

## INFORMATION

zur Pressekonferenz mit

**Wirtschafts- und Tourismuslandesrat Viktor Sigl  
Agrarlandesrat Dr. Josef Stockinger und  
Mag. Karl Pramendorfer, Vorstand OÖ. Tourismus**

am Mittwoch, 15. Februar 2006,

zum Thema

### **Tourismus & Lebensmittel: Neue Wirtschaftskraft für die Regionen**

[www.viktor-sigl.at](http://www.viktor-sigl.at)

[www.genussland.at](http://www.genussland.at)

[www.land-oberoesterreich.at](http://www.land-oberoesterreich.at)

[www.oberoesterreich.at](http://www.oberoesterreich.at)

**Rückfragen-Kontakt:**

**Elisabeth Kierner, OÖ. Tourismus, Tel. 0732/7277-123**

**Gerhard Rumetshofer, Presse LR Sigl, Tel. 0732/7720-15102**

**Walter Silber, Presse LR Stockinger, Tel. 0732/7720-11117**

Impressum:

*M/*  
Land Oberösterreich  
*HSt., Red.*  
Amt der Oö. Landesregierung  
Presseabteilung  
4021 Linz  
Klosterstraße 7  
*Tel*  
(+43 732) 77 20-114 12  
*Fax*  
(+43 732) 77 20-115 88  
*Web*  
[www.land-oberoesterreich.gv.at](http://www.land-oberoesterreich.gv.at)  
*E-Mail*  
[landeskorrespondenz@ooe.gv.at](mailto:landeskorrespondenz@ooe.gv.at)  
*DVR*  
0069264

## Kurzfassung

# Tourismus & Lebensmittel: So profitiert Oberösterreich von starker Allianz der Genussland-Partner

**Bereits 280 Genussland-Partner in Oberösterreich.** 2005 wurde die Genussland-Kooperation zwischen Tourismus, Landwirtschaft und Lebensmittelerzeugern gestartet. Mittlerweile sind in dieser äußerst aktiven Gruppe der Genussland-Partner 120 Gastronomiebetriebe und rund 165 Produzenten dabei. Sie machen Urlaubsgästen ebenso wie der heimischen Bevölkerung das regionaltypische Angebot Oberösterreichs schmackhaft.

**Gewinn für Landwirtschaft und gewerbliche Betriebe.** Die Kooperation ist für Landwirtschaft und gewerbliche Produzenten gleichermaßen eine win-win-Situation. Dazu kommt: 'Genießen' und 'Kulinarik' nehmen bei Urlaubsgästen einen enorm hohen Stellenwert ein, so dass auch der oö. Tourismus stark profitiert. Mit dem Begriff "Genussland" wird höchste Qualität verheißen - und gehalten: Ob Landwirtschaft oder Gastronomie, ob Schmankerl-korb oder Kurzreiseangebot, es geht um höchste Ansprüche.

**Vom Genuss-Veranstaltungskalender bis zu Genuss-Kurzreisen.** Tourismusmanager verkaufen heute vorwiegend Emotionen und Stimmungen. Das spielt auch in den Angeboten des Genusslandes eine wesentliche Rolle: Spezielle Angebote wurden/werden geschaffen: Genussland-Veranstaltungskalender, Reisen, Internetplattform, Schulungs-/Qualifizierungsangebote ...

**Landesrat Viktor Sigl:** "Mit der Allianz der Genusspartner, mit der Kooperation Landwirtschaft, Wirtschaft und Tourismus kommt neue Wirtschaftskraft in die Regionen. Davon profitiert das ganze Land."

**Landesrat Josef Stockinger:** Lebensmittel und Tourismus sind zwei wichtige Erfolgsfaktoren. Die hohen Qualitätsansprüche unserer Bauern sollen auch die Gäste schmecken."

**Karl Pramendorfer, OÖ-Tourismus:** "Die Verknüpfung von kulinarischen Themen mit touristischen Maßnahmen wird eine Saisonverlängerung und Steigerung der Wertschöpfung mit sich bringen."

**Wirtschafts- und Tourismuslandesrat KommR Viktor Sigl**

## **Regionaltypische Küche**

### **begeistert Köche und Genießer**

Im August 2005 wurde die Genussland-Kooperation zwischen Tourismus, Landwirtschaft und Lebensmittelerzeugern erstmals präsentiert. Seither wurden die Synergien der neuen Marketingallianzen in vielen Bereichen optimal genutzt und erste Erfolge verzeichnet. Die äußerst aktive Gruppe umfasst bereits mehr als 280 Genussland-Partner: 120 Gastronomiebetriebe und rund 165 Produzenten machen Urlaubsgästen ebenso wie der heimischen Bevölkerung das regionaltypische Angebot Oberösterreichs schmackhaft.

