



SPERRFRIST bis 18.00 Uhr

Linz Tourismus riskiert einen mutigen Blick in die Zukunft

Alles neu beim Linz Tourismus: Ein Gruß aus der Zukunft weist ab sofort den touristischen Weg für Oberösterreichs Landeshauptstadt. Welche Themen künftig im Vordergrund stehen, erzählt dabei die kollaborativ entwickelte Destinationsstrategie, die sich im neuen, durchaus mutigen Markenauftritt wiederfindet. Erlebbar werden diese Entwicklungen auch in der neu gestalteten Tourist Information am Hauptplatz, die am 19. März eröffnet wird.

Ein Artefakt aus der Zukunft findet seinen Weg nach Linz – eine Zeitkapsel voller Visionen für das Jahr 2040. Sie zeigt, wie sich die Stadt entwickeln könnte und welche Wünsche die Menschen für ihre Zukunft haben. Genau hier setzt Linz Tourismus an: Eine Destinationsstrategie, inspiriert von morgen, die sich dynamisch an die Veränderungen der Zeit anpasst. Mit der Strategie 2030, einer starken neuen Marke und der neugestalteten Tourist Information geht Linz Tourismus gemeinsam mit der Stadt, ihren Bewohner*innen sowie den Gästen den nächsten Schritt und denkt Tourismus neu – als gesamtheitliches Konzept, das die gesamte Destination in all ihren Facetten involviert.

„In einer schnelllebigen Zeit, in der Themen wie Nachhaltigkeit und Digitalisierung immer mehr an Relevanz gewinnen, muss sich auch der Tourismus stetig weiterentwickeln. Um zukunftsfähig zu bleiben, braucht es Innovation, Mut und eine klare Vision. Mit der Destinationsstrategie 2030 setzen wir auf eine flexible, zukunftsorientierte Ausrichtung, die kontinuierlich evaluiert und an neue Herausforderungen angepasst wird. Dabei denken wir Tourismus ganzheitlich: Er umfasst nicht nur Gäste, sondern auch die lokale Bevölkerung, Kunst, Kultur, Wirtschaft und Institutionen. Um diesen Wandel sichtbar zu machen, präsentiert sich Linz Tourismus mit einer neuen, starken Marke. In der Tourist Information wird diese Identität spürbar – ein Ort, der Gäste und Bewohner*innen gleichermaßen einlädt, Linz als inspirierende, lebendige und zukunftsorientierte Stadt zu erleben“, freut sich Linz-Tourismus-Geschäftsführerin **Marie-Louise Schnurpfeil**.

Zukunftsbild „4020 in 2040“

Ein innovativer Bestandteil der Destinationsstrategie ist das Zukunftsbild „4020 in 2040“, das eine mögliche Vision für Linz skizziert. Zusammengesetzt aus der Linzer Postleitzahl 4020 und dem Jahr 2040, aus dem uns ein fiktives Tagebuch als Artefakt aus einer leuchtend gelben Zeitkapsel erreicht. Verfasst von der zukünftigen Bürgermeisterin, dient das Tagebuch als inspirierende Erzählform, um positive Zukunftsszenarien im Kopf zu gestalten. Statt dystopischer Perspektiven setzt Linz auf realistische, aber optimistische Visionen, die durch Innovation und Kooperation möglich werden. Dieses Zukunftsbild lädt dazu ein, Linz als dynamischen und zukunftsorientierten Lebens- und Arbeitsort aktiv mitzugestalten.



Das langfristige Zukunftsbild 2040 dient als Orientierungspunkt und Leitstern. Die Ziele, Handlungsfelder und Maßnahmen aus der Destinationsstrategie 2030 geben den Kompass in die Hand. Die Strategie ist kein starres Papier, dass Linz Tourismus die nächsten Jahrzehnte begleitet, sondern wird laufend evaluiert und an die Bedürfnisse der Stadt angepasst.

