



LANDSCHAFTEN
FÜR LEIDENSCHAFTEN



INFORMATION

zur Pressekonferenz

mit

**Landesrat Dr. Josef Stockinger und
Mag. Karl Pramendorfer, Vorstand OÖ. Tourismus**

am 10. Mai 2005 um 11.00 Uhr im OÖ. Presseclub

zum Thema

"Kulinarisch-touristische Initiative"

Tourismus und Gastronomie, Landwirtschaft und
Lebensmittelwirtschaft profilieren gemeinsam Oberösterreich

**Landschaften für Leidenschaften und Genussland
Oberösterreich geben Vermählung bekannt**

Rückfragen-Kontakt: *Ing. Walter Silber, Büro LR Stockinger +43 (0)732/7720/11117*
Elisabeth Kierner, OÖ. Tourismus +43 (0)732/7277/123

Landesrat Dr. Josef Stockinger:

Landwirtschaft und Tourismus starten kulinarische Initiative

Das Tourismusland Oberösterreich und das kulinarische Oberösterreich geben ihre Vermählung bekannt. Ab Herbst 2005 werden "Landschaften für Leidenschaften" und das "Genussland Oberösterreich" in der Darstellung unseres Bundeslandes als Tourismus- und Wohlfühl-land gemeinsam auftreten.

Landesrat Dr. Josef Stockinger: "Die Synergien zwischen Landschaft, Kultur und Kulinarik waren bisher nicht genutzt. Österreich gehört heute zu den besten Tourismusländern der Welt. Statistisch gesehen sind wir sogar Tourismusweltmeister. Jeder weiß von seinem eigenen Urlaub, dass gut Essen und Trinken in Oberösterreich einmalig sind. Die jetzt startende Kooperation war längst überfällig". Die Synergien sind weiter ausbaufähig, beispielsweise in neuen Marketing-Allianzen zwischen Tourismus und Lebensmittelerzeugern (Beispiel Salzkammergut-Werbung mit Traunsee-Raclette).

Oberösterreich für herzhaft Genießer

Die Themenaspekte „herzhaft Kulinarik“ und „Genießen“ sollen deshalb verstärkt in der Bewerbung des Urlaubs- und Freizeitlandes Oberösterreich unter dem Slogan „Landschaften für Leidenschaften“ eingebunden werden.

Die heimische Tourismus- und Freizeitwirtschaft ist von der Qualität in einzelnen Bereichen der Dienstleistungskette abhängig, insbesondere auch in der Gastronomie. „Genau so, wie das Agrarland Oberösterreich hohe Qualitätsansprüche an seine Projektpartner stellt, fordern Oberösterreichs Gäste Qualität in den Tourismus- und Freizeitbetrieben,“ erklärt Landesrat Stockinger die ideale Ausgangsbasis zur Stärkung des Netzwerkes. Durch die Verknüpfung des kulinarischen Themas mit touristischen Maßnahmen wird nicht nur eine Saisonverlängerung für teilnehmende Betriebe erreicht, sondern vor allem auch die Wertschöpfung gesteigert.

Breite Partnerschaft

Enormes Potenzial ergibt sich schon alleine durch die Einbindung aller Partner zu Projektbeginn: Neben dem Land OÖ., der Landwirtschaftskammer und dem OÖ. Tourismus wird auch die Wirtschaftskammer OÖ. aktiv am gemeinsamen Projekt mitarbeiten. Die Koordination der Marketingmaßnahmen, Akquisition von Crossmarketing- und Sponsorpartnern sowie die touristische Angebots- und Produktentwicklung wird im Rahmen des Projektmanagements im OÖ. Tourismus abgewickelt.

Zum Auftakt wird der „OÖ. Genussherbst“ mit einer Reihe von Veranstaltungen, Kulinarischen Wochen und Angeboten ins Leben gerufen. Zum Start lädt die OÖ. Landwirtschaftskammer am 18. und 19. September 2005. Beim „OÖ. Genuss-Salon“ wird an diesem Wochenende der Park auf der Linzer Gugl zu einem Erlebnis, der alle Sinne für ein breites Publikum ansprechen wird.

