

Oberösterreich präsentiert sich auf der weltweit größten Tourismusmesse

Kulinarik, Naturerlebnisse und digitale Innovationen: das sind die Themen, mit denen Oberösterreich Tourismus auf der ITB in Berlin auftritt.

Von 4. bis 6. März 2025 öffnet die Internationale Tourismusbörse (ITB) in Berlin ihre Pforten. Die weltweit größte Fachmesse für Tourismus und Reisen versammelt in der deutschen Hauptstadt rund 5.600 Aussteller:innen aus 190 Ländern aller Kontinente. Oberösterreich ist auf der großen Weltbühne des Tourismus im Rahmen des gemeinsamen Messeauftritts der Österreich Werbung vertreten.

„Die ITB ist für Oberösterreichs Tourismuswirtschaft in mehrfacher Hinsicht ein Marktplatz zukünftiger Chancen. Sie ist der größte Treffpunkt der internationalen Tourismus-Branche. Sie ist die Gelegenheit, die internationale Marktbearbeitung zu forcieren und neue Marktzugänge zu erschließen. Gleichzeitig ist Deutschland als Standort der ITB der mit großem Abstand wichtigste Auslandsmarkt für Oberösterreichs Tourismuswirtschaft, der auch wesentlich zur positiven Tourismus-Entwicklung der letzten Jahre beigetragen hat. Auf der ITB sind alle wichtigen Vertreter der Reisebranche anwesend, daher ist es besonders wichtig, für Oberösterreichs Tourismuswirtschaft hier Flagge zu zeigen“, erklärt **Wirtschafts- und Tourismus-Landesrat Markus Achleitner**.

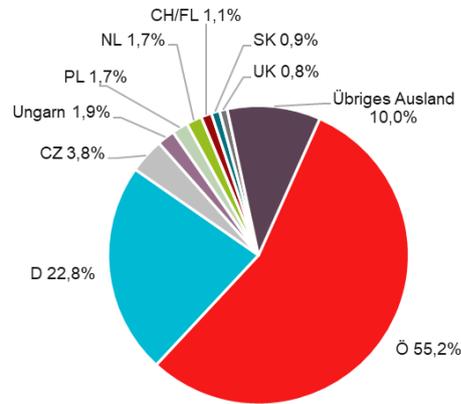
Wintersaison auf Wachstumskurs

Die Halbzeitbilanz der aktuellen Wintersaison 2024/25 sieht Oberösterreichs Tourismuswirtschaft auf Wachstumskurs: Rund 596.000 Ankünfte von November 2024 bis Jänner 2025 sind ein Zuwachs von 3,6 Prozent gegenüber dem Vorjahr. 1,522 Millionen Nächtigungen bedeuten ein Plus von 2 Prozent. Für die erfreuliche Entwicklung zeichnen Inländische Gäste mit plus 2,1 Prozent an Nächtigungen genauso ebenso verantwortlich wie die wichtigsten Auslandsmärkte: Aus Deutschland ist ein Zuwachs von 2,9 Prozent an Nächtigungen zu verzeichnen, die Gästenächtigungen aus Tschechien legten um 21,6 Prozent und jene aus den Niederlanden sogar um 24,5 Prozent zu.

Zuwächse bei internationalen Gästen

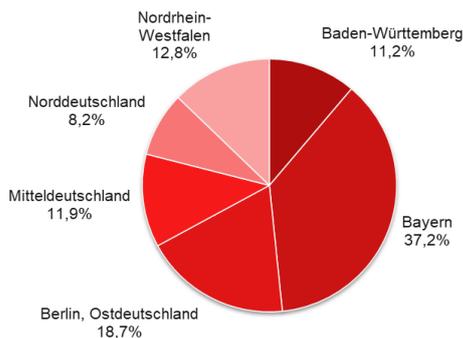
Schon im vergangenen Tourismusjahr 2023/24 (November 2023 bis Oktober 2024) konnte Oberösterreichs Tourismuswirtschaft an Ankünften und Nächtigungen zulegen: 3,36 Millionen Ankünfte (+3,2 Prozent gegenüber dem Vorjahr) und 8,85 Millionen Nächtigungen (+2,4 Prozent) stehen zu Buche – und damit erneut ein Nächtigungsrekord seit Beginn der statistischen Aufzeichnungen.

