



INFORMATION

zur Pressekonferenz

mit

LH-Stv. Dr. Michael STRUGL

Wirtschafts- und Tourismusreferent

Mag. Andreas WINKELHOFER

Geschäftsführer Oberösterreich Tourismus

Dietmar TRÖBINGER

Geschäftsführer OÖ. Seilbahnholding

Sprecher der Snow & Fun Skigebiete

am 30. Oktober 2018

zum Thema

**Tourismus startet gut vorbereitet in die Wintersaison 2018/19:
Investitionen, attraktive Angebote und die
emotionale Kampagne “uppermoments” sorgen
für großes Interesse an Winterurlaub in
Oberösterreich**

www.oberoesterreich.at / www.strugl.at

Impressum

Medieninhaber & Herausgeber:
Amt der Oö. Landesregierung
Direktion Präsidium
Abteilung Presse
Landhausplatz 1 • 4021 Linz

Tel.: (+43 732) 77 20-114 12
Fax: (+43 732) 77 20-21 15 88
landeskorrespondenz@ooe.gv.at
www.land-oberoesterreich.gv.at

DVR: 0069264

Rückfragen-Kontakt:

Michael Herb, MSc, Presse LH-Stv. Strugl, Tel: 0732/7720-15103, 0664/6007215103

Elisabeth Kierner, MSc, OÖ Tourismus, Tel. 0732/7277-123, 0664/3030444

Kurzfassung

Investitionen zeigen Wirkung

Erfreuliche Bilanz der Wintersaison 2017/18

Unvergessliche Urlaubsmomente im Schnee

Die Wintersaison 2017/18 bestätigt den langfristigen Aufwärtstrend des Tourismus in Oberösterreich: 1,15 Millionen Ankünfte bedeuten einen Zuwachs von 6 Prozent gegenüber dem vorangegangenen Winter. 2,98 Millionen Nächtigungen sind ein Plus von 5,98 Prozent. Im Fünf-Jahres-Vergleich legten die Ankünfte um 21,8 Prozent zu, die Nächtigungen stiegen um 13,6 Prozent. Neben dem Nächtigungstourismus sind Tagesausflüge eine wichtige touristische Wertschöpfungsquelle. 13,1 Millionen Tagesausflüge unternahmen Oberösterreicher, Niederösterreicher und Wiener im Winter 2016/17 in Oberösterreich. Durch die Ausgaben der Ausflügler bleiben rund 586 Millionen Euro im Bundesland.

Zur positiven Bilanz haben auch die Hotelinvestitionen der vergangenen Jahre beigetragen. Die Offensive für mehr Qualitätsbetten findet in aktuellen Projekten wie dem ALPRIMA Aparthotel in Hinterstoder ihre Fortsetzung. Parallel dazu wurden seit 2005 rund 195 Millionen Euro in die Angebots- und Servicequalität der Snow & Fun Skigebiete investiert. Oberösterreichs Skigebiete stehen vor allem für gute Erreichbarkeit, einen hohen Standard bei der Pistenqualität, Familienfreundlichkeit und ein preiswertes Angebot.

Neben dem Skifahren liegen im Winter immer mehr auch die Themen Entspannung und Genuss sowie alternative Wintersportarten im Trend. Auf diese Bedürfnisse und Erwartungen geht die aktuelle Kampagne „#uppermoments“ ein, die von den Snow & Fun Skigebieten, den Wintersport-Destinationen und Oberösterreich Tourismus gemeinsam getragen wird. Die Image-Kampagne setzt auf hoch emotionale Kurzvideos und Bilder, die den Menschen und seine besten Freizeit-Momente in den Vordergrund rücken: unvergessliche Winter-Erlebnisse mit der Familie, entschleunigende Genussmomente, sportliche Performance im Schnee. Zwischen Bewegung und Entspannung, Sport und Genuss, Freude an gemeinsamer Aktivität und der Weite der Winterlandschaft baut die Kampagne ein emotionales Spannungsfeld auf und begeistert für Oberösterreich. Ganz im Zeichen des 200. Geburtstags des Weihnachtsliedes „Stille Nacht! Heilige Nacht!“ steht der Advent 2018. Die Bundesländer Salzburg, Tirol und Oberösterreich nehmen dieses Jubiläum zum Anlass, die Herkunft des Liedes in einer internationalen Kampagne bewusst zu machen und touristisch nachhaltig zu verankern.