Landesrat Stockinger: "Künftig wird es keinen Auftritt des OÖ. Tourismus geben, wo nicht Essen und Trinken im Sinne von Oberösterreich als Land mit herrlichen Landschaften und herzhafter Kulinarik mitbeworben wird".

Mag. Karl Pramendorfer, Vorstand OÖ. Tourismus:

Genuss vor allem für Tagesausflügler und Kurzurlauber

Gerade im Tagesausflugsbereich bieten sich enorme Synergien und Möglichkeiten, wie die folgenden Beispiele zeigen:

- Gesunde Ernährung spielt in der Vermarktung Oberösterreichs als Gesundheits- und Wellnessland eine bedeutende Rolle
- Zum Radeln - beispielsweise am Radweg Nummer 1, dem Donauweg - passt das Gemüse aus dem Eferdinger Becken
- Almen mit ihren Rinder-, Milch- und Käseprodukten wiederum passen zum Mountainbiken.
- Brot und Speck oder Topfen drauf gehört zum Wandern,
- ebenso wie der Fisch zum Wassersport,
- Edelbrände bereichern den Wintersport
- Gourmetrestaurants locken den anspruchsvollen Golfer
- Erlebniscatering im Tagungs- oder Kongresstourismus
- Wild-Gerichte in Kombination mit Reiten und
- der perfekte Frühstückstisch bei den Urlaub am Bauernhof und Privatzimmer-Vermietern

ergänzen die Liste der möglichen Kombinationen. Als erfolgreiches Beispiel erweist sich etwa der Oberösterreichische Schmankerlkorb, den Radurlauber zum Abschluss ihrer „Tour d’Autriche“ am Donau- oder Salzkammergutweg bekommen. Gefüllt mit regionalen Spezialitäten erinnern sich die Gäste so auch daheim noch gerne an den Urlaub.

Neben den klaren Genussland-Vorgaben seitens des Landes (z.B. Einbindung bestehender Initiativen) und den touristischen Leitlinien laut „Kursbuch für die Tourismus- und Freizeitwirtschaft in Oberösterreich“ (Themenschwerpunkte) galt es in der Entwicklung des Marketingkonzeptes auch, sich von Mitbewerbern in ganz Österreich zu unterscheiden. „Der Erfolg bestehender Initiativen in anderen Bundesländern liegt einerseits im Engagement der

beteiligten Unternehmen und andererseits im notwendigen Einzugsbereich für Tagesausflüge," erklärt Mag. Karl Pramendorfer, Vorstand des OÖ. Tourismus. Befragungen und Studien belegen Oberösterreich eine hohe Ausflugsintensität, sowohl einheimischer als auch benachbarter Bewohner. „Dieses Potenzial werden wir mit dem Genussland noch stärker nutzen“, ergänzt Pramendorfer.

Typisch Oberösterreich: Bratl, Knödel, Most und Bier

Als echte Stärke für das Genussland Oberösterreich kristallisiert sich dabei das Themenfeld „herzhaftes Kulinarik“ heraus. Bratl, Knödel, Brot, Most, Bier und Edelbrände sind jene Besonderheiten, in denen Oberösterreich sich von anderen Bundesländern abhebt. Diese kulinarischen Spezialitäten erfreuen sich großer Beliebtheit und sollen künftig kultiviert und zeitgemäß verpackt den Gästen angeboten werden.

Touristische und kulinarische Themen werden im Jahreszyklus selektiv beworben und über das Kalenderjahr verteilt (monatliche) Schwerpunkte gesetzt. Bestehende Projekte, wie zum Beispiel Wildwochen, Martinigansl oder Knödelwochen können hier ebenso eingebunden werden wie neu entstehende Aktivitäten. Damit bekommen die vielen Einzelinitiativen eine gemeinsame Plattform und die Möglichkeit, sich noch effizienter zu präsentieren. Bäuerliche Themen und Bräuche - vom Erntedank, über die Weihnachtsbäckerei bis hin zum Osterkitz - finden darin ebenfalls Berücksichtigung.