Länderverteilung Oberösterreich gesamt
Nächtigungsanteile



Internationale Gäste haben zu diesem Ergebnis mit 1,51 Millionen Ankünften (+4,1 Prozent) und 3,96 Millionen Nächtigungen (+2,8 Prozent) einen wesentlichen Beitrag geleistet. Mit 22 Prozent Anteil an den Gesamtnächtigungen in Oberösterreich ist Deutschland der mit Abstand wichtigste Auslandsmarkt für Oberösterreichs Tourismuswirtschaft mit überdurchschnittlichen Wachstumsraten von 3,6 Prozent bei den Ankünften und 4,5 Prozent bei den Nächtigungen. Allein die Gäste aus dem Bundesland Bayern zeichnen für 37,2 Prozent aller

Nächtigungsanteile der deutschen Bundesländer
an den Gesamtnächtigungen aus Deutschland



Nächtigungen aus dem Markt Deutschland verantwortlich. Besonders starke Zuwachsraten weisen Urlauber:innen aus dem Osten Deutschlands (Berlin, Sachsen, Sachsen-Anhalt, Thüringen, Brandenburg, Mecklenburg-Vorpommern) aus: plus 9,9 Prozent Ankünfte und plus 7,6 Prozent Nächtigungen.

Auch die Nachbarn aus Tschechien haben sich 2024 verstärkt für Urlaube in Oberösterreich entschieden: plus 4,6 Prozent Ankünfte und plus 4,9 Prozent bei den Nächtigungen.

Die Kennzahlen im Tourismusjahr 2023/24:

- *Deutschland:* 701.823 Ankünfte (+3,6%), 2.022.460 Nächtigungen (+4,5%)
- *Tschechien:* 122.538 Ankünfte (+4,6%), 333.953 Nächtigungen (+4,9%)

Schwung aus dem Kulturjahr 2024 mitnehmen

Vor allem das Kulturjahr 2024 mit dem 200. Geburtstag Anton Bruckners und der Kulturhauptstadt Europas Bad Ischl – Salzkammergut haben Oberösterreich als Reiseziel international in den Fokus der Aufmerksamkeit gerückt. Die gemeinsame Arbeit an der kultur-touristischen Positionierung für Oberösterreich und an Kommunikations- und Marketingmaßnahmen hat ein tragfähiges Partnernetzwerk entstehen lassen, von dem Kultur und Tourismus auch in Zukunft profitieren werden. Jetzt gilt es, den Schwung aus dem Super-Kulturjahr mitzunehmen und das Kulturangebot in die ganzjährige touristische Leitkommunikation zu integrieren. *„Die Gästebefragung Tourismus Monitor Austria 2024 zeigt, dass für 23 Prozent der Urlaubsgäste Sehenswürdigkeiten und das Kulturangebot wichtig für die Urlaubsentscheidung sind. Bei diesem Wert liegt Oberösterreich nicht nur deutlich über dem österreichweiten Schnitt von 12 Prozent, er hat auch in den letzten fünf Jahren seit 2019 um fünf Prozent zugelegt. Das Super-Kulturjahr war eine Initialzündung um Oberösterreich als Destination für Kulturreisende noch attraktiver zu machen und unsere Gästestruktur stärker zu internationalisieren“*, zieht Landesrat Achleitner Bilanz.

