

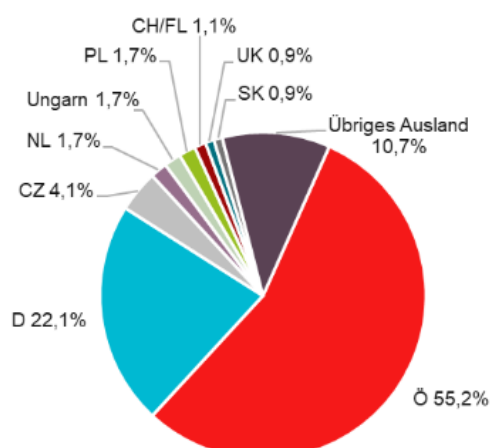
Mit Welterbe-Erlebnis und Donau-Initiative: Mehr internationale Gäste für Oberösterreich

Die ITB Berlin ist die weltweit größte Fachmesse der Tourismusbranche. Oberösterreich nutzt diese Bühne, um künftig noch mehr Gäste aus Deutschland und anderen wichtigen internationalen Märkten für sich zu begeistern. Gelingen soll dies mit einem Schwerpunkt auf Urlaubsangebote rund um das vielfältige Welt- und Kulturerbe in Oberösterreich. Auch eine grenzüberschreitende Initiative mit Deutschland und Ungarn für die Vermarktung des Donauraums als attraktives Urlaubsziel wurde gestartet.

Mehr als 100.000 Besucherinnen und Besucher werden von 3. bis 5. März 2026 auf der „Internationalen Tourismusbörse“ (ITB) in Berlin erwartet. Auf der größten Reise- und Tourismusmesse der Welt treffen sie auf mehr als 5.800 Aussteller, die über 170 Länder auf allen Kontinenten repräsentieren.

„Die ITB ist die große Bühne der weltweiten Tourismusbranche. Sie findet im wichtigsten ausländischen Herkunftsmarkt für den Tourismus in Oberösterreich statt. Und sie ist eine große Börse internationaler Geschäftskontakte und Marktchancen. In der Landes-Tourismusstrategie 2030 setzen wir uns das Ziel, mehr Gäste aus internationalen Märkten für Urlaube in Oberösterreich zu begeistern, um die langfristig positive Entwicklung der Tourismus- und Freizeitwirtschaft abzusichern. Die ITB Berlin bietet uns das perfekte Umfeld, um bestehende Netzwerke zu stärken und zugleich die Fühler in Richtung neuer Märkte auszustrecken“, erklärt Wirtschafts- und Tourismus-Landesrat Markus Achleitner.

Länderverteilung Oberösterreich gesamt
Nächtigungsanteile

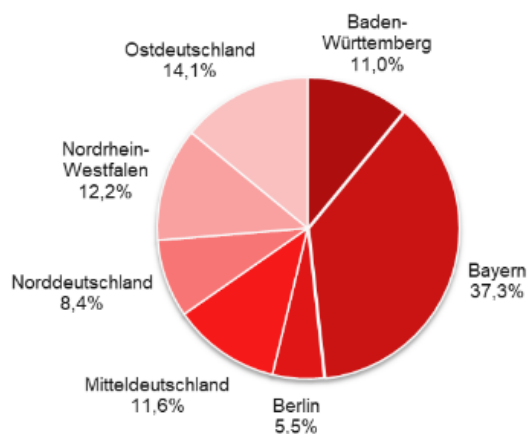


Wachstumspotenziale auf internationalen Märkten

Die Ankünfte internationaler Urlaubsgäste in Oberösterreich haben in den zehn Jahren seit 2015 um rund 38 Prozent zugelegt, die Nächtigungen um knapp 34 Prozent. Zuletzt reisten im Tourismusjahr 2024/25 (November 2024 bis Oktober 2025) rund 1,85 Mio. ausländische Gäste nach Oberösterreich und generierten dabei 3,98 Mio. Nächtigungen.