120 Gastronomiebetriebe und rund 165 Produzenten als Genussland-Partner

### **Kooperation als win-win-Situation**

#### **für Landwirtschaft und gewerbliche Betriebe**

---

Durch die Kooperation ergibt sich eine win-win-Situation sowohl für Landwirtschaft und gewerbliche Produzenten als auch für den Tourismus. Der Einkauf im Nahbereich garantiert den Gastronomiebetrieben Frische und Qualität der Produkte. Touristische Partner, wie die Kultiwirte, finden mit dieser Plattform ihre regionalen Lieferanten und können damit dem Gast die geforderte Qualität in der Gastronomie bieten.

Frische & Qualität für Gastronomie.

Um Genussland-Wirt zu sein, sind die Anforderungskriterien ebenfalls hoch gesteckt: Hohe Qualitätsstandards, wie sie etwa der BÖG (Bund Österreichischer Gastlichkeit) oder die Kultiwirte an ihre Mitgliedsbetriebe stellen, müssen erfüllt werden. Ebenso dürfen in der Küche vorwiegend Produkte mit oö. Herkunft verwendet werden, finden sich auf der Speisekarte regionaltypische Gerichte wieder. Gleichzeitig wird von den Wirten auch Engagement und aktive Unterstützung der Gruppe erwartet, um insbesondere im Rahmen eines gemeinsamen Schulungsprojektes das Qualitätsthema voranzutreiben.

Hohe Qualitätsstandards für Genussland-Wirte



## **Marke "Genussland" bürgt auch bei großen Wirtschaftsunternehmen für Qualität**

---

Der Begriff „Genussland“ und die damit verbundene Qualität der Produkte generiert bereits große Nachfrage, etwa auch bei wichtigen Veranstaltungen großer Wirtschaftsunternehmen. Kulinarik und regionaltypische Genüsse sind für Oberösterreich-Urlauber ein besonders wichtiger Bestandteil ihres Aufenthaltes. Laut Tourismus Monitor Austria (= Gästebefragung) gehört für 61 % der Gäste das Essengehen in einem Restaurant zu den wichtigsten Urlaubsaktivitäten. 49 % der Gäste wollen typische Speisen/Getränke genießen. Eine Steigerung erfahren diese Zahlen noch, nimmt man nur deutsche Urlauber als Maßstab: Hier nennen 62 % den Restaurantbesuch und 63 % regionale Genüsse als wichtige Urlaubsaktivität.

Essen und Trinken hat für Gäste enorm hohe Bedeutung.

## **Landschaften für Leidenschaften: "Genießen" und "herzhaftes Kulinarik" starke Themen**

---

Das unterstreicht die Notwendigkeit dieser kulinarisch-touristischen Initiative und wie wichtig es ist, in diesem Bereich besonders auf die

Stärken Oberösterreichs hinzuweisen. Darüber hinaus hat die gemütlche Einkehr einen hohen Stellenwert für den Ausflugstourismus und damit für die Oberösterreicher selbst. Die Themenaspekte "herzhaftes Kulinarik" und "Genießen" werden deshalb verstärkt in der Bewerbung des Urlaubs- und Freizeitlandes Oberösterreich unter dem Slogan "Landschaften für Leidenschaften" eingebunden.

Kulinarik und  
Genießen als  
wichtige Themen-  
Botschaften



**Agrarlandesrat Dr. Josef Stockinger**

## **Mehr als 280 Genussland-Partner setzen in Oberösterreich auf Qualität**

Lebensmittel und Tourismus sind zwei wichtige Erfolgsfaktoren für den Wirtschaftsstandort Oberösterreich. Gerade unsere Landwirtschaft setzt sich hohe Ansprüche für ihre Produkte. Kriterien wie z.B.

- Hauptrohstoffe und überwiegende Wertschöpfung aus OÖ
- Qualitätskriterien wie AMA-Gütesiegel, Gutes vom Bauernhof, Bio-Austria und
- ursprüngliche (traditionell / innovativ) Herstellungsverfahren

Lebensmittel und  
Tourismus als  
Erfolgsfaktoren  
für Oberösterreich

garantieren den Produzenten und Abnehmern eine hohe Qualität. Oberösterreichische Lebensmittel werden deshalb immer wieder in die Auslage gestellt, um einerseits das Bewusstsein für heimische Spezialitäten zu stärken und diese andererseits in Veranstaltungen, Spezialitätenwochen, Gruppenreisen oder Ausflugsangeboten erlebbar zu machen.

Bewusstsein  
für heimische  
Lebensmittel  
stärken

## **Eigener Veranstaltungskalender lädt zum Genießen im Genussland OÖ ein**

---

In der heimischen Bevölkerung fand in den vergangenen Monaten eine starke Bewusstseinsbildung für das Thema statt. Regionale Initiativen und Aktivitäten sind so vielfältig wie noch nie. Das bringen zum Beispiel auch die zahlreichen Veranstaltungen, die jetzt bereits übers Jahr geplant sind, zum Ausdruck. Derzeit finden sich viele der Veranstaltungen unter [www.genussland.at](http://www.genussland.at)

All jene, die den gemeinsam entwickelten, hohen Anforderungskriterien zu Genusslandveranstaltungen entsprechen, werden in einem eigenen Veranstaltungskalender zusammengefasst. Dieser soll im Frühjahr erscheinen und sowohl bei touristischen Marketingaktivitäten als auch über die Projektpartner in der Landwirtschaft zum Einsatz kommen.

