**Österreich auf der ITB: Das Radland Österreich stellt sich vor**

**„You like it? Bike it!“ heißt es auf der ITB 2019 in Berlin. Die gemeinsame Rad-Kampagne von Österreich Werbung (ÖW) und Landestourismusorganisationen steht im Mittelpunkt des heurigen Messeauftritts, mit dem sich Österreich unter anderem als attraktives Radland präsentiert.**

Auf der internationalen Tourismusleitmesse ITB in Berlin vom 6. bis 10. März präsentiert sich Österreich ab heute, Mittwoch, einmal mehr als attraktives Urlaubsland und glänzt mit exzellenten Zahlen. Die neue Höchstmarke von 150 Millionen Nächtigungen im Kalenderjahr 2018 unterstreicht: Der Tourismus in Österreich ist eine Erfolgsgeschichte. „Wie sich Österreich im wachsenden internationalen Wettbewerb behauptet und von Erfolg zu Erfolg eilt, ist eine Leistung aller Beteiligten im heimischen Tourismus, von den Betrieben über die Destinationen und Landestourismusorganisationen bis hin zur Österreich Werbung“, lobte Tourismusministerin Elisabeth Köstinger den Einsatz der Branche auf der gemeinsamen Pressekonferenz mit Petra Nocker-Schwarzenbacher, Obfrau der Bundessparte Tourismus und Freizeitwirtschaft der Wirtschaftskammer Österreich (WKÖ), und ÖW-Geschäftsführerin Petra Stolba. „Aber es geht nicht um jährlich neue Rekorde bei Ankünften und Nächtigungen. Ziel ist ein nachhaltiger Tourismus für alle – sowohl Gäste, als auch Gastgeber und Lebensraum. Diese Vision wird sich auch im Tourismus-Masterplan widerspiegeln, den wir gerade finalisieren“, fuhr Köstinger fort.

**Österreich punktet mit Bergen, Seen und guter Luft**

Was die Gäste am Urlaubsland Österreich besonders schätzen, hat die ÖW im Rahmen der Gästebefragung T-MONA aktuell erhoben. Die fünf meistgenannten Entscheidungsgründe für einen Sommerurlaub in Österreich waren demnach: die Berge, Landschaft/Natur, das Angebot an Wanderwegen, Seen und Flüssen sowie die gute Luft. „Umweltschutz und ein nachhaltiger Tourismus sind auch unter diesem Gesichtspunkt in unserem ureigenen Interesse“, so die Ministerin. „Wir müssen die Assets, mit denen wir bei unseren Gästen punkten, wertschätzen und schützen.“

Befragt wurden knapp 18.500 Gäste zwischen Mai und Oktober 2018 und das erstmals ausschließlich elektronisch. Aus der Umfrage geht auch hervor: Die Gäste sind mit den verschiedenen Aspekten von Urlaub in Österreich hochzufrieden und bewerten ihren Urlaub in Österreich mit einer Gesamtnote von 1,5 (auf einer sechsstelligen Skala).

2019 startet die Österreich Werbung gemeinsam mit sieben Landestourismusorganisationen eine mehrjährig angelegte Kampagne zum Thema Rad. Das Ziel: Österreich als Rad(urlaubs)land noch bekannter zu machen.

**Österreich hat eine exzellente Rad-Infrastruktur**

„Radurlaub in Österreich ist besonders attraktiv. Und umgekehrt gilt auch: Radurlauber sind für Österreich besonders attraktiv“, so WKÖ-Tourismus-Spartenobfrau Petra Nocker-Schwarzenbacher. Österreich habe eine ausgezeichnete Infrastruktur an Radwegen, Radparks, ausgewiesenen Mountainbikestrecken und Verleihstandorten. „Hier haben Regionen und Betriebe schon nachhaltig und zukunftsweisend investiert,“ unterstreicht Nocker-Schwarzenbacher. Dass Aktivurlaub boomt, merke man verstärkt auch auf betrieblicher Ebene: „Unsere Gäste suchen zunehmend Bewegung - Radfahren bietet hier eine optimale Kombination aus körperlicher Betätigung und mobilem Sightseeing und liegt bereits auf Platz 3 der beliebtesten sportlichen Aktivitäten unserer Sommer-Urlauber, nach Wandern und Schwimmen. Besonders erfreulich ist, dass Dreiviertel der Radurlauber Stammgäste sind und mit einer durchschnittlichen Aufenthaltsdauer von 7,5 Nächten sogar vor dem klassischen Sommerurlauber mit 7 Nächten liegen.“