Schlagkräftige Struktur für Oberösterreichs Tourismus

Mit Beginn des Jahres 2025 nimmt auch die neue Tourismusstruktur für Oberösterreich Gestalt an. *„Aus den bisher 19 Tourismusverbänden gehen sieben Destinations Management Organisationen hervor. Sobald die daraus resultierenden Fusionsprozesse abgeschlossen sind, können die Vorteile und Synergien der neuen Struktur ihre Wirkung entfalten. Mit gebündelten Ressourcen werden Oberösterreichs Destinationen zusätzliche Kräfte freisetzen und mehr Schlagkraft in einem scharfen internationalen Wettbewerbsumfeld entwickeln“*, ist Landesrat Achleitner überzeugt. Die neue Struktur wird die Sichtbarkeit von Oberösterreichs Urlaubsdestinationen auf den Herkunftsmärkten stärken, damit sich auch in Zukunft mehr Gäste für einen Urlaub in Oberösterreich begeistern.

Internationale Marktmaßnahmen

Auch im Jahr 2025 werden koordinierte Marketingmaßnahmen auf den internationalen Herkunftsmärkten umgesetzt, um eine weiterhin positive Nüchternentwicklung zu unterstützen. Themenspezifische Medienkooperationen, etwa eine Spezialausgabe des Magazins „Bergwelten“, Online Marketing und Kooperationen, zum Beispiel mit dem Deutschen Omnibusverband stehen im Mittelpunkt der Marktaktivitäten in Deutschland. Auch die bundesländerübergreifende Kampagne „Salzkammergut verbindet“ geht in die Verlängerung und wird einen Marketingsschwerpunkt in Deutschland mit Fokus auf das Bundesland Bayern setzen.

Der erfolgreiche Doppelpass zwischen Fußball und Tourismus in Form von Marketing-Kooperationen mit deutschen Fußballclubs wird nicht nur fortgesetzt, sondern gezielt ausgebaut. Die Zusammenarbeit mit Eintracht Frankfurt, für deren Mitglieder zuletzt eine Wintersport-Reise nach Hinterstoder umgesetzt wurde, wird weiter vertieft. In den kommenden Jahren sollen regelmäßig Winter- und Sommer-Reisen für die Eintracht-Mitglieder angeboten werden. Die Kooperation mit Fortuna Düsseldorf, das seine Sommer-Trainingslager in Bad Leonfelden abhält, wurde zuletzt um drei Jahre verlängert.

Eine gezielte Online- und Smart-TV Kampagne spricht Winterurlauber:innen aus dem Großraum Hamburg zu deren Skiferien im März an. Der regionale Marketingschwerpunkt soll die späte Wintersaison stärken. Parallel dazu laufen Gespräche über Kooperationen mit Skiclubs und Marktpartnern vor Ort, die in den kommenden Jahren – nicht zuletzt aufgrund hervorragender Erfahrungen mit ähnlichen Maßnahmen in den Niederlanden – weiter ausgebaut werden sollen.

Der neue Ryanair Direktflug von London nach Linz ab dem ersten Quartal 2025 ist eine perfekte Ergänzung bestehender Verbindungen via Frankfurt oder in Kombination mit den ÖBB über Wien. Dadurch rücken der Markt Großbritannien und vor allem der Großraum London verstärkt in den Fokus von Oberösterreichs Touristiker:innen. Das Potenzial ist groß, vor allem Individualreisende aus dem Vereinigten Königreich mit konkret buchbaren Packages verstärkt zu Urlauben in Oberösterreich zu motivieren. Der Hebel dafür sind vor allem Online Marketing und Kooperationen mit Reiseveranstaltern. Dafür bündelt Oberösterreich Tourismus gemeinsam mit den Destinations Management Organisationen Linz, Donau

Oberösterreich sowie Vitalwelt – Innviertel – Entdeckerviertel – Hausruckwald und dem Flughafen Linz Ressourcen für einen erfolgreichen Markteinstieg.