LH-STV. Dr. Michael STRUGL

Weiterhin Wachstum in der Wintersaison

Winterurlaub in Oberösterreich wird immer beliebter

Mit der Wintersaison 2017/18 konnte Oberösterreichs Tourismus- und Freizeitwirtschaft die positive Entwicklung der vergangenen Jahre fortschreiben. 1,15 Millionen Ankünfte bedeuten einen Zuwachs von 6 Prozent gegenüber dem vorangegangenen Winter. 2,98 Millionen Nächtigungen sind ein Plus von 5,98 Prozent. Zuwächse, die sich auch in der langfristigen Entwicklung bestätigen. Denn im Fünf-Jahres-Vergleich legten die Ankünfte um 21,8 Prozent zu, die Nächtigungen stiegen um 13,6 Prozent. 62 Prozent der Nächtigungen im Winter 2017/18 wurden von Gästen aus dem Inland getätigt. Von den 1,85 Millionen Inländernnächtigungen entfielen 789.000 (d.s. 42,7 Prozent) auf die Oberösterreicher selbst, die in der Wintersaison nach wie vor die größte Gästegruppe stellen.



Quelle: Amt der OÖ. Landesregierung/Abteilung Statistik; Statistik Austria

Dynamische Entwicklung der Kern- und Potenzialmärkte

Durchwegs positiv entwickelten sich im vergangenen Winter die strategisch wichtigsten Herkunftsmärkte. Bei den Gästen aus Österreich (+ 4,3 Prozent Nächtigungen) und Deutschland (+ 7,7 Prozent Nächtigungen) konnten deutliche Zuwächse erzielt werden. Ausgesprochen dynamisch zeigten sich auch die Zielmärkte Tschechien (+ 14,4 Prozent Nächtigungen), Polen (+ 16,8 Prozent Nächtigungen) und die Slowakei (+ 12,1 Prozent

Nächtigungen). Stark wachsend sind auch im Winter die Potenzialmärkte China (+ 21,1 Prozent Nchtigungen) und Südkorea (+ 31,6 Prozent Nchtigungen). „Die Konzentration der touristischen Marketingmaßnahmen auf ausgewählte Märkte mit hohem Gästepotenzial für Oberösterreich zeigt Wirkung und festigt den Wachstumskurs der Tourismus- und Freizeitwirtschaft“, stellt Wirtschafts- und Tourismusreferent LH Stv. Dr. Michael Strugl fest.

Investitionen sichern die Angebotsqualität und bringen mehr Gäste nach Oberösterreich

Gleichzeitig erweisen sich die Investitionen der letzten Jahre im Bereich der Qualitätshotellerie als wegweisend. Neue Häuser wie das Leading Family Hotel & Resort Dachsteinkönig, das COOEE alpin Hotel Dachstein in Gosau oder das Explorer Hotel in Hinterstoder bringen Wertschöpfung in die Destinationen und sichern damit Arbeitsplätze und Lebensqualität in der Region. Dieser Weg wird auch in Zukunft weiter beschritten. Erst vor wenigen Wochen wurde in Bad Leonfelden das Vortuna Gesundheitsresort, eine Gesamtinvestition von 22 Millionen Euro, als Ganzjahresbetrieb eröffnet. Im EurothermenResort Bad Ischl fließen 14 Millionen Euro in die Erneuerung des Hotel Royal, das neben modernen Zimmern und einer neuen Fassade auch eine exklusive „Skylounge“ erhält – ein Entspannungs- und Ruhebereich mit Blick auf die Ischler Berge. Der Umbau bei laufendem Betrieb wird demnächst abgeschlossen. In Hinterstoder erfolgte Mitte September der Spatenstich für das ALPRIMA Aparthotel. Für eine Investition von 16 Millionen Euro entsteht im Weltcuport eine Anlage mit fünf Häusern, 93 Appartements und mit 380 zusätzlichen Gästebetten, die ab der Wintersaison 2019/20 zur Verfügung stehen. Zuletzt zählte die Statistik für die Wintersaison oberösterreichweit 61.706 Gästebetten in 3.061 Beherbergungsbetrieben.