„Unser wichtigster Auslandsmarkt ist nach wie vor Deutschland mit 706.000 Ankünften und 1,97 Mio. Nächtigungen im Tourismusjahr 2025. Besonders beliebt ist Oberösterreich bei den unmittelbaren Nachbarn aus Bayern, die für 37,3 Prozent der deutschen Gesamtnächtigungen verantwortlich zeichnen. Ein wichtiger Wachstumsmarkt sind zudem die ostdeutschen Bundesländer Sachsen, Sachsen-Anhalt, Thüringen, Brandenburg und Mecklenburg-Vorpommern. Sie machen gemeinsam mit der Bundeshauptstadt Berlin 19,6 Prozent der deutschen Urlaubernächtigungen in Oberösterreich aus. Mit einem Zuwachs von zuletzt 65 Prozent bei den Ankünften und 42,8 Prozent bei den Nächtigungen in den letzten zehn Jahren“, berichtet Landesrat Achleitner im Detail.

Nächtigungsanteile der deutschen Bundesländer an den Gesamtnächtigungen aus Deutschland



Entscheidend für eine breitere, internationale Aufstellung der oberösterreichischen Tourismuswirtschaft sind die Marktpotenziale in den nahegelegenen osteuropäischen Ländern, aus denen seit längerem große Zuwächse verzeichnet werden, sowie in den Niederlanden und im Vereinigten Königreich. „Vor allem bei den Nachbarn in Tschechien, aber auch in Polen wird Oberösterreich als Urlaubsziel immer beliebter. Die Zahl der Gästeankünfte aus Tschechien (+146,6 Prozent, Anm.) und aus Polen (+157,7 Prozent) hat sich in den vergangenen zehn Jahren deutlich mehr als verdoppelt. Auch aus der Slowakei konnten wir in diesem Zeitraum ein Gästeplus von fast 70 Prozent verzeichnen“, sagt Landesrat Achleitner und betont: „Wenn alle Player im oberösterreichischen Tourismus ihre Kräfte und Mittel bündeln und gemeinsam in die Bearbeitung internationale Märkte investieren, kann das Urlaubsland Oberösterreich auch in einem hart

umkämpften Wettbewerbsumfeld seine Sichtbarkeit steigern, neue Zielgruppen ansprechen und zusätzliche Gäste gewinnen.“

Neue Flugverbindungen stärken den Tourismus

Eine zentrale Voraussetzung für das Ausschöpfen internationaler Marktpotenziale ist die gute und komfortable Erreichbarkeit Oberösterreichs für Urlaubsgäste. Zuletzt zeigte die Wiederaufnahme der Flüge von London nach Linz durch Ryanair in der Saison 2024/25, dass zusätzliche Verbindungen einen direkten positiven Effekt auf den Tourismus haben. *„Die zusätzlichen Flüge waren der Ausgangspunkt für gemeinsame Marktmaßnahmen der Destinationen Linz, Donaugion Oberösterreich und Quellenviertel gemeinsam mit Oberösterreich Tourismus und dem Flughafen Linz im Vereinigten Königreich. Mit dem Ergebnis, dass die Ankünfte britischer Urlaubsgäste in Oberösterreich von 2024 auf 2025 um 16,4 Prozent gesteigert werden konnten, die Nächtigungen um 14 Prozent“,* zeigt sich Landesrat Achleitner erfreut und blickt in die nahe Zukunft: *„Besonders erfreulich ist deshalb auch die Wiederaufnahme der täglichen Flugverbindung von Linz nach Frankfurt ab 29. März durch die dänische Fluglinie DAT. Der Flughafen Frankfurt ist nicht nur ein wichtiges Tor für Gäste aus Westdeutschland nach Oberösterreich. Als internationales Drehkreuz hat er auch eine Schlüsselfunktion zu weiteren internationalen Märkten.“*

„Echt jetzt!“ – die internationale Kampagne

Mit der mehrphasigen ganzjährigen Kampagne „Oberösterreich – Echt jetzt!“ rollen Oberösterreich Tourismus und alle sieben Destinationen nicht nur die neue Urlaubsmarke Oberösterreich aus. Sie positionieren das Bundesland zugleich als das „Land der charmanten Superlative“. *„Wir erzählen Oberösterreich als das Land der besonderen Momente, die es in dieser Form und in dieser Qualität anderswo nicht gibt. Auf der ITB heben wir diese Angebote und Erlebnisse in unseren Regionen auf die internationale Bühne“,* freut sich Andreas Winkelhofer, Geschäftsführer von Oberösterreich Tourismus. Das reicht von der größten und stimmungsvollsten Blasmusik Jam Session Europas, dem „Woodstock der Blasmusik“ im Quellenviertel zu den Hütten und Almen im 360° Alpenland. Vom „längsten Sommerfest Österreichs“ – der Landesgartenschau 2027 in Wels – bis zur Magie des Salzes im Salzkammergut oder der Stadt Linz, die mit ihrer digitalen Medienkunst international begeistert.