Strategische Handlungsfelder

Die Destinationsstrategie 2030 definiert fünf zentrale Handlungsfelder:

1. Nachhaltige Entwicklung

Linz setzt auf umweltfreundlichen Tourismus und die Reduktion des CO₂-Fußabdrucks. Ziele sind unter anderem:

- Umsetzung der Strategie „Klimaneutrale Industriestadt 2040“ in Kooperation mit der Stadt Linz
- Förderung nachhaltiger Mobilität und Zertifizierung der Destination mit dem Österreichischen Umweltzeichen bis 2030
- Bewusstseinsbildung und Integration nachhaltiger Maßnahmen im Tourismus

2. Digitalisierung und Innovation

Digitale Technologien optimieren das Reiseerlebnis und stärken das datengetriebene Destinationsmanagement:

- Verbesserung digitaler Services entlang der Customer Journey
- Bereitstellung von niederschwellig erhältlichen digitalen Infos für Gäste und Bewohner*innen
- Automatisierung von internen und Service-Prozessen

3. Erlebnis- und Aufenthaltsqualität

Die Attraktivität der Destination basiert auf hochwertigen, authentischen Erlebnissen:

- Förderung barrierefreier, mehrsprachiger und personalisierter Angebote
- Weiterentwicklung des Angebotes im Sinne der Markenwerte
- Stärkung nachhaltiger Mobilitätsangebote für Gäste

4. Netzwerk-Entwicklung

Linz Tourismus fungiert als zentrale Vernetzungsstelle für regionale, nationale und internationale Kooperationen:

- Förderung aller Partner*innen und Stakeholder durch Netzwerk-Events
- Entwicklung eines „Linz-Ambassadors“-Programms für stärkere Identifikation mit der Stadt
- Intensivierung der Zusammenarbeit mit touristischen Partner*innen



5. Resiliente Destination

Die Anpassungsfähigkeit an globale Herausforderungen wird durch vorausschauende Planung gestärkt:

- Krisenresilienz durch strategische Risikomanagement-Maßnahmen
- Weiterentwicklung der Destinationsstrategie in Zweijahreszyklen
- Diversifizierung der Zielgruppen und Besucher*innenströme

Aus den Fünf Zentralen Handlungsfelder ergeben sich unterschiedliche Zielsetzungen:

Ökologische Ziele: Förderung umweltfreundlicher Mobilität, Reduktion des CO₂-Fußabdrucks des Linz Tourismus und Zertifizierungen zur nachhaltigen Stadtentwicklung.

Ökonomische Ziele: Verlängerung der Aufenthaltsdauer, Positionierung als „Workation-Destination“, Förderung lokaler Produkte, datengetriebenes Destinationsmanagement und Stärkung der Wertschöpfung der Gäste.

Soziale Ziele: Förderung der Partizipation, Stärkung der kulturellen Identität, internationale Kooperationen und langfristige Strategieabsicherung.

Mit der Destinationsstrategie 2030 setzt Linz Tourismus auf eine zukunftsweisende, nachhaltige und resiliente Entwicklung. Die strategische Verknüpfung von Innovation, Digitalisierung und Nachhaltigkeit macht Linz zu einer international wettbewerbsfähigen Destination, die Gästen, Unternehmen und Bewohner*innen gleichermaßen Mehrwert bietet.

Ökosystem:Destination:Linz

Um die Handlungsfelder und Ziele der Strategie zu entwickeln wurde das Ökosystem:Destination:Linz geschaffen, das alle wesentlichen Akteur*innen der Stadt einbindet. Die enge Zusammenarbeit zwischen Kunst, Kultur, Wirtschaft, Bildung und Verwaltung schafft Synergien, fördert Innovationen und stärkt die Widerstandsfähigkeit gegenüber gesellschaftlichen Herausforderungen. Ein besonderes Augenmerk liegt auf nachhaltigen Lösungen für die Stadtentwicklung. Durch die Verknüpfung von Mobilität, Umwelt, Wirtschaft und Bildung entstehen langfristig tragfähige Konzepte, die nicht nur die Lebensqualität erhöhen, sondern auch die Widerstandsfähigkeit der Stadt gegenüber wirtschaftlichen und gesellschaftlichen Herausforderungen stärken.