Das Genießen erfordert ein Erleben mit allen Sinnen, ausreichend Zeit, stimmungsvolles Ambiente und auch gezielte Kommunikation. „Wir wissen aus der Marktforschung, dass der Gast diese Ansprüche stellt“, erklärt Pramendorfer den Nutzen um das Wissen der Gästewünsche auch für die Landwirtschaft. Nun ist die betriebliche Ebene aufgefordert, ihre Ideen einzubringen und das Konzept mit Leben zu füllen.

Touristische Entwicklungs- und Marketingmaßnahmen rund um's kulinarische Genießen

„Gut Essen und Trinken“ ist für alle Arten von Urlaubsreisen (Ferien-, Geschäftsreisen, Verwandten/Bekanntebesuche) von Bedeutung. Angesprochen werden deshalb in erster Linie Familien (vor allem im Tagesausflugsbereich bzw. Urlaub am Bauernhof), anspruchsvolle Genussreisende und Veranstalter von Gruppenreisen (Vereine, Firmen, Gemeinden, Banken, Versicherungen, etc.)

Bei der Entwicklung von Freizeitangeboten und Urlaubsprodukten werden beispielsweise das Erlebnis am Bauernhof (Mostpressen, Hopfenpflücken, etc.), die Inszenierung von Klischees (z.B. Gmundner Keramik) oder die Gastronomie (mit Kochkursen, Erlebniscatering udgl.) eingebunden. Auch der „Bauernkasten“ oder Genusskorb mit regionalen Produkten soll die Angebote bereichern. Nicht zuletzt bieten sich im Bereich Kulinarik ideale Anknüpfungspunkte mit großen touristisch vermarktbareren Veranstaltungen, wie etwa der Landesausstellung oder der Landesgartenschau.

Bis zum „Genussherbst“ werden auch erste touristische Werbemaßnahmen, wie etwa eine umfassende Übersicht unter www.genussland.at, ein Werbemittelbaukasten für Partnerbetriebe, PR-Kooperationen, Messeauftritte und Verkaufsbroschüren vorbereitet sein. Gleichzeitig wird der heimischen Bevölkerung dann mit einer groß angelegten Plakatkampagne das Genussland Oberösterreich schmackhaft gemacht.

Tourismuslandesrat Viktor Sigl unterstützt die kulinarisch-touristische Initiative

Gesundheit, Bewegung und Ernährungsbewusstsein gewinnen für den Einzelnen immer mehr an Bedeutung. „Sich gutes tun“ steht in der Liste der Urlaubs- und Freizeitmotive ganz weit vorne. Auch die Befragung der oberösterreichischen Urlaubsgäste (Tourismus Monitor Austria) zeigt ein eindeutiges Bild: Aktiv sein, Erholung, Genuss, Natur und Kultur zählen zu den beliebtesten Urlaubs- und Freizeitaktivitäten.

„Oberösterreich steht bei den Gästen hoch im Kurs - vor allem, wenn es um Werte wie gastfreundlich, unverfälscht, sympathisch, sicher, gesund und genussvoll geht,“ ist Tourismuslandesrat Viktor Sigl überzeugt. So ist für 63 Prozent der deutschen Urlaubsgäste der Genuss von „typischen Speisen und Getränken“ wichtig. Die Deutschen bevorzugen Oberösterreich wegen der Landschaft, der Kulinarik, der Wanderungen und der vielfältigen Möglichkeiten für Ausflüge und Spaziergänge. Auch für den oberösterreichischen Radurlauber ist die Kulinarik ein wichtiges Thema: 60 Prozent der Radler genießen im Urlaub typische Speisen und Getränke des Urlaubslandes.