Ab 15. März startet die bereits in Österreich und dem benachbarten Bayern ge-launchte Kampagne auch international durch. Die definierten Zielmärkte sind Deutschland, Tschechien, Niederlande, Großbritannien und Polen

Kooperationen als Schlüssel zu neuen Zielgruppen

Zusätzlich zu klassischen Kampagnen-Formaten verstärken Wirtschafts- und Sportkooperationen die Marketing-Botschaften. *„Oberösterreich Tourismus sucht die Kooperation mit starken Partnern auf wichtigen Herkunftsmärkten. Über deren Kanäle ergibt sich die Chance, neue, themenspezifische Zielgruppen direkt anzusprechen und von Urlaubsangeboten in Oberösterreich zu überzeugen“*, führt Winkelhofer aus. So entwickelte sich aus Sommer-Trainingscamps der Fußballprofis von Eintracht Frankfurt eine ganzjährige Partnerschaft mit dem mit 160.000 Mitgliedern größten Mehrspartensportverein in Deutschland: Im Rahmen der Kooperation mit Oberösterreich Tourismus kamen bereits zwei Mal Eintracht-Mitglieder zu Wintersport-Erlebnisreisen nach Hinterstoder. Im Sommer ist eine weitere Reise ins 360° Alpenland geplant. Im Rahmen von Fußball-Trainingscamps betreibt Oberösterreich Tourismus umfangreiche Marketing-Kooperationen mit rund 30 Clubs, darunter in Deutschland auch Fortuna Düsseldorf, Dynamo Dresden und 1860 München.

In den Niederlanden ist das „Shimano Experience Center“ des weltweit führenden Radkomponenten-Herstellers in Valkenburg eine touristische Exklusivpartnerschaft mit Oberösterreich Tourismus und den Destinationen eingegangen. Die Kooperation ermöglicht eine ganzjährige Präsenz vor Ort und damit punktgenauen Zugang zur Zielgruppe radbegeisterter Niederländer:innen. Gemeinsam mit ÖBB Nightjet wird die Möglichkeit der Anreise mit der Bahn mit der Nachtverbindung von Amsterdam nach Wels und Linz aktiviert.

Kultur – gerade international ein wichtiges Reisemotiv

Die Kultur ist ein ganzjähriges Reisemotiv mit dem Potenzial, neue internationale Gästesichten für Oberösterreich zu mobilisieren. *„Die aktuelle Gästebefragung T-MONA Tourismus Monitor Austria 2025 zeigt klar: Für 22 Prozent der Gäste in Oberösterreich sind Sehenswürdigkeiten und Kulturangebote ein wichtiges Motiv für die Urlaubsentscheidung. Dieser Wert liegt deutlich über dem österreichischen Schnitt von 13 Prozent. Für 47 Prozent der Urlaubsgäste ist der Besuch*

von Sehenswürdigkeiten ein fixer Bestandteil der Reise, für 23 Prozent zählt er sogar zu den Hauptaktivitäten im Urlaub“, betont Winkelhofer die Bedeutung des Kulturangebots. Rund ein Drittel häufiger als im österreichweiten Schnitt besuchen Oberösterreich-Urlauber Sehenswürdigkeiten, Museen und Ausstellungen, Musik- und Kulturveranstaltungen oder Stadtführungen.

Ein bedeutendes Urlaubsmotiv, das landschaftliche Schönheit mit kulturellem Erbe einer Region verbindet, sind die UNESCO Welterbestätten. *„Aufgrund ihrer internationalen Strahlkraft haben sie eine besondere Bedeutung, wenn es darum geht, mehr internationale Gäste für Oberösterreich zu begeistern“, sagt Winkelhofer. „Verbunden mit dem immateriellen Kulturerbe, das man bei uns in Oberösterreich in so wunderbar vielfältiger Form erleben kann – vom Mühlviertler Blaudruck über das Keramikflämmen in Gmunden bis hin zur Mollner Maultrommel oder dem Trattenbacher Taschenfeitl – lassen sich einzigartige Geschichten erzählen und Urlaubsangebote schnüren.“*