„Die Entwicklung der Destinationsstrategie 2030 war ein inspirierender, gemeinschaftlicher Prozess – getragen von der Vielfalt und dem Engagement all jener, die Linz aktiv mitgestalten. Durch das Ökosystem:Destination:Linz ist es gelungen, Akteur*innen aus unterschiedlichsten Branchen und Lebensbereichen an einen Tisch zu bringen und gemeinsam Zukunftsvisionen zu entwickeln. Besonders freut mich die Offenheit, mit der sich alle Beteiligten eingebracht haben – sei es in Workshops, Bürger*innen-Beteiligungen oder strategischen Gremien. Ihr Input hat die Strategie nicht nur bereichert, sondern zu einem lebendigen Fundament gemacht, das Linz als lebenswerte, innovative und vernetzte Stadt



weiter voranbringt. Mein herzlicher Dank gilt allen, die diesen Weg mit uns gegangen sind – und auch in Zukunft mit uns gehen werden“, freut sich **Dieter Recknagl**, Aufsichtsratsvorsitzender von Linz Tourismus.

Von der Heißen Theke zur Strategie: Gemeinsame Erarbeitung bei neuen Formaten

Als das Ökosystem:Destination:Linz definiert war, wurden verschiedene Beteiligungsformate entwickelt und organisiert, in denen inhaltlich an einer Vision 4020 in 2040 und der Destinationsstrategie 2030 gearbeitet wurde:

- Visionboard
- Großgruppenworkshops
- Bürger*innenbeteiligungsformate: Enter_Tainer, heiße Theke und Lange Tafel
- Interviews
- Schüler*innen-Workshop
- Create your City
- Balanced Tourism

Der gesamte Strategieprozess wurde von **Pro Active** unter Federführung von **Patrick Rammerstorfer** und **Katharina Ehrenmüller** begleitet. Die **kest** Werbeagentur hat die Inhalte letztlich kreativ in Szene gesetzt. Die Formate zur Bürger*innen-Beteiligung hat **Kira Schinko** gemeinsam mit dem Linz Tourismus auf- und umgesetzt. Beim Projekt Balanced Tourism wurde gemeinsam mit **Florian Größwang** das Thema Nachhaltigkeit bearbeitet.

Zusätzlich wurde ein Entscheider*innen-Gremium sowie ein Advisory & Sounding-Board installiert, um Ideen und Feedback zu generieren.

Während der Erarbeitung war eine enge Abstimmung mit der Stadt Linz besonders wesentlich. „Wir zeigen Linz als Stadt der Transformation – authentisch, innovativ und offen. Eine Stadt, die inspiriert, überrascht und zum Mitgestalten einlädt. Die Strategie 2030 setzt auf einen ganzheitlichen Ansatz: Nachhaltigkeit bildet dabei den Grundpfeiler. Ein besonderer Fokus liegt auf einer hohen Erlebnis- und Aufenthaltsqualität. Digitalisierung und Innovation bieten Lösungen, die Gästen und Betrieben gleichermaßen zugutekommen sollen. Ich danke all den kreativen und organisierten Köpfen, Stakeholder*innen sowie Bürger*innen, die diese Strategie für Linz entwickeln“, sagt Linzer Bürgermeister **Dietmar Prammer**.

Astrid Steharnig-Staudinger, Geschäftsführerin der Österreich Werbung war beim Advisory-Board mit dabei und konnte ihre Expertise zur Destinationsstrategie einbringen: "Linz zeigt, wie die Zukunft des Tourismus gestaltet werden kann – nachhaltig, digital und innovativ. Die Strategie von Linz Tourismus geht mit den Kernwerten der Österreich Werbung Hand in Hand. Gemeinsam setzen wir neue Maßstäbe für ein zukunftsfähiges Tourismusland."



Eine Destinationsstrategie im Einklang

Die Destinationsstrategie orientiert sich an der richtungsweisenden Arbeit der Österreich Werbung sowie des Oberösterreich Tourismus und trägt im Umkehrschluss aktiv zu deren Weiterentwicklung bei. Dabei wurde bewusst die finale Landes-Tourismusstrategie als Grundlage herangezogen, um die Strategie von Linz als Landeshauptstadt darauf aufzubauen.

„Mit den Schwerpunkten Nachhaltigkeit, Innovation und Vernetzung sowie dem ganzheitlichen Ansatz stellt sich der Linz Tourismus mit seiner neuen Strategie 2030 zukunftsweisend auf. Auch in der oberösterreichischen Landes-Tourismusstrategie 2030 spielt der Städtetourismus eine wichtige Rolle, eine Reihe von Schwerpunkten in der Landesstrategie sind gerade auch für den Tourismus in der Landeshauptstadt Linz relevant“, hebt Wirtschafts- und Tourismus-Landesrat **Markus Achleitner** hervor.