ITB stellt Kulinarik ins Rampenlicht

Auf der internationalen Bühne der ITB Berlin feiert die gemeinsame, österreichweite Kulinarik-Kommunikation ihr internationales Debüt. *„In enger Zusammenarbeit zwischen den Landes-Tourismusorganisationen und der Österreich Werbung wurde eine Kulinarikstrategie für ganz Österreich entwickelt, die das Land als eine von Originalen geprägte Landschaft versteht, die mit Typischem und Untypischem überrascht und dabei immer ‚original‘ bleibt. Diese Positionierung ist die Grundlage für gemeinsame, nationale und internationale Kulinarik-Initiativen und Kommunikationsmaßnahmen, für die als gemeinsame Klammer der Claim ‚#eatAUT‘ steht“*, berichtet **Mag. Andreas Winkelhofer, Geschäftsführer des Oberösterreich Tourismus.**

Als gemeinsame Content Produktion unterstützt der „Culinary Showroom“ die nationale und internationale Kulinarik-Kommunikation. Dabei verfolgen Österreich Werbung und Landes-Tourismusorganisationen einen neuen, kreativen Ansatz: Die Kommunikationsplattform unterstützt mit Bild- und Videomaterial sowie Storys die Botschaft von Österreichs kulinarischer Vielfalt. Die kulinarischen Protagonist:innen und die Produzent:innen genießen bei der Umsetzung ihrer Ideen große kreative Freiheit. Im Culinary Showroom wird Oberösterreich mit drei Beiträgen vertreten sein. www.austria.info/culinary-showroom

Oberösterreich ist das ganze Jahr über Genussbühne

Die Landes-Tourismusstrategie 2030 zielt darauf ab, Oberösterreichs Tourismus- und Freizeitwirtschaft durch ganzjährige, saisonübergreifende Ausrichtung zu stärken und damit mehr Wertschöpfung zu generieren. Mit der branchenübergreifenden Genuss-Allianz, der Kulinarik-Strategie und dem daraus abgeleiteten Claim „Hungrig auf echt“ hat Oberösterreich wertvolle Pionierarbeit geleistet. *„Die Kulinarik ist ein starkes, ganzjähriges Reisemotiv. In der Umsetzung der Oberösterreich Kulinarik-Strategie ist eine Vielzahl an regionalen Kulinarik-Initiativen und Genuss-Festivals entstanden. Damit wird Oberösterreich an 365 Tagen im Jahr zur Genuss-Bühne, die zu jeder Saison und Jahreszeit mit authentischen Genussmomenten begeistert“*, erklärt Winkelhofer.

365 Tage Genuss-Bühne Oberösterreich

2025

Hungrig
auf
echt.

Innviertler Biermärz
Februar/März 2025

Kasberg kocht
Grünau im Almtal | 8. März 2025

Genussgipfel in Hinterstoder
15. März 2025

FELIX Wirtshausfestival, Traunsee-Almtal
1. April – 1. Mai 2025

Genussfrühling „Salz in der Suppe“
1. April – 1. Mai 2025

MundArt Festival 2025
Wolfgangsee | 25. April – 4. Mai 2025

Genussfestival TAVOLATA
Steyr & Nationalpark Region | 24. Mai – 14. Juni 2025

Voi Guad Genusswochen
Wels | September/Oktober 2025

Da Genuss Ziaga
Linz | September 2025

Genusslandstraße
Linz | 12. und 13. September 2025

Brausilvester
Oktober 2025

Ganzjährig erlebbar

Linzer Häppchen Pass

Mühlviertler Hoch.Genuss

Innviertler Genusswerkstatt

Schmecktakuläres Almtal

#eatAUT

Beim **Innviertler Biermärz** wird seit 28. Februar das Thema Bier zelebriert. Kulinarik-Festivals wie das **FELIX Wirtshausfestival** in der Region Traunsee-Almtal von 1. April bis 1. Mai, der **Genussfrühling „Salz in der Suppe“** im Salzkammergut von 1. April bis 1. Mai, **Tavolata** in Steyr und der Nationalparkregion von 24. Mai bis 12. Juni und das neue **mundART Festival 2025 – Der Wolfgangsee serviert Gaumenfreuden** stellen die regionale Kulinarik-Szene in die Auslage. Kulinarik-Initiativen wie der **Mühlviertler Hoch.Genuss**, die **Innviertler Genusswerkstatt** oder **Schmecktakuläres Almtal** verwöhnen Gäste das ganze Jahr über mit Köstlichkeiten aus den Regionen. www.hungrigaufecht.at

