

# Natur(t)raum Donau – vom Markenversprechen zum Markenerlebnis

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

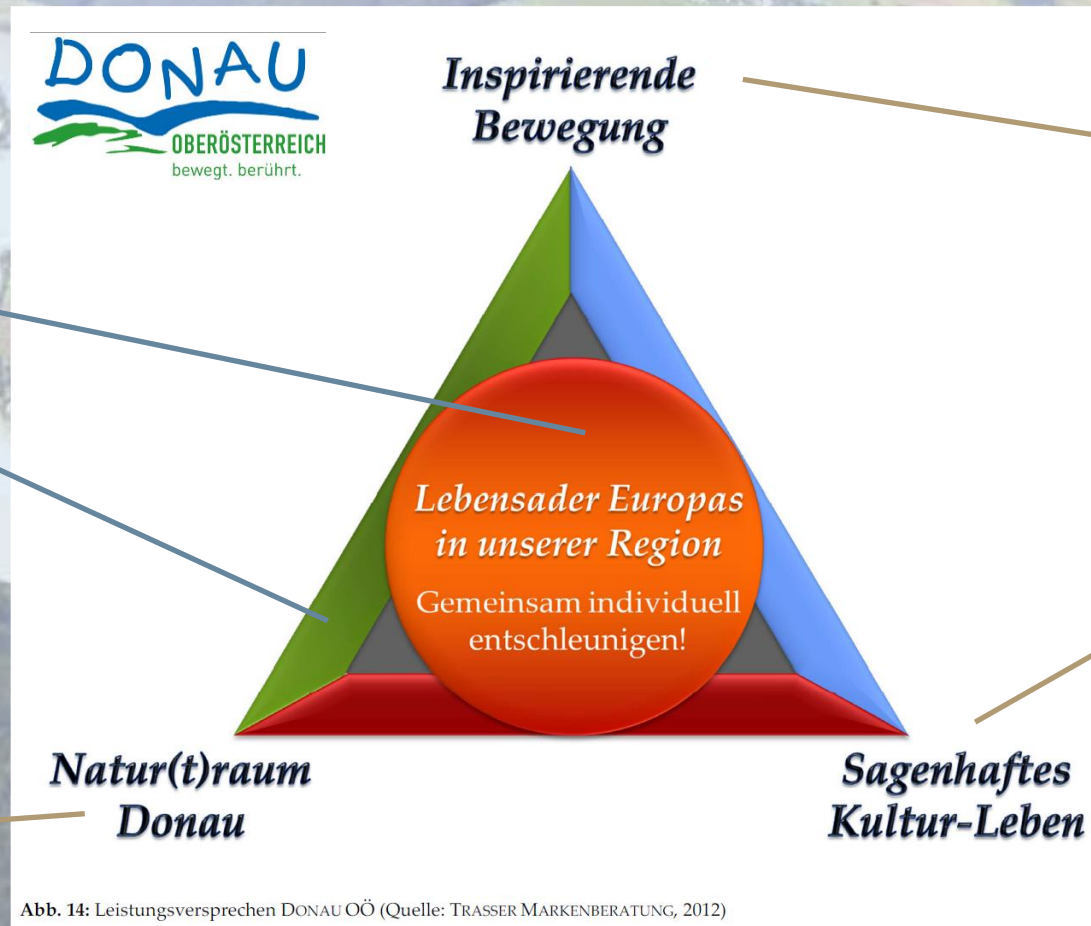
Präsentation – Donau im Dialog, 14. Dezember 2022  
Mag. Manuela Wiesinger | Marcus Linford, MA MITHM



conos

# Strategische Grundlagen des TVB Donau OÖ

Leistungsversprechen Marke Donau Oberösterreich (2012)



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

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
- ...

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

Abb. 14: Leistungsversprechen DONAU OÖ (Quelle: TRASSER MARKENBERATUNG, 2012)

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

© 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

Themenschwerpunkte bei einzelnen Radwegen

Entwicklung von Skills mittels Kursangeboten

Aktualisierung und Weiterentwicklung MTB-Netzwerk

Kompetenz-Aufbau „Rad“ bei Leistungsträgern

Ausbau (E-)Bike-Services

Aktualisierung Radwegenetzwerk

# 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

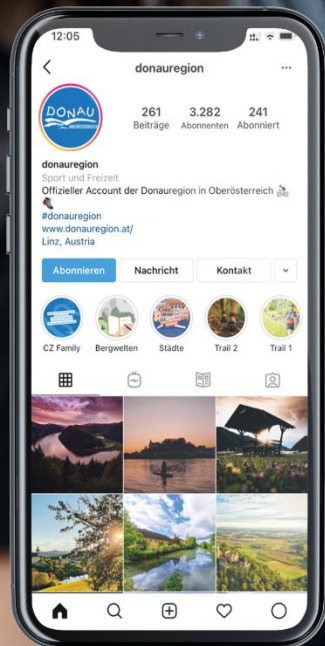
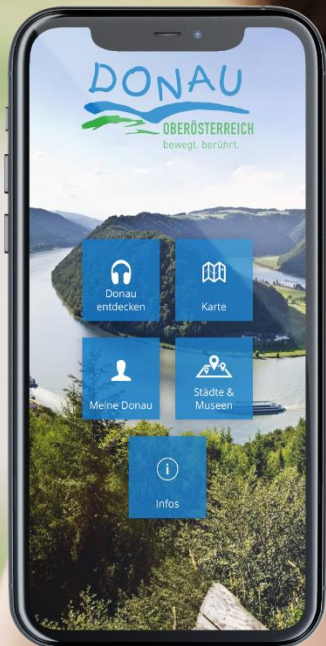
Ausbau wassergebundener Transportservices

