

31.01.2012 - 12:56 Uhr

Touristische Innovationen werden sichtbar - BILD



Neun Tourismusprojekte bringen Oberösterreich zum Strahlen

Linz (ots) - Mit dem "Kursbuch Tourismus Oberösterreich 2011 bis 2016" wurden die Rahmenbedingungen für die strategische Positionierung des Tourismuslandes Oberösterreich neu geregelt. Damit wurden die Weichen für eine professionelle Markenführung ebenso wie für die Weiterentwicklung und Vermarktung des touristischen Angebotes im Sinne von "Leuchtturm"-Produkten gestellt.

"Der Gast soll diese oberösterreichischen Qualitätsprodukte als besonders beeindruckende touristische Angebote wahrnehmen und authentisch erleben. Als "Leuchttürme" werden sie in der tourismus-internen Arbeit bezeichnet, um hier einen Wettbewerb unter den Besten auszulösen." erklärt Wirtschafts- und Tourismuslandesrat Viktor Sigl. Sie erfüllen deshalb klar nachvollziehbare Kriterien, die von einem Beirat bestehend aus den Kursbuch-Partnern Land OÖ, WKÖ und OÖ. Tourismus erarbeitet wurden. Im Vordergrund steht die eindeutige Positionierung aus Kundensicht, die überregionale Ausstrahlung und somit die Wettbewerbsfähigkeit, der Bezug zu regionalen Besonderheiten sowie eine Vernetzung im Sinne einer vollständigen Dienstleistungskette. Zudem transportieren die "Leuchttürme" die Oberösterreich-Werte, wecken durch ihre Ausstrahlung beim Gast eine besondere Begehrlichkeit und sind damit maßgeblich für die touristische Wertschöpfung im Land. Nach der umfangreichen Evaluierung wurden vom Beirat nun die ersten neun "Leuchtturmprojekte" konkretisiert:

Culinary Art Festival - Hotspots

Die "hotspots Linz" ist mit derzeit 52 Mitgliedsbetrieben und eigenen, hohen Qualitätskriterien der größte Zusammenschluss von Gastronomen und Hoteliers in einer österreichischen Stadt. Das Leitprojekt der Kooperation ist das Culinary Art Festival, das in dieser Form europaweit einzigartig ist und für die Zielgruppe einen ganz besonderen Event bietet, der von hoher Qualität zeugt. Regionale, saisonale Lebensmittel werden in den hotspots-Betrieben zu hochwertigen Produkten aufbereitet (Genussland-Wochen). Gleichzeitig wird durch die Vernetzung mit Kulturangeboten in Linz ein interessantes Angebot geschaffen.

Donauradweg

Der Donauradweg (Passau-Wien) ist in der Zielgruppe der Radfahrer, vor allem der gemütlichen Tourenfahrer, klar positioniert und bestens bekannt. Er gilt als der Weit-Radwanderweg für Einsteiger, hat aber gleichzeitig zahlreiche Wiederbesucher. Mit 437.000 Radfahrern und 72 Millionen Euro Wertschöpfung zählt er zu den wertschöpfungsintensivsten und touristisch erfolgreich vermarkteten Produkten. Studien (wie die ADFC Radreiseanalyse) bestätigen dem Donauradweg zudem seine herausragende Position als Europas Radweg Nr. 1. Traditionelle Großveranstaltungen, wie Rad Total im Donautal zum jährlichen Saisonstart, unterstützen die Bekanntheit und tragen zur Ausstrahlung des Donauradweges bei.

Donausteig

Der Donausteig von Passau bis St. Nikola ist durch die Neuinszenierung ein Vorzeigeprojekt im Segment der Weitwanderwege geworden. Die Qualifizierung und Weiterentwicklung hat die Bedürfnisse der Wanderer genau unter die Lupe genommen und dann perfekt berücksichtigt: Orientierungssicherheit, Rastplätze, Versorgung, Beherbergung, Wegverlauf sind sehr gut umgesetzt. In der Kooperation wirken 47 Gemeinden an 450 km (nördlich und südlich der Donau) Etappenlänge mit, 130 Start- und Panoramaplätze und 4.000 Wegweiser leiten durch unterschiedliche Kulturlandschaften in denen 64 Donausteigwirte perfekte Wander-Gastgeber sind.

