

Natur(t)raum Donau – vom Markenversprechen zum Markenerlebnis

Planung und Realisierung von Natur-Erlebnisräumen an der oberösterreichischen Donau
unter besonderer Berücksichtigung der Naturgegebenheiten

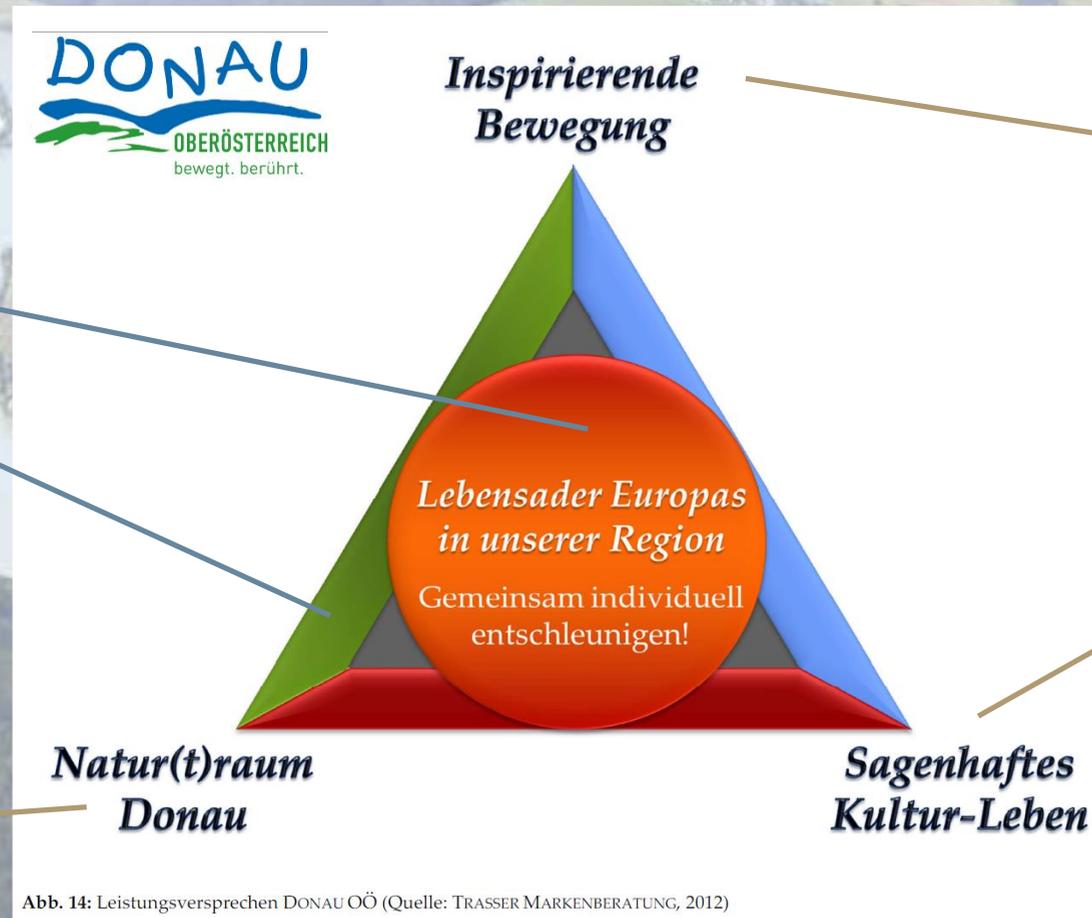
Präsentation – Donau im Dialog, 14. Dezember 2022
Mag. Manuela Wiesinger | Marcus Linford, MA MITHM



conos

Strategische Grundlagen des TVB Donau OÖ

Leistungsversprechen Marke Donau Oberösterreich (2012)



- Bewegungsurlaub, aber mit Komfort
- Perfektierte Dienstleistungskette
- Inspirierende Radreisen
- Meditative Produkte
- ...

- Donau als Mythos inszenieren
- Donauwege mit Geschichten aufladen
- Top-Sights und Top-Events etablieren
- Kultur-Angebote verknüpfen
- ...

Wer sind wir?

Was verkaufen wir?

- **Schlögener Schlinge** als Schlüsselbild der Region
- Zeigen traumhafter Momente in schönsten Donauabschnitten
- **Donaublick-Plätze** hervorheben
- **Berührung des Wassers** ermöglichen
- ...

