profitiert, ist die Gastronomie. Bereits im Vorfeld haben sich 33 Gastronomen zur Gruppe der Salzkammergut-Wirte zu-

sammengeschlossen. Für die Qualitätsbetriebe haben sich sowohl die Landesausstellung als auch die Kooperation bestens bewährt. "Der Werbeeffekt war enorm", sagt Heidi Kühnel, die Sprecherin der Salzkammergut-Wirte.

"Die Mitglieder konnten sich bei konzertierten Genusswochenenden gut präsentieren, wir waren in den Medien präsent und gastierten auch einmal am Linzer Südbahnhofmarkt." Vor allem diejenigen, die sich aktiv am Zusammenschluss beteiligten, haben am meisten profitiert, so Kühnel. "Wir überlegen jetzt, die Wirte-Kooperation nach Ende der Landesausstellung fortzusetzen. In welcher Form, muss aber noch geklärt werden."



Einfach zum Reinbeißen: Herbstzeit ist in Oberösterreich Genusszeit.

(OÖ. Tourismus)

GENUSS: Ein wichtiges Thema wird um Kultur erweitert

Ein Fest für den Gaumen und auch für die Augen und die Ohren

LINZ. Der OÖ. Tourismus wird um eine weitere Genuss-Facette bereichert. "Kunst und Kultur gehen Hand in Hand mit dem Genussland", sagt die Projektverantwortliche, Christine Dattenböck.

Deshalb wurde erstmals ein Genusskultur-Magazin aufgelegt, das beim OÖ. Tourismus erhältlich ist. Vom 11. Oktober bis 22. November sind in Bad Hall Musicalwochen (Der Mann von La Mancha).

Ein Kulturgenuss-Paket bietet der Mühltalhof in Neufelden: "Adalbert Stifter kulinarisch genießen"

mit drei Nächtigungen und Programm.

Seit 2005 gehört die Genussland-Initiative zum touristischen Angebot dazu. Es wurde jetzt der bereits siebente Veranstaltungskalender aufgelegt. Erntedank und Almabtrieb prägen die erste Phase, das Wildbret und die Martinigans die zweite, und zum Abschluss bestimmen Advent und Weihnachten den Terminkalender.

Vom 3. bis 5. Oktober ist das Almabtriebsfest am Wolfgangsee, inklusive Kirtag (Rußbach-Brauchtumsstadl). Am 19. Okto-

ber ist viertes Genussfest im Hopfenland Rohrbach. Ab Mitte Oktober laden die Genussland-Wirte zu Wildbretwochen. Exakte Termine auf www.genussland.at. Im November folgen die Gansltage und die Martinimärkte.

Schon am 15. November beginnt Weihnachten am Kürbishof Metz in St. Florian bei Linz. In der vorletzten Novemberwoche starten dann die Advent- und Christkindlmärkte.

Genaue Termine gibt es unter www.genussland.at und www.kultururlaub.at oder Tel. 0732/221022.

WESENUFER: Hotel gekoppelt mit Veranstaltung und Wellness

Neues Seminarhotel eröffnet

WESENUFER. Das neue Seminar- und Kulturhaus von pro mente OÖ. in Wesenufer wurde heuer feierlich eröffnet. Das Seminarkulturhaus schafft sozialen Mehrwert, denn es bietet Arbeit für 15 Personen mit psychischen und sozialen Problemen, die am normalen Arbeitsmarkt kaum eine Chance haben. Und das direkt in der Heimatregion

"Damit werden Arbeitsplätze für Menschen mit

psychischen und sozialen Problemen geschaffen sowie wichtige touristische und kulturelle Impulse für die Donau- und Sauwaldregion gesetzt", sagte Landeshauptmann Josef Pühringer beim Eröffnungsfestakt.