Neben den Beherbergungsbetrieben leisten die Skigebiete einen wesentlichen Beitrag zur touristischen Infrastruktur. Rund 195 Millionen Euro haben alleine die sieben Snow & Fun Skigebiete (Skiregion Dachstein West, Freesports Arena Dachstein Krippenstein, Feuerkogel, Kasberg, Hinterstoder, Wurzeralm und Hochficht) seit dem Jahr 2005 investiert – in moderne und komfortable Liftanlagen, in neue Pisten und in flächendeckende Beschneiungsanlagen zur Steigerung der Schneesicherheit. „Diese Investitionen kommen nicht nur dem Nchtigungstourismus zugute, sondern bringen auch zusätzliche Wertschöpfung durch Tagesausflüge in die Regionen“, betont Strugl die Wichtigkeit der Skigebiete als Freizeitanbieter. Oberösterreichweit stehen den Wintersportlern im kommenden Winter 33

Skigebiete zur Auswahl, die insgesamt 149 Aufstiegshilfen und rund 250 Kilometer präparierter Pisten bereitstellen.

Tagesausflüge bringen regionale Wertschöpfung

Alleine aus den drei wichtigen Inlandsmärkten Oberösterreich, Niederösterreich und Wien war Oberösterreich im Winter 2016/17 Ziel von 13,1 Millionen Tagesausflügen. 11,5 Millionen davon (88 Prozent) waren Ausflüge der Oberösterreicher zu Zielen im eigenen Bundesland. Durch die Ausgaben aller Ausflügler (An- und Abreise, Seilbahn-Tickets und Eintritte vor Ort, Gastronomie und Verpflegung, Shopping und Souvenirs) verbleibt eine Gesamtwertschöpfung von rund 586 Millionen Euro im Bundesland. (Quelle: AnTagA – Analyse Tagesausflug 2016/2017)



Quelle: AnTagA 2016/2017
* Abweichungen aufgrund von Rundungsdifferenzen möglich

Insgesamt summierte sich die direkte und indirekte Wertschöpfung der Tourismus- und Freizeitwirtschaft im Jahr 2016 auf ein Volumen von 6,22 Mrd. Euro. Das bedeutet einen Anteil von 10,4 Prozent am Brutto-Regionalprodukt Oberösterreichs. Für das Jahr 2017 wird ein Anstieg der touristischen Wertschöpfung in Oberösterreich um 4,3 Prozent auf 6,48 Mrd. Euro prognostiziert. (Quelle: Tourismus-Satellitenkonto Oberösterreich 2016, Statistik Austria, Österreichisches Institut für Wirtschaftsforschung)

Reisemotive der Gäste sind strategische

Richtschnur der touristischen Entwicklung

Der verbindliche Leitfaden für die Entwicklung und Vermarktung des touristischen Angebotes in Oberösterreich ist die Landes-Tourismusstrategie 2022. Sie gliedert die Reise- und Freizeit-Motive der oberösterreichischen Gäste zu sieben Bündeln: Aktiv-Zeit (Sport und Bewegung),

Aus-Zeit (Entspannen, Wellness, Entschleunigung), Gesundheit-Zeit (Gesundheitsurlaub), Kultur-Zeit (Städteurlaub, Brauchtum, Tradition), Event-Zeit (Großveranstaltungen), Arbeits-Zeit (Geschäftstourismus), Rundreise-Zeit. „Diese Motivbündel stellen sicher, dass die Entwicklung touristischer Produkte und deren Kommunikation auf den Zielmärkten den Erwartungen und Bedürfnissen des Gastes folgen“, erläutert Strugl.

Mag. Andreas WINKELHOFER

Erholung, Entspannung, Sport im Schnee

Unvergessliche Winter-Urlaubsmomente

Oberösterreichs Wintergäste sehen ihren Urlaub vorwiegend als Erholungsurlaub und schätzen neben dem Wintersport in den Skidestinationen vor allem auch das Gesundheits- und Wellness-Angebot (Quelle: Gästebefragung Tourismus Monitor Austria).

Der Winterurlaub – Skifahren und mehr

„Alpinski fahren ist und bleibt die Wintersportart Nummer eins. Oberösterreichs Snow & Fun Skigebiete sind daher das Rückgrat des touristischen Wintersportangebotes. Sie liefern sportliche Emotion. Sie sind naheliegend und gut erreichbar. Und sie bieten v.a. für Familien ein sehr gutes Preis-Leistungs-Verhältnis“, stellt Mag. Andreas Winkelhofer, Geschäftsführer des Oberösterreich Tourismus fest. Die Bedürfnisse der Gäste gehen aber über komfortable Lifte und perfekt präparierte Pisten hinaus. Entspannen in der Therme, eine Schneeschuhwanderung oder ein Spaziergang in der verschneiten Winterlandschaft sind heute genauso selbstverständlich Teil des Winterurlaubs wie Skifahren. Diesen Trend bestätigt die „Nationale Grundlagenstudie Wintersport Deutschland 2018“, die einerseits den Wintersport in einem stabilen Hoch sieht – 64 Prozent der sportlich aktiven Deutschen betreiben Wintersport. Der Trend geht klar zum „polysportiven Wintersportler“, der neben der Kernsportart Skifahren auch andere Bewegungsformen schätzt, vom Skilanglauf über Tourengehen bis hin zu Winterwandern und Schneeschuh-Touren. Darüber hinaus ist der Winterurlaub in besonderem Maße mit emotionalen Erwartungen aufgeladen. So ist der Winter in Österreich für den deutschen Gast entweder ein sportlich-aktiver oder ein genussvoll-romantischer Kontrastentwurf zum als grau und beschwerlich empfundenen