Oberösterreich feiert sein Welt- und Kulturerbe

Denn genauso wie beim Radfahren bieten auch das UNESCO Welterbe und das Immaterielle Kulturerbe dem Gast die Möglichkeit von einzigartigen und authentischen Erlebnissen in ganz Oberösterreich:

- Das UNESCO Weltkulturerbe **„Kulturlandschaft Hallstatt-Dachstein – Salzkammergut“** besteht seit 1997. Seit 7.000 Jahren prägt der Salzabbau die Region rund um Hallstatt und den Dachstein. Die Salzwelten Hallstatt im Hochtal des Salzbergs gehören zu den beliebtesten Ausflugszielen in Oberösterreich. Wanderungen am Krippenstein und der Soleleitungsweg zwischen Hallstatt und Ebensee verknüpfen Natur- und Kulturerlebnis genauso wie geführte Welterbe-Wanderungen und E-Bike Touren. Der „Weg des Salzes“ entlang der Traun nach Gmunden und weiter über Wels und Linz nach Böhmen weist über die Region hinaus.
- Seit 2011 sind die **„Prähistorischen Pfahlbauten rund um die Alpen“** ein UNESCO Weltkulturerbe, das sich über mehrere Länder erstreckt und zu der auch der Attersee und der Mondsee gehören. Mit neu konzipierten Erlebnisangeboten, die im Rahmen der OÖ KulturEXPO im Frühjahr 2027 öffnen, wird die Inszenierung der Pfahlbauten in Ausstellungen und Rekonstruktionen derzeit neu konzipiert.

- 2021 wurde das UNESCO Weltkulturerbe „**Grenzen des Römischen Reiches – Donaulimes**“ eingerichtet, das auch die Donauregion Oberösterreich umfasst. Spuren der Römerzeit finden sich vom Römerburgus Oberranna über das Römerbad direkt an der Schlögener Schlinge bis zum Museum Lauriacum in Enns. Der Besuch dieser Stätten wird mit Angeboten wie der „Donaulimes Welterbe-Runde“ mit dem Rad aufgewertet.
- Zum seit 2017 ausgewiesenen UNESCO Weltnaturerbe „**Alte Buchenwälder und Buchenurwälder**“ in mehreren Ländern gehören auch naturbelassene Bereiche des Nationalparks Kalkalpen. UNESCO Welterbe Touren mit Nationalpark Ranger:innen und der „Wildnistrail Buchensteig“ führen in diese urtümlichen Naturlandschaften. Die walddreiche Gebirgsregion ist zudem durch den Hintergebirgsradweg erschlossen.
- Seit 2018 freut sich der „**Handblaudruck in Europa**“ über einen Platz auf der internationalen Liste des Immateriellen Kulturerbes. Dieses Handwerk wird nur mehr selten ausgeübt – darunter im Mühlviertel. Die Blaudruckerei Wagner in Bad Leonfelden ist der letzte Betrieb der Region, in dem Blaudruckstoffe entstehen. Das Färbermuseum in Gutau erinnert an die Vergangenheit dieser außergewöhnlichen Färbetechnik, während am selben Ort die Zeugfärberei die Tradition lebendig erhält.
- Als eine der „UNESCO Creative Cities“ wurde Linz als „**UNESCO City of Media Arts**“ ausgezeichnet. Die Stadt gibt mit der „Ars Electronica“ den Takt der digitalen Kultur und der Medienkunst vor. Auf diesem fruchtbaren Boden ist nicht nur das „Ars Electronica Center“ als Museum der Zukunft entstanden. Zuletzt hat sich auch die Tabakfabrik zur Drehscheibe der Kreativszene entwickelt. Als Sitz der „Creative Region Linz & Upper Austria“ und des „Valie Export Center“ für Medien- und Performancekunst.

„Die ITB ist die Plattform, um mit internationalen Partnern, Reiseveranstaltern sowie führenden Medien und Verlagshäusern aus dem Reisebereich in Kontakt zu treten und diese herausragenden Angebote in die Auslage zu stellen“, so Winkelhofer.