"Wir glauben, dass es keinen besseren Ort gibt, um Neues zu erlernen." So lautet das Motto für das neue Seminarkulturhaus. Es setzt zudem einen kräftigen Impuls für den QualiDonautal und bietet eine moderne Infrastruktur für Seminare, Feste und Ereignisse: 11 Doppel- und vier Einzelzimmer der gehobenen Kategorie, ein stilvolles Restaurant mit vier Gasträumen für knapp 100 Personen, fünf moderne Seminarräume und eine Wellness-Oase. Der moderne Veranstaltungssaal mit Donaublick erlaubt eine Bestuhlung für bis zu 250 Personen

tätstourismus im Oberen

Tourismus Nachrichten Freitag, 3. Oktober 2008

3 Fragen an ...

Johanna Pernkopf

Die 36-jährige Chefin des Ferienhofes Großgrub in Vorderstoder spricht über die Wünsche ihrer Urlaubsgäste.



TN: Was wollen Wanderer wirklich?

PERNKOPF: Sie wollen gut aufgehoben sein, eine gute Ausrüstung und schönes Wetter. Wenn sie unterwegs sind, wollen sie wissen, wo es langgeht. Also braucht es eine gute Beschilderung. Die haben wir glücklicherweise mit dem europäischen Leitwanderweg. Was Wanderer nicht wollen, sind Trampelpfade. Sie schätzen die Ruhe in der Natur.

TN: Wie schafft man es, einen Wandergast zum Stammgast zu machen?

PERNKOPF: Wir erfüllen seine Erwartungen auf jeden Fall und wollen sie darüber hinaus übertreffen. Man muss den Gästen ieden Wunsch von den Augen ablesen. Gastfreundlichkeit ist eine Voraussetzung. In die Qualität des Betriebes muss immer wieder investiert werden. Das tun wir beispielsweise im Vitalbereich, beim Bio-Frühstück und bei den Einrichtungen für Kinder. Zuletzt haben wir neue Go-Karts gekauft. Alles in allem: Man sollte den Gast als Freund sehen.

TN: Wie oft haben Sie denn selbst Zeit zum Wandern?

PERNKOPF: So oft es geht. Jede Woche wandern wir ohnehin mit unseren Gästen. Das gehört zum Programm. Wenn wir mit unseren beiden Kindern auf Urlaub sind, wandern wir natürlich auch. Die Aktiv Card nutzen wir ebenfalls.



Besonders Familien schätzen das Angebot an qualitativ hochwertigen Wanderbetrieben in Oberösterreich.

Oberösterreichs Wanderpartner übertreffen ihre Versprechungen

LINZ/VORDERSTODER. Wandern liegt im Trend, und dennoch sollten die Gäste immer wieder überrascht werden. Das Qualifizierungsprogramm des OÖ. Tourismus, an dem auch der Ferienhof Großgrub teilgenommen hat, zielt darauf ab.

Die Versprechungen, die man den Kunden macht, sollten übertroffen werden, sagt Sylvia Prunthaller, Themenmanagerin beim OÖ. Tourismus: "Was will der Wanderer wirklich? Dieser Anspruch hört sich einfach an, ist aber spannend zu implementieren." Der

Ferienhof Großgrub in Vorderstoder sei ein gutes Beispiel dafür, wie man die Begeisterung hinausträgt. "Auch wenn das Wetter schlecht ist, ist der Parkplatz bei ihnen voll mit österreichischen und deutschen Autos", sagt Prunthaller.

Mit drei "Wanderschuhen" ist der Ferienhof Großgrub ausgezeichnet. Dazu muss er die Kriterien für Wanderpartner erfüllen. So gibt es mindestens eine geführte Wanderung mit einem Spezialisten. "Wir bieten außerdem Nordic Walking und Wanderreiten für Kinder an", sagt die Chefin des Fe99Was will der Wanderer wirklich? Dieser Anspruch hört sich einfach an, ist aber spannend zu implementieren.