Winteralltag in den heimatlichen Ballungsräumen (Quelle: Österreich Werbung, Wissenschaft des Winters, 2015). Oberösterreich bietet mit seinem hochwertigen Urlaubs- und Freizeitangebot – vom Skifahren über sanften Winter abseits der Pisten, vom wohltuenden Wellnessurlaub bis zum genussvollen Wochenende – perfekte Voraussetzungen dafür.

Die Imagekampagne „#uppermoments“

Auf diese Bedürfnisse und Sehnsüchte geht die Kampagne „#uppermoments“ ein. Sie wird von den Snow & Fun Skigebieten, den Destinationen Pyhrn-Priel, Böhmerwald, Dachstein-Salzkammergut sowie Traunsee-Almtal und Oberösterreich Tourismus gemeinsam getragen und nimmt die Märkte Österreich, Deutschland, Tschechien, Slowakei und Polen ins Visier. Die Image-Kampagne setzt auf hoch emotionale Kurzvideos und Bilder, die den Menschen und seine individuellen Erlebnisse in Oberösterreichs Skigebieten in den Vordergrund rücken. Diese Urlaubsmomente gehen auf die Positionierung der einzelnen Skigebiete ein – sportliches Skifahren in Hinterstoder, Spaß an der Bewegung im Schnee in der Skiregion Dachstein West und am Kasberg, Skifahren mit Kindern am Hochficht.

Diese Erlebnisse verdichten sich im zentralen Kino-Spot der Kampagne, der zusätzlich via Video-Marketing breit gestreut wird. Zwischen Bewegung und Entspannung, Sport und Genuss, Freude an gemeinsamer Aktivität und der Weite der Winterlandschaft baut der Film sein emotionales Spannungsfeld auf und weckt damit das Interesse der Zuschauer. Unterlegt ist der Spot mit dem Song „Heat“ der oberösterreichischen Indie-Rock-Band „Leyya“. Das Duo Marco Kleebauer und Sophie Lindinger aus Eferding kann in ihrer jungen Karriere mit zwei Amadeus Austrian Music Awards bereits auf beachtliche Erfolge verweisen und war Hauptact im Anschluss an die diesjährige Linzer Klangwolke.

Mittels Video- und Social Media Marketing und unterstützt durch Radiospots sowie großformatige Digi-Lights in Ballungszentren in Österreich, Deutschland und Tschechien werden die Botschaften zielgruppengenau ausgespielt. Sie leiten potenzielle Gäste auf Landingpages und Webseiten der Partner, die schließlich die Verbindung zum buchbaren Urlaubsangebot herstellen. Begleitet und verstärkt wird die Kampagne von zusätzlichen, auf einzelne Zielmärkte abgestimmte Maßnahmen. So kommt etwa in Tschechien neben E-Marketingmaßnahmen und Medienkooperationen eine Oberösterreich Winter-Karte in einer Auflage von 150.000 Exemplaren zum Einsatz. Sie wird als Print-Beilage in auflagenstarken

Medien und über den Wirtschafts-Kooperationspartner Intersport vertrieben. E-Marketing und PR-Maßnahmen werden außerdem in Polen und in der Slowakei umgesetzt.