Digitale Services von der Inspiration bis zur Buchung

Der Tourismus unterliegt einem dynamischen Wandel, der von technologischen Entwicklungen und veränderten Gästeerwartungen geprägt ist. Die Digitalisierung touristischer Services schreitet voran – und das entlang des gesamten Reise-Erlebnisses von der Inspirationsphase im Internet oder auf Social Media Plattformen über die Buchung mittels digitaler Tools und Plattformen bis zum Aufenthalt vor Ort, der durch digitale Reiseführer optimal begleitet wird.

Dreh- und Angelpunkt der Digitalisierung touristischer Gästeservices in Oberösterreich ist die Datenbank TOURDATA. Mehr als 73.000 Datensätze, von

Beherbergungs- und Gastronomiebetrieben über Sehenswürdigkeiten und Veranstaltungen bis hin zu Touren und anderen Sport- und Freizeiterlebnissen, werden von über 1.300 Datenwarter:innen auf aktuellem Stand gehalten. Ein enorm großer und wertvoller Datenschatz, der für unterschiedlichste Auspielungen und Anwendungen zur Verfügung steht.

KI unterstützt Digitalisierung

Diese große Menge an Inhalten in verschiedenen Sprachen zur Verfügung zu stellen, wäre für professionelle Übersetzer eine Mammut-Aufgabe, die mehrere Jahre in Anspruch nehmen würde. Künstliche Intelligenz ermöglicht es, derartige Projekte in wenigen Wochen zu realisieren. Seit Anfang 2024 steht das Übersetzungsservice „DeepL“ allen Datenwarter:innen in TOURDATA zur Verfügung. Zusätzlich wurden, um die Sichtbarkeit touristisch relevanter Informationen auf internationalen Märkten zu erhöhen, die Texteinträge aller touristischen Leistungsträger ohne englische und tschechische Beschreibungstexte automatisch um Übersetzungen ergänzt. Bereits wenige Tage nach der Optimierung der englischsprachigen Inhalte verzeichnete die Website www.upperaustria.com einen Anstieg der Seitenaufrufe von rund 30 Prozent.

Digitalisierungsoffensive Ostbayern – Oberösterreich

Das Interreg-Projekt Digitalisierungsoffensive Ostbayern-Oberösterreich, durchgeführt von der Oberösterreich Tourismus GmbH gemeinsam mit dem Tourismusverband Ostbayern sowie den Tourismusverbänden Mühlviertel, Donau Oberösterreich Vitalwelt – Innviertel – Entdeckerviortel – Hausruckwald und dem wissenschaftlichen Partner CENTOURIS der Universität Passau, verbessert grenzüberschreitend die digitale Darstellung touristischer Leistungen. In der Digitalisierungsoffensive werden 1.000 touristische Leistungsträger bei Digitalisierungs-Coachings sensibilisiert, damit neue online buchbare Angebote entstehen. Kernelement des Projekts ist die Entwicklung eines digitalen Reisebegleiters für Oberösterreich und Ostbayern. Dieses neue Service-Tool wird eine gemeinsame Datenbasis für den Tourismus auf beiden Seiten der Grenze schaffen und das Angebot der Betriebe sichtbarer und besser auffindbar machen. Die Gäste werden individuell abgestimmt auf ihre persönlichen Vorlieben sowie auf Ort und Zeitpunkt der Reise zielgenau mit Informationen und Inspirationen versorgt. Eine erste Version wird 2026 erscheinen und soll auf der ITB 2026 präsentiert werden.