Auch **Andreas Winkelhofer**, Geschäftsführer von Oberösterreich Tourismus, betont die gute Abstimmung mit der Landes-Tourismusstrategie hervor: „Die Tourismusstrategie Linz 2030 setzt konsequent auf nachhaltige Entwicklung, digitale Innovation und eine enge Vernetzung mit der Stadt und ihren Akteur*innen. Als zukunftsorientierte Destination schafft Linz ein inspirierendes Umfeld für Gäste und Bewohner*innen gleichermaßen – digital, innovativ und integriert. Ganz im Sinne der gemeinsamen Landes-Tourismusstrategie mit einer nutzenstiftenden Kooperation stärken wir die Zusammenarbeit und vermarkten Linz als Reiseziel nachhaltig lebenswert, resilient und zukunftsweisend weiter.“

Linz verändert sich weiter: Take a risk, visit Linz

Um die neue Destinationsstrategie auch nach außen zu transportieren, war ein neuer Markenauftritt von Linz Tourismus die logische Konsequenz. Gemeinsam mit der Werbeagentur **fredmansky** wurde der neue Claim „Take a risk, visit Linz“ entwickelt und die Marke des Linz Tourismus fortgeschrieben.

Seit dem Kulturhauptstadtjahr 2009 steht der Wandel im Mittelpunkt der Kommunikation von Linz Tourismus – begleitet vom Claim „Linz verändert“. Seit damals hat sich die Stadt stetig weiterentwickelt und ihren eigenen Charakter gestärkt. Kampagnen wie „Linz ist Linz“, „Planet Linz“ und „Der Prinz von Linz“ haben genau dieses Selbstbewusstsein unterstrichen – eine Stadt, die nicht nur wächst, sondern auch mit einer klaren Identität auftritt. Doch Veränderung bleibt ein fixer Bestandteil von Linz. Die Stadt hat heute mehr denn je einen Besuch verdient, auch wenn ihr volles Potenzial in der DACH-Region noch nicht überall bekannt ist. Deshalb bleibt Linz Tourismus seiner Linie treu: mutig, selbstbewusst und mit einer ordentlichen Portion Humor und Selbstironie „Take a risk – visit Linz“.

Mit dem neuen Claim geht es nicht nur darum, die Stadt zu besuchen, sondern sich auf eine andere Art des Reisens einzulassen. Der Claim ist gleichzeitig eine Einladung zum Entdecken — abseits der üblichen Pfade, abseits vom Massentourismus und einer



durchgetakteten Reise. Sich dem Zufall hingeben und nicht alles durchzuplanen, birgt natürlich auch ein Risiko. Ein Risiko mit Augenzwinkern, dass sich auszahlt. Ein Risiko einzugehen ist immer selbstbestimmt und hat damit zu tun, etwas zurückzulassen – Verhaltensweisen, Einstellungen, Erwartungen. Diese tauscht man gegen das Unbekannte, Ungewisse und Neue. Expect the Unexpected.

In einem ersten Schritt wird die neue Marke in der neuen Tourist Information, im Online-Bereich, den Printproduktionen und den Give-Aways sichtbar. Im Laufe des Jahres werden dazu Produkte und weitere Kampagnen folgen.

Erlebbar wird die neue Marke auch am 23. und 24. Mai 2025 beim Festival of Curiosity, das federführend vom Linz Tourismus gemeinsam mit dem Ministerium für Neugier & Zukunft veranstaltet wird. Das Festival richtet sich an alle, die in Linz leben, arbeiten oder studieren – von Unternehmer*innen über Studierende bis hin zu Kunst- und Kulturschaffenden. Und natürlich auch an jene, die Linz besuchen und bereisen. Gemeinsam mit den Akteur*innen des Ökosystem:Destination:Linz soll gezeigt werden, was Linz zu bieten hat: Spannende Einblicke, spielerische Wissensvermittlung und inspirierende Begegnungen. Das Ziel: Neugier wecken, Begeisterung schaffen und den Stolz auf Linz stärken!