200 Jahre „Stille Nacht! Heilige Nacht!“

Im Mittelpunkt der Vorweihnachtszeit 2018 steht der 200. Geburtstag des weltweit berühmtesten Weihnachtsliedes „Stille Nacht! Heilige Nacht!“, das am 24. Dezember 1818 zum ersten Mal gesungen wurde. Die Bundesländer Salzburg, Tirol und Oberösterreich nehmen dieses Jubiläum zum Anlass, die Herkunft des Liedes in einer gemeinsamen internationalen Kampagne bewusst zu machen und in den Köpfen der Menschen zu verankern. Oberösterreich beteiligt sich mit den Stille-Nacht-Orten Hochburg-Ach im Innviertel (Geburtsort des Komponisten Franz Xaver Gruber), Ried im Innkreis (Standort der Original-Krippe, vor der das Lied 1818 erstmals erklang) und Steyr (hier wurde um 1830 der erste Textdruck des Liedes angefertigt). Bereits im Sommer zeigte sich anlässlich von Pressereisen ein starkes internationales Medieninteresse. Hochburg-Ach ist mit dem Franz-Xaver-Gruber-Gedächtnishaus Teil der neun Orte umfassenden, länderübergreifenden Jubiläumsausstellung. Die gemeinsame Website des Projektes www.stillenacht.com gibt den Überblick über historische Hintergründe, Veranstaltungen und Urlaubsangebote.

Kooperationen stärken die Marktpräsenz

Ein Auftrag der Landes-Tourismusstrategie 2022 ist es, Allianzen und Netzwerke zu bilden. „Kräfte zu bündeln und Synergien zu nutzen stärkt die Präsenz und die Wahrnehmung touristischer Angebote auf den Zielmärkten“, ist Winkelhofer überzeugt. Beispielgebend im Winter ist etwa die bewährte Zusammenarbeit der sieben Snow & Fun Skigebiete. In der Vermarktung des Gesundheits- und Wellnesstourismus kooperieren die führenden Gesundheits-Anbieter Oberösterreichs (EurothermenResorts Bad Schallerbach, Bad Hall und Bad Ischl, Therme Geinberg, Gesundheitsresort Lebensquell Bad Zell, Spa Hotel Bründl Bad Leonfelden und Kurhaus Schärding der Barmherzigen Brüder) mit dem Oberösterreich Tourismus. Und die Destinationen Wolfgangsee, Mondsee, Traunsee, Fuschlsee und Bad Ischl gehen in der Vermarktung des „Advent im Salzkammergut“ gemeinsame Wege. Die Vernetzung reicht zudem über die Tourismusbranche hinaus. So sind Fischer Ski und Löffler im Bereich Wintersport und die ÖBB als Mobilitätsanbieter ebenso wichtige Partner in der Marktkommunikation wie Intersport in Österreich und Tschechien.

Dietmar TRÖBINGER

Die Snow & Fun Skigebiete: Gut erreichbar, hohe Pistenqualität, preiswerter Wintersport

Oberösterreichs Snow & Fun Skigebiete punkten bei den Skifahrern mit ihrer guten Erreichbarkeit, mit dem hohen Standard der Pistenqualität und mit dem Image als preiswerte Wintersportgebiete. Das bestätigten die aktuellen Ergebnisse des „Satisfaction Monitor Seilbahnen“, durchgeführt von der MANOVA GmbH im Auftrag der Skigebiete. Befragt nach den wichtigsten Beweggründen, sich für ein Skigebiet in Oberösterreich zu entscheiden, gaben 61 Prozent der Skifahrer die Erreichbarkeit an, für 43 Prozent war die Qualität der Pisten für die Wahl des Skigebietes ausschlaggebend, für 25 Prozent der attraktive Preis. „Die Skigebiete tragen wesentlich dazu bei, dass Oberösterreich das Image einer naheliegenden, gut erreichbaren Wintersportdestination hat, die ein hochqualitatives Pistenangebot zu angemessenen Preisen anbietet. Wir sind sozusagen die kompakte Mittelklasse unter den Skiregionen Österreichs“, stellt Dietmar Tröbinger, Geschäftsführer der OÖ. Seilbahnholding und Sprecher der Snow & Fun Skigebiete fest. Um in Zukunft mehr Nächtigungsgäste in die Wintersportdestinationen zu bringen, legen die Skigebiete ihren strategischen Fokus auf die wachstumsstarken mittel- und osteuropäischen Märkte Tschechien, Slowakei und Polen.

Gemeinsam ist den sieben Snow & Fun Skigebieten, dass sie ihre übersichtlichen Pistenwelten und damit die familiäre Atmosphäre bewahrt haben. Darauf aufbauend entfaltet jedes der Skigebiete seine individuellen Schwerpunkte. So richten der Hochficht im Böhmerwald und der Feuerkogel in Ebensee ihre Stärken auf Familien aus, während die Skiregion Dachstein West mit der 44 Kilometer langen Skigenussrunde „Panoronda“ den Fokus auf den Spaß an der Bewegung im Schnee legt. Das Skigebiet Hinterstoder setzt mit der Hannes-Trinkl-Weltcupstrecke auf sportliche Skifahrer und die Freesports Arena Dachstein Krippenstein stärkt ihr Image als Szenetreff der Freerider.