Donau: Europäischer Erlebnisraum, oberösterreichischer Beitrag

Der längste Fluss innerhalb der Europäischen Union und der „internationalste Fluss der Welt“, der insgesamt zehn Länder verbindet, wird ab sofort auch gemeinsam und grenzübergreifend touristisch vermarktet. Mit „Discover your Danube“ sind Oberösterreich und die Donauregion Teil einer Initiative, die mit der Österreich Werbung, Visit Hungary und der Deutschen Zentrale für Tourismus (DZT) sowie den Tourismusorganisationen Bayerns, Baden-Württembergs, und Niederösterreichs getragen wird.

„Die Donau wird dabei als europäischer Lebens- und Erlebnisraum präsentiert, der sich individuell, abschnittsweise und ganzjährig entdecken lässt – vom Natur- und Aktivurlaub über Kultur- und Städteerlebnisse bis hin zu Kulinarik und regionaler Identität“, sagt Wirtschafts- und Tourismuslandesrat Markus Achleitner. Die Initiative „Discover your Danube“ wurde im Rahmen der ITB 2026 in Berlin offiziell präsentiert und von den Partnerorganisationen unterzeichnet.

Großer Rad-Schwerpunkt 2026

Ebenfalls Thema auf der ITB Berlin waren selbstverständlich auch die qualitätsvollen Angebote rund ums Radfahren in all seinen Ausprägungen, vom Genussradfahren über Mountain- oder Gravelbiken bis hin zum Rennradfahren. Radfahren ist vom Frühling bis in den Herbst möglich und stärkt die Auslastung der Tourismusbetriebe in den Nebensaisonen. Die Gästebefragung T-MONA Tourismus Monitor Austria aus dem Sommer 2025 zeigt: Der Radgast bucht längere Aufenthalte – 53 Prozent bleiben zwischen vier und 14 Nächten – und trägt mit Tagesausgaben von 194 Euro pro Person (ohne An- und Abreise) überdurchschnittlich zur touristischen Wertschöpfung bei. *„Beim Radfahren trifft Nachfrage und Begeisterung beim Gast auf eine gut ausgebaute Infrastruktur und hochqualitative buchbare Angebote – und das in allen Urlaubsregionen Oberösterreichs. Unsere Destinationen haben etwa im Gravelbike-Bereich in den vergangenen Jahren Angebote in Top-Qualität entwickelt, die in der Szene einen herausragenden Ruf genießen. Aber auch auf dem Mountainbike oder Rennrad und natürlich auf unseren genussvollen Radwegen entlang von Seen und Flüssen kommt man voll auf seine Kosten“,* zeigt sich Winkelhofer von der Vielfalt des Angebots begeistert.

Die Top-Radangebote in Oberösterreichs Destinationen sind insbesondere im radbegeisterten Markt Deutschland gefragt: Mit dem Velorama, der neuen Gravelbike- und Rennrad-Marke des **Mühlviertels** mit 108 Touren auf knapp 9.000 Kilometern und mit 21 Radgastgebern. Der Donauradweg bietet als „Mutter aller Radwege“ 160 Kilometer mit purer Abwechslung und epischen Ausblicken in der **Donauregion Oberösterreich**. In **Wels** rollen Rennrad- und Gravelbiker:innen vom Stadtplatz in ein Netz abwechslungsreicher Rennrad-Routen. Das neue Radkleeblatt lässt sich mit dem Gravelbike erkunden. In **Linz** schlägt das Herz urbanen Radfahrens rund um das hello yellow Velodrom und stadtnahe Trails. Der Hintergebirgsradweg im **360° Alpenland** folgt der historischen Waldbahntrasse im Reichraminger Hintergebirge und führt in den Nationalpark Kalkalpen. Die neue Entdecker-Radtour im **Quellenviertel** ist als 180 Kilometer lange Rundtour in drei bis vier Tagesetappen wie geschaffen für ein verlängertes Wochenende. Ebenso wie der **Salzkammergut** BergeSeen eTrail, der in zehn Etappen über 630 Kilometer die schönsten Plätze der Berge- und Seenregion verbindet.

Für Rückfragen:

Michael Herb, Msc, Presse Wirtschafts- und Tourismuslandesrat Markus Achleitner; +43 732 77 20-151 03, +43 664 600 72 151 03, michael.herb@ooe.gv.at

Gernot Hörwertner, Oberösterreich Tourismus GmbH; Tel.: +43 664 857 29 57, gernot.hoerwertner@oberoesterreich.at