Vision 2032 | Entwicklungs- und Wirkungsziele

Erarbeitete „Vision 2032“ | Entwicklungs- und Wirkungsziele
für den Lebensraum der Donau OÖ bis 2032

Vision 2032	Entwicklungs- und Wirkungsziele
Weiterentwicklung zu einer stärker aufenthaltstouristisch relevanten Region,	<ul style="list-style-type: none"> Steigerung der Aufenthaltsdauer (Verdichtung Produkte mit 3-4 Tagen) Steigerung der touristischen Wertschöpfung (auch für kleinere, privat geführte Betriebe)
durch die Entwicklung attraktiver möglichst nachhaltiger touristischer Angebote und Produkte	<ul style="list-style-type: none"> Konkrete Produktentwicklung (kauf- und buchbar und damit wertschöpfungsgenerierend)
im Einklang mit der Region bzw. auch für die Region entwickelt,	<ul style="list-style-type: none"> Berücksichtigung / Einbeziehung der regionalen Bevölkerung bzw. des Lebensraums Steigerung der positiven Tourismusgesinnung (z.B. durch Darstellung des Mehrwertes für die Region, etc.)
auf Grundlage der „Marke Donau OÖ“,	<ul style="list-style-type: none"> Berücksichtigung des Markenprofils
auf Basis der schützenswerten Natur- und Landschaftsräume – insbesondere des Wassers als USP des Tourismusverbandes –	<ul style="list-style-type: none"> Klar erkennbarer Fokus auf „Wasser“ in der Angebots- und Produktentwicklung (Donauzuflüsse, Seen, Donaufluss) sowie Natur (Wälder, Kraftplätze, Landschaften, Schutzzonen,...)
und unter Berücksichtigung bestehender und ggf. zu entwickelnder Mobilitäts- und Tourismus-Infrastruktur.	<ul style="list-style-type: none"> (stärkere) Vernetzung bestehender Angebote (Anstoß zur) Entwicklung neuer / ergänzender Lösungen

© Donau Oberösterreich

Mit 9 Chancen-Feldern vom Markenversprechen zum Markenerlebnis

1) Entwicklung emotionaler **Wasserberührungen**

2) Entwicklung erlebnisreicher **Naturberührungen**

3) Festigung der Position als „vitalste **(E-)Bike Region Europas**“

4) Entwicklung **saisonverlängernder, naturnaher** Tourismusformen

5) Weiterentwicklung der **(Natur-)Kulinarik**

6) Entwicklung zu einer der führenden öö. Destinationen im Segment „**Nature Lodging**“

7) Weiterer Ausbau **nachhaltiger Mobilitätslösungen**

8) Weiterentwicklung des **(Natur-) Marketings**

9) **Ergänzungs-Maßnahmen**

SPOTLIGHTS

1) Entwicklung
emotionaler
Wasserberührungen

Beobachtungs-
und
Erlebnisplätze

Wasser-
querungen
kommuni-
zieren

Attraktivierung
Waterfronts

Naturnahe
Wassersport-
Angebote

Wasser-
zugänge
schaffen

SPOTLIGHTS

2) Entwicklung
erlebnisreicher
Naturberührungen

Natur-
beobachtungs-
plätze schaffen

Teaser-Angebote
für nahegelegene
Naturhighlights

Fun-Mobilität

Thematische
Wander- und
Spazierwege

SPOTLIGHTS

3) Festigung der
Position als „vitalste
(E-)Bike Region
Europas“

Vernetzung
kommunaler und
touristischer Rad-
Projekten

Themenschwer-
punkte bei
einzelnen
Radwegen

Entwicklung von
Skills mittels
Kursangeboten

Aktualisierung
und Weiter-
Entwicklung
MTB-Netzwerk

Kompetenz-
Aufbau „Rad“ bei
Leistungs-
trägern

Ausbau (E-)Bike-
Services

Aktualisierung
Radwege-
Netzwerk

SPOTLIGHTS

4) Entwicklung
saisonverlängernder,
naturnaher
Tourismusformen

Zielgruppen-
orientierte
Saison-
verlängerung

Angebots-
Schwerpunkt:
gastronomischer
Donau-März

Think Tank für
saison-
verlängernde
Projekte

Selektion und
Kommunikation
relevanter Natur-
Angebote

Kulturangebote
stärker für
Produkt-
entwicklung
nutzen

SPOTLIGHTS

5) Weiterentwicklung
der (Natur-)Kulinarik

Aus- und Weiter-
bildung der
Kulinarik-Anbieter

Alternative
Kulinarik-
angebote
ausbauen

Relaunch
Initiative
„Kostbarkeiten
und
Köstlichkeiten“

Bild: Verkauf Gemüsebauer Schiefersteiner Eferding © WGD Donau Oberoesterreich Tourismus GmbH, CM Visuals