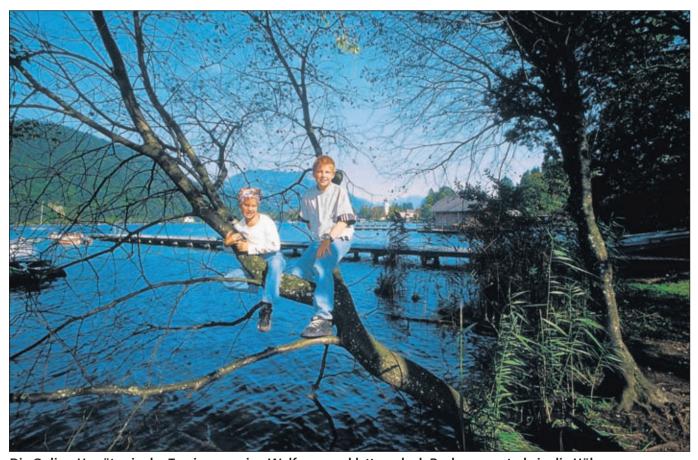
> SYLVIA PRUNTHALLER Themenmanagerin Wandern des OÖ. Tourismus

rienhofs, Johanna Pernkopf. Auch die Aktion, bei den Hütten Stocknägel zu bekommen, komme gut an. "Zu Hause können sie dann ihren Wanderstock herzeigen, das ist ein An-

sporn", sagt Pernkopf. Mit der Auslastung ist die 36-Jährige zufrieden. "Wir haben in den vergangenen Jahren steigende Buchungszahlen", sagt Pernkopf. Der heurige Juni sei sehr gut gewesen, und sogar im September sei der Ferienhof noch halbvoll ausgelastet.

Nationalpark zieht an

Dazu trägt die gute Lage im Nationalpark Kalkalpen und die Aktiv Card der Phyrn-Priel-Region bei. Mit dieser Vorteilskarte können Gäste vom ersten Tag an Seilbahnen, Bäder oder Museen gratis benutzen.



Die Online-Umsätze in der Tourismusregion Wolfgangsee klettern dank Buchungszentrale in die Höhe.

BUCHUNGSZENTRALEN: Gast ist schneller zufrieden, Online-Umsätze steigen rasant

"Buchen soll so leicht wie möglich sein"

VON CLEMENS SCHUHMANN

WOLFGANG. LINZ/ST. Die OÖ. Tourismus Technologie GmbH (TTG) bietet mit der Buchungsplattform Tiscover seit mehreren Jahren professionelle Lösungen für den Back-Office-Bereich von Tourismusverbänden oder Destinationen - die so genannten Buchungszentralen.

Damit können Anfragen und Buchungen in Echtzeit bearbeitet werden: "Der Mitarbeiter des Tourismusverbands kann bereits während des Telefonats alle Daten von Herrn Müller - Zimmerwunsch, Reisezeitraum etc. - eingeben und ihm sofort mündlich ein Angebot unterbreiten. Herr Müller kann dann sofort am Telefon buchen. Oder er wartet auf das sofort losgeschickte E-Mail und bucht anschließend beim Tourismusverband oder direkt beim Vermieter", sagt Michael Spechtenhauser, Geschäftsführer der OÖ. TTG.

"Das ist komfortabel für

den Kunden, er hat in nur einer Minute ein Angebot." Auch für den Tourismusverband bietet das Vorteile, schließlich stehen stets die aktuellsten Buchungsdaten bzw. Infos über freie Kapazitäten zur Verfügung. Zeitintensives Herumtelefonieren ("Haben Sie von 25. bis 30. noch ein Doppel frei?") ist damit obsolet.

Zweiter Vorteil: Die Online-Buchungsumsätze steigen rasant: "Von Jänner bis August 2008 haben sie oberösterreichweit im Vergleich zum Vorjahr um 20 Prozent zugelegt", sagt Spechtenhauser.

Die Wolfgangsee Tourismus GmbH (WTG) verwendet die Buchungszentrale seit 2004 - mit großem Erfolg: "Das ist nicht mehr wegzudenken. Buchen soll ja so leicht wie möglich sein", sagt WTG-Geschäftsführer Hans Wieser. "Das sollte jeder machen, unbedingt. Denn die Zeiten, in denen ein Tourismusverband nur Auskunft gegeben hat, sind längst vorbei."