Freesportsarena Krippenstein

Die Freesportsarena Krippenstein ist in der internationalen Freeride-Szene klar positioniert. Dies wird am Marktauftritt (Bildsprache, PR-Aktionen, Medien) und am Angebot entlang der Dienstleistungskette (Ausrüstungsverleih, Guiding, Angebote) eindeutig sichtbar. Der Krippenstein wird von internationalen Magazinen (Beispiel Planet Snow, Skigebietstest) jährlich zu einem der europäischen Top-Spots für Freerider gewählt. Für die Zielgruppe wurde das Angebot im Netzwerk mit den Partnern (Skiverleih, Guiding, Outdooranbieter, Gastronomie) perfekt aufbereitet.

Heiraten im Mondseeland

Der Verein "Heiraten am Mondseeland" hat durch die gesamte Vernetzung der Dienstleistungskette ein Produkt geschaffen, das am deutschsprachigen Markt klar profiliert und positioniert ist. Seit Gründung des Vereines und der speziell angebotenen Produkte konnte die Anzahl der Hochzeitsfeiern verdoppelt werden. Besonderheiten werden bei der Inszenierung geboten, da regionaltypische Plätze zu Heiratslocations werden.

KultiWirte

Die KultiWirte sind ein Verein von 91 Wirten in ganz Oberösterreich, die gemeinsam die "offizielle OÖ. Wirtshauskultur des Landes" repräsentieren. Die KultiWirte verstehen sich als kulinarisches Ausflugsziel und haben daher die Zielgruppe Ausflügler und Gäste aus der näheren Umgebung im Visier. Die eher klein strukturierten Betriebe nutzen den Weg der Kooperation, damit gemeinsame Entwicklungs- und Marketingmaßnahmen leistbar, das Netzwerken erleichtert und die Wertschöpfung gesteigert wird. Der Gast bekommt Oberösterreich mit allen Sinnen vermittelt - die KultiWirte leisten einen wesentlichen Beitrag zur regional-typischen Kulinarik.

Mountainbikezentrum Salzkammergut

"BERGlandschaft - SEElengenuss - BIKEvergnügen" lautet der Slogan, unter dem sich das Salzkammergut als Mountainbikedestination vermarktet. Die landschaftliche Besonderheit "Berge und Seen" lässt sich in großer Vielzahl auf engstem Raum genießen. Dadurch unterscheidet sich das Mountainbikezentrum Salzkammergut von anderen profilierten Bikedestinationen und positioniert sich eindrucksvoll unter den Top-Bikedestinationen in Österreich. Das eindeutige Bekenntnis zum "Bikegenuss" wird in der Kommunikation stets mittransportiert. Ziel des MTB Zentrums ist es, dem "Genussbiker" ein vollständiges Produkt rund um den Bike-Urlaub zu bieten. Dieses wird durch die professionell vernetzte Dienstleistungskette (mehr als 20 Leistungsträger von Beherbergungs- und Gastronomiebetrieben, über Hütten, Taxis oder dem Sporthandel bis hin zu Tourismusverbänden und Reisebüros) bestätigt. Die Dachsteinrunde als herausragendes Produkt und die Salzkammergut Trophy als größtes Bike Event in Österreich tragen wesentlich zur Profilierung bei.