Investitionen in Schneesicherheit und Pistenqualität

„Unsere Positionierung und die konsequente Arbeit an der Service- und Angebotsqualität wird letztlich auch von den Gästen positiv wahrgenommen und honoriert“, weiß Tröbinger.

Immerhin weist der Satisfaction Monitor Seilbahnen für die oberösterreichischen Skigebiete einen hohen Anteil an Stammgästen aus – 54 Prozent aller Befragten kommen mehrmals im Jahr ins Skigebiet. Um diese gute Position für die Zukunft abzusichern und auszubauen, investieren die Skigebiete laufend in Seilbahnen, Pisten und Serviceeinrichtungen. So werden etwa im Skigebiet Hochficht ein Jahr nach der Eröffnung der neuen Gondelbahn auf den Reischlberg die Kinder-Attraktionen weiter ausgebaut, die Pistenqualität verbessert und die Beschneiungsanlage ergänzt. Auch in Hinterstoder und auf der Wurzeralm wird in die Schneesicherheit investiert. Dazu wird in Hinterstoder der Sunny Kids Park erweitert, modernisiert und mit zwei neuen Förderbändern ausgestattet. Auf dem Feuerkogel erhält die Seilbahn von Ebensee ins Skigebiet zwei neue Kabinen in modernem Design.

Aktuelles Fotomaterial unter <http://oberoesterreich.at/bilder>

Wintertourismus in Oberösterreich

Zahlen und Fakten (November 2017 bis April 2018)

- 1,15 Mio. Gästeankünfte in Oberösterreich
- 2,98 Mio. Nächtigungen in Oberösterreich
- 62% aller Nächtigungen entfallen auf österreichische Gäste: Von diesen 1,85 Mio. Inländer-Nächtigungen entfallen 42,7 % auf Oberösterreicher.
- Mit rund 789.000 Nächtigungen sind die Oberösterreicher selbst die „stärkste Urlaubernation“ in Oberösterreich, auf Platz 2 folgen mit 549.000 Nächtigungen die Gäste aus Deutschland.
- Langfristige Entwicklung: + 13,6% Nächtigungen, + 21,8% Ankünfte in den letzten 5 Jahren
- Nächtigungsstärkste Monate: Februar (18,5%), März (17,9%), April (17,2%)
- 63% der Nächtigungen werden in gewerblichen Beherbergungsbetrieben (29% in 5/4*-Betrieben, 20% in der 3*-Hotellerie) getätigt, 12% der Nächtigungen werden in Privatunterkünften registriert.
- Durchschnittliche Aufenthaltsdauer: 2,6 Nächte

Quellen: Amt der Oö. Landesregierung/Abt. Statistik, Statistik Austria.

Snow & Fun: Ski-Saisonstarts* 2018/ 2019

Dachstein West:	8.12.2018
Hinterstoder:	Bei ausreichender Schneelage Wochenendbetrieb ab 10. November 2018, durchgehend ab 30.11.2018
Wurzeralm:	Bei ausreichender Schneelage Wochenendbetrieb am 1./2. Dezember 2018, durchgehend ab 8.12.2018
Hochficht:	1.12.2018
Kasberg:	1.12.2018
Feuerkogel:	15.12.2018
Freesports Arena Dachstein Krippenstein:	22.12.2018

*voraussichtliche Saisonstart-Termine, Änderungen möglich

Veranstaltungshöhepunkte in den Skigebieten

8. Dezember 2018	Hinterstoder & Wurzeralm: Winteropening powered by Life Radio
15. Dezember 2018	Kasberg: Caos Park-Opening
15. Dezember 2018	Feuerkogel Ski Opening
16. Jänner 2019	Gosau: Nacht der Ballone
18. Jänner 2019	Wurzeralm: Pyhrn-Priel FIS Super G der Damen
2. Februar 2019	Wurzeralm: 2. Arena Night Race
6. Februar 2019	Gosau: Kids Snow Party, Ö3 Pistenbully
26. Jänner 2019	Wurzeralm: ÖSV Kinderschneetag
2. März 2019	Hinterstoder: Radio Oberösterreich Schneefest
10. März 2019	Gosau: Zwisi Kindersporttag
16. März 2019	Feuerkogel: Nostalgie-Skifest
30. März 2019	Krippenstein: Fassdauben Rennen