REISEN: Umweltfreundlicher reisen

Umwelt-Zertifizierung für Reiseangebote

trat die vom Lebensministerium erarbeitete Richtlinie des Österreichischen Umweltzeichens für Reiseangebote in Kraft. Sie schafft die Grundlage für unabhängig geprüfte und umweltverträgliche Reiseangebote. Reiseveranstalter signalisierten bereits Interesse am innovativen Zertifizierungs-System eigene Kataloge und Angebote folgen.

Bisher war die Suche nach einer ökologischen Pauschalreise gleich der Suche nach der Nadel im Heuhaufen. Zwar gibt es viele Tourismusbetriebe. die die Vorteile nachhaltigen Wirtschaftens erkannt und umgesetzt haben, doch die zumeist CO₂-reiche An- und Abreise sowie Aktivitäten vor Ort wurden bisher nicht berücksichtigt.

Die neue Richtlinie des Österreichischen Umweltzeichens packt diese Herausforderung an der Wurzel an und bietet ein automatisiertes und umfassendes System zur Bewertung und Zertifizierung. Die Folge ist eine neue Produktnische für ökologische Reisen, die durch diese Richtlinie und den einfachen Zertifizierungsprozess an Bedeutung gewinnen wird.

Bisher übliche Zertifizierungsmodelle waren für den sehr schnelllebigen Markt der Reiseange-

WIEN. Mit 1. Mai 2008 bote zu langsam. Daher wurde eine praktikable Lösung zur automatisierten Zertifizierung gesucht und gefunden. Reiseveranstalter können nach einer Schulung und einer ersten grundlegenden Zertifizierung Reisen nun selbst über das System zertifizieren lassen und nötige Daten eingeben.

Das System überprüft anhand eines Punktesystems sofort, ob das Angebot die Kriterien erfüllt und stellt automatisch ein weltzeichen aus. Auf diesem Weg zertifizierte Angebote werden anschließend von einer unabhängigen externen Kontrollstelle überprüft.

System lernt dazu

Außerdem lernt das System dazu. So fließen Vorschläge der Reiseveranstalter, die über das vordefinierte Angebot hinausgehen, in die Beurteilung ein und werden nach einer Überprüfung durch den Administrator offiziell freigegeben und dem Katalog hinzugefügt.

Gäste, die eine zertifizierte Reise buchen, erhalten einen Zugangscode mit dem sie Feedback zu den Reiseangeboten geben können. Dadurch wird sichergestellt, dass die laut Umweltzeichen-Richtlinie versprochenen Punke auch tatsächlich erfüllt sind.

Platzhirsch.

Oberösterreich ist ein erfolgreiches Land. Doch was – und wer – steckt dahinter? Wer die Antworten auf spezifisch oberösterreichische Fragen finden will, kommt an den OÖNachrichten nicht vorbei, der einzigen "echten" oberösterreichischen Tageszeitung mit fundierten Informationen zu Wirtschaft, Politik und Kultur. Und höchster Kompetenz für Oberösterreichthemen.

Das bestätigt auch die aktuellste ÖAK-Zahl für das erste Halbjahr 2008, die den OÖN eine verkaufte Auflage in der Höhe von 104.272* ausweist. Für diesen Zuspruch möchten wir uns sehr herzlich bedanken!



Rechtstipp

Sicherheitsgesetz für Veranstaltungen

In Oberösterreich ist seit Jahresbeginn das neue Veranstaltungssicherheitsgesetz für die Durchführung von öffentlichen Veranstaltungen in Kraft. Neben persönlichen Voraussetzungen, die in § 5 geregelt und einzuhalten sind, beinhaltet das Gesetz drei unterschiedliche Arten von Veranstaltungen:

a) Meldepflichtige Veranstaltungen (Veranstaltungen in Gastgewerbebetrieben, im Rahmen eines bewilligten Tourneebetriebes sowie Veranstaltungen, die von einer Veranstaltungsstättenbewilligung umfasst sind) sind spätestens zwei Wochen vor Beginn der Gemeinde, in der die vorgesehene Veranstaltungsstätte liegt, schriftlich zu melden.

b) Bewilligungspflichtige Veranstaltungen (Veranstaltungen im Tourneebetrieb) bedürfen grundsätzlich einer Bewilligung der Oö. Landesregierung.

c) Anzeigepflichtig sind Veranstaltungen, wenn sie weder melde- noch bewilligungspflichtig sind. Diese sind spätestens sechs Wochen vor Beginn der Gemeinde, in der die vorgesehene Veranstaltungsstätte liegt, schriftlich anzuzeigen.