Oberösterreich ist eine von 40 „D3HUB“ Destinationen

Als eine von nur 40 europäischen Destinationen wurde Oberösterreich kürzlich in das von der Europäischen Union geförderte D3HUB-Programm (Tourism of Tomorrow Data-Driven Destinations Hub) aufgenommen. Dieses Projekt zielt darauf ab, ein europäisches Kompetenzzentrum zu schaffen, das Tourismusdestinationen im digitalen Wandel unterstützt. Durch die Teilnahme am D3HUB-Programm erhält Oberösterreich Zugang zu maßgeschneiderten digitalen Lösungen und Daten, die dabei helfen werden, fundierte Entscheidungen für eine nachhaltige und wettbewerbsfähige Tourismusentwicklung zu treffen, die digitale Transformation im Tourismus voranzutreiben und die Zusammenarbeit sowie den Wissensaustausch zwischen den verschiedenen Akteuren im Tourismussektor zu stärken.

Tourismusinkubator Projekte präsentieren sich in Berlin

Start-Ups rund um Digitalisierung und Nachhaltigkeit spielen im Innovationsbereich des Österreich-Auftritts in Berlin die Hauptrolle. Für Oberösterreich eine einmalige Gelegenheit, internationale Aufmerksamkeit auf ausgewählte Projekte aus dem österreichweit einzigartigen Gründerprogramm „#tourismusinkubator“ zu lenken. Die Start-Ups im Tourismusinkubator werden vom Wirtschafts- und Tourismusressort des Landes OÖ, der Standortagentur Business Upper Austria, Oberösterreich Tourismus GmbH und der tech2b Inkubator GmbH zwölf Monate lang gefördert, beraten und begleitet. Von 2023 bis 2026 investiert das Land Oberösterreich über den Tourismusinkubator insgesamt 1,1 Millionen Euro in neue, innovative und langlebige Geschäftsmodelle für den Tourismus. Die Fachbesucher:innen der ITB haben die Gelegenheit, Geschäftsideen aus dem Tourismusinkubator vor Ort kennen zu lernen:

- *TrailPulse* bietet ein System zur unauffälligen Erfassung von Besucherströmen in der Natur, das kostengünstige Bewegungsdatenerhebungen auf natürlichen Wegen ermöglicht, um nachhaltige und nutzerorientierte Angebote zu schaffen. trailpulse.at
- *Trailomat* ist eine Plattform zur Microfinanzierung für die Errichtung und Erhaltung legaler Mountainbike-Trails.
- *Majourny*: Die App erstellt personalisierte Reisepläne basierend auf den Vorlieben der Nutzer:innen. Mit KI soll die Reiseplanung vereinfacht und der ökologische Fußabdruck verkleinert werden. www.majourny.com

- *Thrillectric* entwickelt innovative e-Ski für den Wasserski-Sport. Sie kombinieren die Agilität der Ski mit der Geschwindigkeit des Jetski-Fahrens.
- *Hublz* ist eine Kulturentdeckungs-App für Gäste, Familien, Jugendliche und Schulklassen. Elemente wie Chatbot, Funfacts, Kreativaufgaben und Gamification bereiten kulturelle Themen neu auf. Das Projekt aus dem ersten Tourismus-Inkubator Durchgang 2022 ist unter Anderem bei den Wiener Symphonikern und bei der Kulturhauptstadt Europas 2024 Bad Ischl Salzkammergut im Einsatz. www.hublz.art