**ITB 2019: Kick-off für Rad-Kampagne „You like it? Bike it!”**

Die Top 3 ausländischen Herkunftsmärkte für Radurlaub in Österreich sind Deutschland, Niederlande und Tschechien. Auf diese drei Märkte fokussiert demnach 2019 auch die Radkampagne „You like it? Bike it!“, eine großangelegte Kooperation zwischen ÖW und den Bundesländern Burgenland, Niederösterreich, Oberösterreich, Salzburg, Steiermark, Kärnten und Tirol. Das gemeinsame Marketing mit einem Budgetvolumen von 2 Millionen Euro für 2019 ist die bislang größte Themenkooperation zwischen Bundesländern und ÖW. „Zusammenarbeit wird im Tourismus angesichts steigender internationaler Konkurrenz immer mehr zum Erfolgsfaktor. Gerade für ein vergleichsweise kleines Land wie Österreich, in dem der Tourismus sehr kleinteilig organisiert ist. Indem wir unsere Kräfte bündeln, können wir Österreich international nachhaltig und effizient als attraktive Raddestination positionieren“, so ÖW-Geschäftsführerin Petra Stolba.

„Österreich ist ein Land der Erlebnisdichte für alle Sinne. Natur, Kultur, Genuss, Sport und Action – Österreich bietet für jeden Gast das passende Urlaubserlebnis. Österreichs Radangebot ist der ideale Weg, die größtmögliche Abwechslung an nebeneinanderliegenden Naturkulissen, kulturellen Highlights und kulinarischen Genüssen zu erleben“, skizziert Petra Stolba die Vorteile eines Radurlaubs in Österreich. Diese spiegeln sich auch in der Kampagne wider.

Die Kampagne ist auf eine dreijährige Laufzeit angelegt und fokussiert im ersten Jahr auf Mountainbike und „Genussrad“. Tschechische Gäste sind abenteueraffin, suchen ein aktives Urlaubserlebnis und ein spielerisches Austesten der eigenen Potenziale. Mountainbike ist daher maßgeschneidert für diesen Herkunftsmarkt. Niederländer reisen gerne im weiteren Familienverband. Ihnen ist das Eintauchen in die lokale Kultur wichtig. Sie suchen im Österreich-Urlaub Entspannung und gemeinsame Zeit mit der Familie. Deshalb fokussiert die Radkampagne in den Niederlanden auf das Thema „Genussrad“ – zum Beispiel entspanntes Radeln entlang der Donau mit kulinarischen Zwischenstopps. In Deutschland, Österreichs wichtigstem Herkunftsmarkt, werden beide Kampagnenthemen beworben.

Ausgespielt wird die Rad-Kampagne überwiegend digital. „Über digitale Kanäle erreichen wir die Zielgruppe am effizientesten und vermeiden Streuverluste“, so Stolba. Die Ausspielung erfolgt über den ÖW-eigenen Adserver, den die ÖW seit 1. Januar im Vollbetrieb einsetzt: „Damit kommen wir einem Ziel der Tourismus-Digitalstrategie auch gut näher, nämlich eine Datenallianz im Tourismusmarketing aufzubauen“, so Stolba abschließend.

**Das Radland Österreich auf der ITB 2019**

Auf dem 1.200 m2 großen Österreich-Auftritt in Halle 17 spielt Rad die zentrale Rolle. Eine 150 m2 große Interaktionsfläche in der Standmitte macht das Thema Radurlaub in Österreich erlebbar. So können sich die Besucher in den Sattel von Standrädern schwingen und um die Wette radeln. Oder sich einfach nur auf Rädern vor großflächigen Österreich-Sujets fotografieren lassen. Mittwoch bis Freitag berichtet die Österreich Werbung mit regelmäßigen Live-Einstiegen von der ITB. Sendepläne und Videoarchiv: [www.austriatourism.com/itb](http://www.austriatourism.com/itb)

**Rückfragehinweise:**

**Bundesministerium für Nachhaltigkeit und Tourismus**

Daniel Kosak

Pressesprecher der Frau Bundesministerin

Tel.: +43 1 71100 606918

[daniel.kosak@bmnt.gv.at](mailto:daniel.kosak@bmnt.gv.at)

[bmnt.gv.at](http://www.bmnt.gv.at)

**Wirtschaftskammer Österreich**

DMC – Data & Media Center

Wirtschaftskammer Österreich

T 05 90 900 – 4462

E DMC\_PR@wko.at

**Österreich Werbung**

Claudia Riebler

Leiterin Unternehmenskommunikation

Tel.: 01/588 66-299

[claudia.riebler@austria.info](mailto:claudia.riebler@austria.info)

[www.austriatourism.com/presse/](http://www.austriatourism.com/presse/)