Die Veranstaltungsanzeige gem. § 7: www.land-oberoesterreich.gv.at/cps/ rde/xbcr/SID-A0CC1E6C-929D9CBB/ ooe/IKD_E2_Veranstaltungsanzeige.pdf

Veranstaltungsstätten dürfen nur mit behördlicher Bewilligung errichtet bzw. betrieben werden. Die Veranstaltungsstättenbewilligung ist schriftlich zu beantragen und wird bei Erfüllung der gesetzlichen Bestimmungen und persönlichen Voraussetzungen erteilt. Die Mindesterfordernisse für Veranstaltungen, Veranstaltungsstätten, Veranstaltungseinrichtungen und -mittel sowie die von ihnen ausgehenden Einwirkungen sind in der Veranstaltungssicherheitsverordnung normiert.

Die Bestimmungen der Verordnung: www.ris2.bka.gv.at/GeltendeFassung.wxe?QueryID=LrOO&Gesetzesnummer=20000501

Nähere Details beim Oberösterreich Tourismus, auf **www.oberoesterreichtourismus.at** unter Recht/Rechtsinfos.



Alle 444 Gemeinden in Oberösterreich (im Bild z. B. Grein) sind Mitglied bei der Reiseplattform Tiscover.

oto: OÖ Tourismus

Eigene Schnittstelle: Tiscover und RiS verbessern Service für Gemeinden

LINZ. Die Reiseplattform Tiscover und RiS, der wichtigste Anbieter kommunaler Websites in Österreich, bauen mit einer gemeinsamen Schnittstelle das Service- und Informationsangebot für Gemeinden und Städte aus. Die Einrichtung dieser Schnittstelle ist für die Gemeinden kostenlos.

Durch diese Kooperation finden die User auf den von RiS betreuten Gemeindeplattformen neben Bürgerinformationen auch Veranstaltungshinweise und online buchbare Urlaubsangebote.

Knapp 1400 Orte in Österreich vertrauen in der Vermarktung ihres touristischen Angebotes auf Tiscover. RiS hat sich hingegen mit seinem Pro-

dukt "RiS Kommunal" bei annähernd 1000 Gemeinden und Städten in Österreich als wichtigster Dienstleister für Kommunal-Websites etabliert.

"In Oberösterreich sind alle 444 Gemeinden Mitglied bei Tiscover – und zwischen 80 und 90 Prozent bei RiS", sagt Michael Spechtenhauser, Geschäftsführer der OÖ. Tourismus Technologie GmbH.

Veranstaltungen im Fokus

Durch die Kooperation der beiden Unternehmen werden ab sofort tourismus- und bürgerrelevante Informationen auf den von RiS betreuten Gemeindeplattformen zusammengeführt. Neben online buchbaren Unterkünften stehen dabei vor allem Veranstaltungshinweise im Vordergrund.

"Aus touristischer Sicht ist die Zusammenarbeit zwischen Tiscover und RiS absolut zu begrüßen", zeigt sich Tiscover-Vorstand Konrad Plankensteiner überzeugt. "Österreich-Urlauber und alle, die es noch werden möchten, finden nun auch direkt auf den Homepages der verschiedensten österreichischen Gemeinden online buchbare Urlaubsangebote."

Peter Stadlmann, Geschäftsführer von RiS, betont die Synergien, die sich aus dieser strategischen Partnerschaft ergeben: "Veranstaltungshinweise oder freie Zimmer müssen nicht doppelt eingepflegt werden, da diese Daten durch eine Schnittstelle direkt von

Tiscover übernommen werden. Damit können die Gemeinden nicht nur ihre Bürger über das aktuelle Geschehen, sondern auch Gäste über Unterkünfte, Veranstaltungen und Freizeitmöglichkeiten rasch und umfassend informieren."