Bewegende Natur

Die Landschaft und die Natur sind das wichtigste Motiv der Gäste, sich für einen Urlaub in Oberösterreich zu entscheiden. 47 Prozent treffen ihre Urlaubentscheidung aufgrund der Seen und Flüsse, 44 Prozent aufgrund der Berge und 41 Prozent nennen allgemein Landschaft und Natur als Beweggrund der Destinationswahl. Ein knappes Drittel bezeichnet seinen Urlaub in Oberösterreich als „Natururlaub“ (Quelle: Gästebefragung Tourismus Monitor Austria, Sommer 2024). *„Die Sehnsucht nach der Natur als Raum für Erholung und Aktivität, für vielfältige Sport- und Freizeiterlebnisse ist eine starke Triebfeder der Reiselust. Mit ihren vielseitigen Angeboten von Radfahren und Mountainbiken bis Wandern und Wassersport können Oberösterreichs Ferienregionen diese Bedürfnisse perfekt befriedigen“*, ist Winkelhofer überzeugt. Um eine konfliktfreie Freizeit-Nutzung oberösterreichischer Naturräume sicherzustellen, wurde im Auftrag des Landes Oberösterreich die Initiative „IN UNSERER NATUR!“ ins Leben gerufen. Unter Federführung des Oberösterreich Tourismus arbeiten 16 Institutionen und Organisationen im konstruktiven Dialog zusammen, um gemeinsam Lösungen für eine nachhaltige und wertschätzende Nutzung der Natur zu erarbeiten.

Mehr als 2.400 Kilometer Radwege, rund 3.000 Kilometer Mountainbike-Routen und tausende Kilometer Wanderwege durchziehen das Land. Mehr als 20 Pilgerwege und spirituelle Wanderwege entsprechen dem Trend des entschleunigten Wanderns, vom **Granitpilgern-Wanderweg** im Mühlviertel, dem **Benediktweg** von Kloster zu Kloster, dem **Sebaldusweg** im Ennstal bis hin zum **Salzkammergut BergeSeen Trail** mit 20 Etappen quer durch das Salzkammergut. Neu ist der **„Weg der Achtsamkeit“** mit 96 Kilometern von Grünau im Almtal über das Brunental, das Steyr- und Kremstal wieder zurück ins Almtal. Das Kulturhauptstadt-

Projekt „**Der große Welt-Raum-Weg**“ wird weitergeführt und verläuft in sieben Etappen von Bad Ischl ins Tote Gebirge. **Bad Kreuzen** in der Donauregion Oberösterreich mausert sich zum **ersten Wanderdorf Oberösterreichs** und ist Ausgangspunkt für Touren durch den Strudengau: Der **Strudengauer 9er** ist ein neuer Wandermarathon durch neun Gemeinden.

Immer größer wird das Angebot für Trailrunner. Oberösterreich bietet aufgrund seiner Topografie beste Voraussetzungen für den Trendsport. Im Böhmerwald warten mit den **North Trails im Dreiländereck** vier neue Runden. Im Dreiländereck Österreich, Deutschland, Tschechien kann eine Strecke von 200 Laufkilometern und 8.000 Höhenmetern erkundet werden.

Zu den Klassikern **Donauradweg** für Radfahrer:innen oder der **Dachsteinrunde** für Mountainbiker:innen gesellt sich die neue **Entdecker-Radtour**, die auf 180 Kilometern „drent und herent“ durchs Entdeckerviertel führt und Highlights der Region vom Salzburger Land, nach Bayern und durchs Inntal offenbart. Die **Bio-Entdecker-Tour** durchs Mühlviertel lädt zum Aktivurlaub auf dem Rad mit Genussmomenten an der Strecke. Auch die **Tour de Alm** führt Mountainbiker:innen und Rennradler:innen durch die Hügel des Mühlviertels. Gravelbiker:innen finden im Salzkammergut Strecken mit wechselnden Straßen- und Offroad-Abschnitten. Auf der Salzkammergut Trophy Trainingsstrecke um Bad Goisern, bei der Salzpiraten-Runde an der Traun oder bei der Gravel Bike Tour um den Sarstein. Für alle, die sich nicht zwischen Radeln und Wandern entscheiden können, bietet die Urlaubsregion Pyhrn-Priel „**Bike and Hike**“ an. Einfach das Rad an der Wechselstation abstellen und zu Fuß weitergehen.