Neueröffnung der Tourist Information

Mit der neuen Tourist Information wird die Marke von Linz Tourismus nicht nur sichtbar, sondern ebenso spürbar. Nach einer umfassenden Neugestaltung und Verdoppelung der Fläche bietet sie noch mehr Raum für Inspiration und Beratung. Neben persönlicher Betreuung steht nun auch eine digitale Beratung zur Verfügung, um Besucher*innen noch einfacher und interaktiver durch das vielfältige Angebot der Stadt zu führen. Die Erweiterung war ein notwendiger Schritt: Mit 1.130.375 Nächtigungen im Jahr 2024 verzeichnete die Destination Linz einen erneuten Rekord. Doch die Tourist Information richtet sich nicht nur an Gäste – auch die Linzer*innen selbst sind eingeladen, sich hier über Ausflugsziele, Veranstaltungen und das breite Freizeitangebot der Stadt zu informieren. Ein offener Ort für alle, die Linz entdecken wollen – egal ob zum ersten Mal oder immer wieder neu.

„Mit der neuen Tourist Info wollen wir auch bei der Bevölkerung punkten. Hier gibt es alle Infos zu den Kultur-, Event- und Freizeitangeboten der Stadt, ab nun auf doppelter Fläche und mit direktem Zugang vom Hauptplatz. Die Ermutigung „Take a risk, visit Linz“ gilt auch für die Bevölkerung, denn wer neugierig ist, dem bietet Linz immer neue Einblicke und bereichernde Entdeckungen. Also: Take a risk – visit the new Tourist Info!“, lädt Kultur- und Tourismusstadträtin **Doris Lang-Mayerhofer** ein, die eigene Stadt als Gast zu erleben.

Seit Dezember wurde die Tourist Information am Hauptplatz umgebaut. Die Service- und Beratungsstelle wurde in dieser Zeit in die Rathausgasse 2 verlegt, die mit der Neueröffnung künftig als Back-Office dient. Durch die gute Zusammenarbeit mit der Immobilien Linz GmbH der Stadt Linz und dem Bundesdenkmalamt konnte die Tourist Information an die aktuellen Erfordernisse angepasst werden und ist mit einem neuen Eingang direkt über den



Hauptplatz erreichbar. Die Tourist Information wurde vom Linzer Designstudio March Gut nach den Anforderungen von Linz Tourismus und der neuen Marke gestaltet und eingerichtet.

„Linz präsentiert sich im neuen Tourismusbüro als Stadt der Kontraste: Die industrielle Tradition als „Stahlstadt“ und die kreative Dynamik als UNESCO City of Media Arts verschmelzen hier zu einem modernen, einladenden Raumkonzept. Das Interior-Design von Studio MARCH GUT setzt auf eine klare Materialwahl: Stahl als prägendes Element wird mit innovativen Visualisierungen kombiniert. Mit dem neuen, offenen Eingang am Hauptplatz rückt das Tourismusbüro näher an Besucher*innen heran und lädt zum persönlichen Austausch ein“, erklärt **Marek Gut**, Geschäftsführer von March Gut.

Hereingetanz in die Tourist Information

Die Neueröffnung feiert Linz Tourismus am 22. März 2025 in der gesamten Linzer Innenstadt mit Tanzperformances und laden Passant*innen ein, die neue Tourist Information zu besuchen. Jeder Gast, der in die Tourist Information tanzt, erhält eine Überraschung. Um 16.00 Uhr steigt das große Finale am Hauptplatz mit verschiedenen Tanzgruppen mit Line-Dance, Modern und Waacking mit Sound vom DJ-Duo Caorli, wo gerne mitgetanzt werden kann! Mit Schnitzeljagden und Gewinnspielen in der Visit-Linz-App gibt es am 22. März ganz besondere Belohnungen.

Die Zukunft mitgestalten

Mit dem heutigen Tag startet ein Ideen-Wettbewerb mit dem Ziel Gäste für Nachhaltigkeit zu begeistern und ernstgemeinte Nachhaltigkeit in der Destination spürbar, erlebbar und angreifbar zu machen. Bis 18. April können dabei innovative Ideen eingereicht werden. Das Siegesprojekt wird dann am Festival of Curiosity von den Gewinner*innen vorgestellt und gemeinsam mit Linz Tourismus umgesetzt.

Mitmachen unter www.linztourismus.at/idee.

Weitere Infos:

www.takearisk.at, www.linztourismus.at/strategie2030

Pressekontakt Linz Tourismus

David Retzer, 0732/7070-2925, david.retzer@linztourismus.at