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

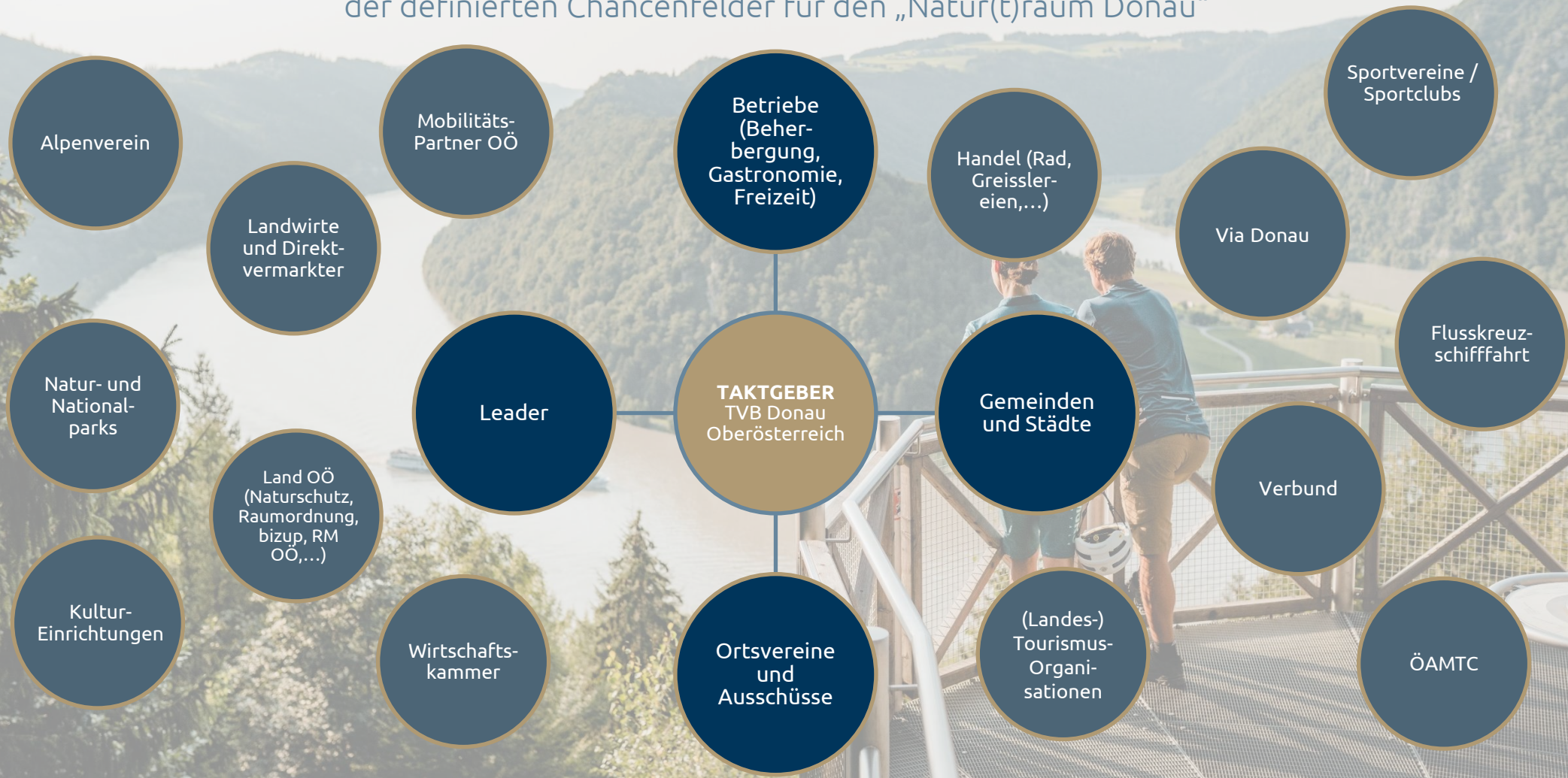
Unterstützung positive Tourismusgesinnung

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](mailto:m.linford@conos.at)

**Mag. Manuela Wiesinger** – [m.wiesinger@conos.at](mailto:m.wiesinger@conos.at)

## **conos gmbh**

Hietzinger Hauptstraße 45 / 2  
1130 Wien

[www.conos.at](http://www.conos.at)  
[wien@conos.at](mailto: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](http://www.conos.at))