Vertriebsplattform Business Touristik Wels

Die Business Touristik Wels bietet ein einzigartiges Vertriebstool der Verfügbarkeitsabfrage innerhalb der Hotels und Veranstaltungs-Locations in Wels. Dies gewährleistet dem Kunden schnellstmöglichen Service aus einer Hand. Durch die vermehrte Akquise von Kongressen und Firmentagungen wird die touristische Wertschöpfung in der Stadt Wels sowohl bei den touristischen Anbietern als auch beim Handel erhöht. Die Zielgruppe wird mit dieser Vertriebsplattform perfekt bedient und Kunden der Stadt Wels in der Organisation von Tagungen und Kongressen bestmöglich unterstützt.

Wanderreiten Pferdereich Mühlviertler Alm

Das Pferdereich Mühlviertler Alm hat es in einer sehr differenzierten Reiterwelt in den letzten 15 Jahren geschafft, sich als Wanderreitdestination in Österreich und über die Grenzen hinaus zu profilieren und zu positionieren. Die Erfolgsfaktoren sind das für Wanderreiter ausgezeichnete und optimale Reitwegenetz, die spezialisierten Betriebe und die daraus entwickelte Dienstleistungskette mit Pferderasten, Verleihpferde, Wanderreitführer, Hufschmied und Tierärzten. Durch die konsequente Kommunikation und Implementierung des Themas Wanderreiten ist das Pferdereich mit seinen Akteuren ein fixer Bestandteil der Wanderreitszene und in den Reiterkreisen bekannt.

"Diese ersten neun Projekte stehen im Fokus unserer touristischen Marketingarbeit, um Gäste für unser Bundesland zu begeistern. Die Projektverantwortlichen werden zudem mit Maßnahmen zur Weiterentwicklung, insbesondere der Servicequalität, unterstützt." erklärt Mag. Karl Pramendorfer, Vorstand des OÖ. Tourismus.

"Wir unterstützen die Idee, mit Leuchttürmen das touristische Angebot in Oberösterreich besonders darzustellen. Dies spornt den Wettbewerb an, führt zu vergrößerter Aufmerksamkeit bei den potentiellen Gästen und belebt so die Tourismuswirtschaft" sagt Spartenobmann KommR Robert Seeber von der Wirtschaftskammer Oberösterreich.

Überbetriebliche Initiativen haben ab sofort die Möglichkeit, sich als Leuchtturm-Projekt zu bewerben und damit in den Reigen der außergewöhnlichen Innovationen, die im Oberösterreich-Schaufenster stehen, aufgenommen zu werden. Details zur Bewerbung unter <http://www.oberoesterreich-tourismus.at>.

Bild(er) zu dieser Aussendung finden Sie im AOM / Originalbild-Service sowie im OTS-Bildarchiv unter <http://bild.ots.at>

Rückfragehinweis: Elisabeth Kierner, MSc Unternehmenskommunikation Oberösterreich Tourismus Freistädter Straße 119 A-4041 Linz Tel.: +43 (0)732 7277-123 Fax: +43 (0)732 (0)7277-9123 Mobil: +43 (0)664 30 30 444 elisabeth.kierner@lto.at B2B: <http://www.oberoesterreich-tourismus.at> B2C: <http://www.oberoesterreich.at>

Digitale Pressemappe: <http://www.ots.at/pressemappe/3952/aom>

*** TP-ORIGINALTEXT PRESSEAUSSENDUNG UNTER AUSSCHLIESSLICHER INHALTLICHER VERANTWORTUNG DES AUSSENDERS - WWW.TOURISMUSPRESSE.AT ***

TPT0009 2012-01-31/11:52

Medieninhalte



Der Donauradweg ist eins von neun innovativen Tourismusprojekten in Oberösterreich, die kuenftig im Fokus der Tourismuswerber stehen. / Weiterer Text ueber ots und auf <http://www.presseportal.ch>. Die Verwendung dieses Bildes ist fuer redaktionelle Zwecke honorarfrei. Veroeffentlichung unter Quellenangabe: "obs/Oberoesterreich Tourismus".

Diese Meldung kann unter <https://www.presseportal.ch/de/pm/100012529/100712211> abgerufen werden.