Alle Infos unter  
[www.genussland.at](http://www.genussland.at)



**Mag. Karl Pramendorfer, Vorstand OÖ-Tourismus**

## **Professioneller Genuss-Service für Partner und Gäste**

Urlaub ist kein rationales Produkt. Erfolgreiche Tourismusunternehmen verkaufen heute vorwiegend Emotionen und Stimmungen. Freizeiterlebnisse müssen deshalb alle Sinne ansprechen (können). Im Tourismusland Oberösterreich bringt dies auch der Slogan „Landschaften für Leidenschaften“ zum Ausdruck. Wohlfühlen, sportlich oder kulturell aktiv sein gehören zum „Erleben mit allen Sinnen“ genau so wie das kulinarische sich verwöhnen lassen. Mit diesem Projekt wird gerade der Geschmacksinn ganz gezielt angesprochen, wird damit langfristig eine Alleinstellung ermöglicht.

Emotionen und  
Stimmungen  
sind für  
Tourismus  
entscheidend

### **Kulinarische Themen sollen zur Verlängerung der Saison beitragen**

---

Ziel der Verknüpfung von kulinarischen Themen mit touristischen Maßnahmen ist auch eine Steigerung der Saisonverlängerung für die Tourismus- und Freizeitbetriebe und somit auch eine Steigerung der Wertschöpfung. In den oö. Urlaubskatalogen finden sich kulinarische Angebote verknüpft mit Themen wie Wandern, Mountainbiken, Golfen, Reiten oder Familienurlaub. Ein begleitender Imagefolder, der auf Messen und bei Anfragen in der OÖ. Tourismus Information breit gestreut wird, liefert einen guten Überblick über die vielfältigsten Genüsse und macht Gusto auf einen Aufenthalt im Genussland.

Kulinarische  
Angebote  
bereichern  
künftig oö.  
Tourismus

19 Gruppenreisenprogramme wurden seit Bestehen der Kooperation entwickelt. Firmen und Vereine haben damit eine wertvolle Hilfe zur Planung von Ausflügen und Kurzreisen. Auf die Bedürfnisse dieser Gruppen wurde durch die Vernetzung von Kulinarik mit unterschiedlichen Freizeitthemen - wie etwa eine Wanderung, eine Radtour

oder ein kulturelles Besichtigungsprogramm - besonders Rücksicht genommen. Von den „Brennbaren Leidenschaften im Obstgarten“ über das Angebot „Werden Sie Genusspecht“ oder „Barfuss zum Biergenuss“ bis hin zum „Schmarrn für den Kaiser“ oder den „Rauen Holzknechten“ reichen die ein- oder zweitägigen Pauschalen.

Genusspecht,  
Biergenuss,  
Schmarrn und raue  
Holzknechte

### **Vielfältige Plattform im Internet: von Rezepten bis zur Ausflugs- und Reiseangeboten**

---

Die Informationen sowohl für Genusslandpartner als auch für den Endkonsumenten sind auch im Internet unter [www.genussland.at](http://www.genussland.at) gefragt. Die Plattform bietet neben kulinarischen Veranstaltungstipps, Produzenten und Gastronomiebetrieben vielfältige Ausflugs- bzw. Kurzreiseangebote oder Rezepte und Kochkurse. Projektpartner wiederum erhalten in einer eigenen Rubrik zusätzliche Informationen, wie etwa über einen neuen, kostenlosen Service des OÖ. Tourismus: Um Genussland-Werbemittel für den eigenen Betrieb individuell erstellen zu können, wird mit Ende Februar ein internetbasierendes Tool eingeführt. Folder, Poster oder Flugblätter können dann nach einer ersten Einschulung von Genusslandpartnern selbst erstellt und in der notwendigen Stückzahl produziert werden.

Werbemittel:  
Ab März  
eigenes  
Internet-Tool  
für Partner

Der OÖ. Tourismus bietet den Partnern damit eine enorme Arbeitserleichterung und Kostenersparnis bei gleichzeitiger Wahrung der Individualität jedes einzelnen Betriebes. Auch die Wiedererkennbarkeit unter dem Dach „Genussland OÖ“ und der damit verbundene Qualitätsanspruch bleiben gewährleistet.

Ein weiteres Serviceangebot wird derzeit konzipiert: Mit einem Schulungs- und Qualifizierungsprogramm sollen Genusslandpartner die Möglichkeit bekommen, sich tiefer mit dem Thema auseinander zu setzen und weiter zu spezialisieren.