Deutliche Vereinfachung

"Durch die Kooperation von Tiscover und RiS gehört die doppelte Datenwartung, speziell bei Veranstaltungen, der Vergangenheit an", sagt Michael Spechtenhauser.

Das erweiterte Serviceangebot und die Einrichtung der Schnittstelle ist für die Gemeinden kostenlos und soll ab Herbst auf den Plattformen integriert sein. (schuh)

TN-UMFRAGE

Haben die hohen Spritkosten Ihr Urlaubsverhalten verändert?



ch führe grundsätzlich **L**ein bescheidenes Leben. Daher spüre ich die Teuerung nicht wirklich, und auch die hohen Spritpreise wirken sich bei mir nicht aus. Allerdings werde ich heuer noch gemeinsam mit meiner Partnerin nach Madagaskar in den Urlaub fliegen. Dann habe ich aber für längere Zeit genug vom Reisen in die Ferne. Grund dafür ist aber nicht die Teuerung, sondern die Tatsache, dass ich in meinem Leben schon sehr weit gereist bin.

HERBERT ZAHNT *Pensionist*



Wir werden heuer un-seren Urlaub zu Hause verbringen. Sonst sind wir immer mit dem Auto in den Urlaub gefahren. Allerdings sind mein Mann und ich immer schon gerne in Österreich geblieben und haben in Kärnten oder der Steiermark Urlaub gemacht. Natürlich spürt man die Teuerung. Einerseits sind die Lebensmittel um einiges teurer geworden, andererseits sind auch die Spritkosten sehr hoch. Da erspart man sich dann weniger, als früher.

HELGA HOLL Pensionistin



Die Teuerung macht sich auf jeden Fall deutlich bemerkbar. Ich bin in den letzten Jahren immer mit dem Auto in den Urlaub gefahren und habe dabei Strecken von etwa 2000 Kilometern zurückgelegt. Jetzt trete ich deutlich kürzer und fahre nur noch 800 Kilometer. Heuer war ich in Österreich auf Urlaub. Wenn man Teilstrecken per Autoreisezug zurücklegt, kann man oft viel Geld sparen. Natürlich spielt immer auch das Preisniveau am Urlaubsort eine Rolle.

FLORIAN GANGL Angestellter



Mein letzter richtiger Urlaub liegt schon etwa neun Jahre zurück. Aber egal, ob ich jetzt Ferien mache oder nicht, ist die Teuerung ein Thema. Seit der Euro-Einführung ist einfach alles teurer geworden. Für heuer habe ich keinen Urlaub mehr geplant. Nächstes Iahr im Sommer werde ich vielleicht wieder wegfahren. Wo ich dann Urlaub machen werde, habe ich noch nicht entschieden. Das Preisniveau ist dabei aber schon ein wichtiges Entscheidungskriterium.

CHRISTIAN FEICHTINGER Hotelangestellter



ch komme aus Schwe-**⊥**den und mache in Österreich gerade Urlaub. Bei uns zu Hause ist derzeit dieselbe Diskussion zum Thema Teuerung im Gange. Vom Preisniveau her würde ich sagen, dass wir in Schweden etwa auf demselben Level liegen. In meinem Reiseverhalten werden mich die hohen Lebensmittelund Spritkosten aber nicht beeinflussen. Ich habe in Österreich studiert und werde sicher auch in Zukunft kommen, um hier Urlaub zu machen.

Jesper Seamder Handelsvertreter



Tch bin Grieche und lebe **L**in Österreich. Jedes Jahr besuche ich meine Familie zu Hause Früher bin ich da immer mit dem Auto gefahren. Wegen der hohen Spritkosten habe ich mein Auto aber abgemeldet. Heim nach Griechenland reise ich jetzt per Flugzeug, was deutlich günstiger ist. Wenn ich zum Beispiel Wochenendausflüge mache, fahre ich mit der Bahn. Eigentlich ist mir ja auch das Zugfahren zu teuer. Es kommt aber immer noch billiger, als das Autofahren.

Georgos Sideras Staplerfahrer