SPOTLIGHTS

6) Entwicklung zu einer der führenden öö. Destinationen im Segment „Nature Lodging“

Profilaufbau und -schärfung bei Beherbergungsbetrieben

Strategische Entwicklung Nature Lodging / Camping

(Weiter-) Entwicklung von nachhaltigen Hotel-Angeboten

SPOTLIGHTS

7) Weiterer Ausbau nachhaltiger Mobilitätslösungen

Nachhaltige Weiterentwicklung Kreuzschiffahrtstourismus

Ausbau Rad als Mobilitätstool im Urlaub

Lobbying aus touristischer Sicht

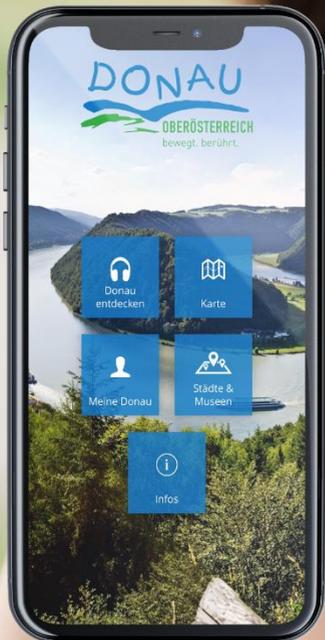
Ausbau wassergebundener Transport-services

Kommunikative Aufbereitung Mobilitätsangebote

„Last Mile“ (Taxi-Systeme)

SPOTLIGHTS

8) Weiterentwicklung
des (Natur-)
Marketings



Tourismus-Info
2.0 ausbauen

Laufende
Attraktivierung
Daten- und
Content-
Aufbereitung

Neujustierung
marketing-
strategischer
Weichen-
stellungen

Mobile first

SPOTLIGHTS

9) Ergänzungs- Maßnahmen

Laufende, überregionale Vernetzung und Förderung donauweiter Projekte

Förderung der Attraktivität der Tourismusregion für Arbeitskräfte

Unterstützung positive Tourismusgesinnung

Laufende, interne Vernetzung aller Akteure

lfd. betriebliche Qualifizierung und Weiterentwicklung

Planung der Projektumsetzung

Unser regionales und überregionales Umsetzer-Netzwerk für über 40 Detail-Maßnahmen entlang der definierten Chancenfelder für den „Natur(t)raum Donau“



Planung der Projektumsetzung

Umsetzungsplanung zu den hinterlegten, 40 Detail-Maßnahmen

- Ausgewählte Maßnahmen befinden sich 2022 **bereits in der Planungs- und Vorbereitungs-Phase** oder sind **konkret in Umsetzung**.
- Daneben soll eine langfristige Akkordierung der Maßnahmen und **Umsetzungsprioritäten** mit der **zukünftigen OÖ. Landes-Tourismusstrategie erfolgen** (erwartete Fertigstellung: Ende 2023).
- Diese bildet auch die Grundlage für die **Neuentwicklung** des darauf aufbauenden, zukünftigen **Tourismuskonzeptes** des Tourismusverband Donau Oberösterreich (Entwicklung ab Anfang 2024).

2022:
formaler
Projektabschluss
„Natur-Erlebnisräume
an der oö. Donau“



2023:
Erarbeitung und
Verabschiedung neuen
OÖ Landes-
Tourismusstrategie



2024:
Entwicklung neues
Tourismuskonzept TVB
Donau OÖ aufbauend
auf Landes-Strategie

Auf geht's!

...gemeinsam den „Natur(t)raum Donau“
durch naturtouristische Angebote erlebbar machen!



Bild: Radfahrer an der Schlögener Schlinge Haibach © WGD Donau Oberösterreich Tourismus GmbH, CM Visuals

Für Rückfragen stehen wir gerne zur Verfügung:

Marcus Linford, MA MITHM – m.linford@conos.at

Mag. Manuela Wiesinger – m.wiesinger@conos.at

conos gmbh

Hietzinger Hauptstraße 45 / 2
1130 Wien

www.conos.at
wien@conos.at

Tel.: 01 / 306 06 06 Fax: DW 10



© 2022 conos gmbh. Alle Rechte vorbehalten. Es gelten die allgemeinen Geschäftsbedingungen der conos gmbh (im Detail auf www.conos.at)