



LAND

OBERÖSTERREICH

# KURSBUCH TOURISMUS OBERÖSTERREICH 2011 – 2016

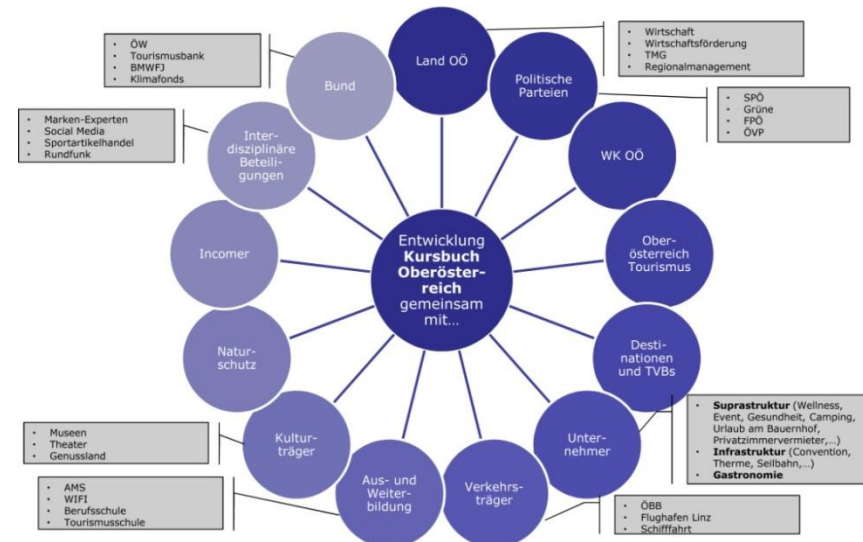


**WKO**  
WIRTSCHAFTSKAMMER OBERÖSTERREICH

- 2,3 Millionen Ankünfte
- 6,7 Millionen Nächtigungen
- 3 Milliarden Euro Wertschöpfung
- Arbeit und Lebensqualität für alle OberösterreicherInnen

**➔ Das Kursbuch Tourismus Oberösterreich 2011 – 2016 ermöglicht eine klare Positionierung für eine positive Weiterentwicklung der Tourismuswirtschaft in Oberösterreich**

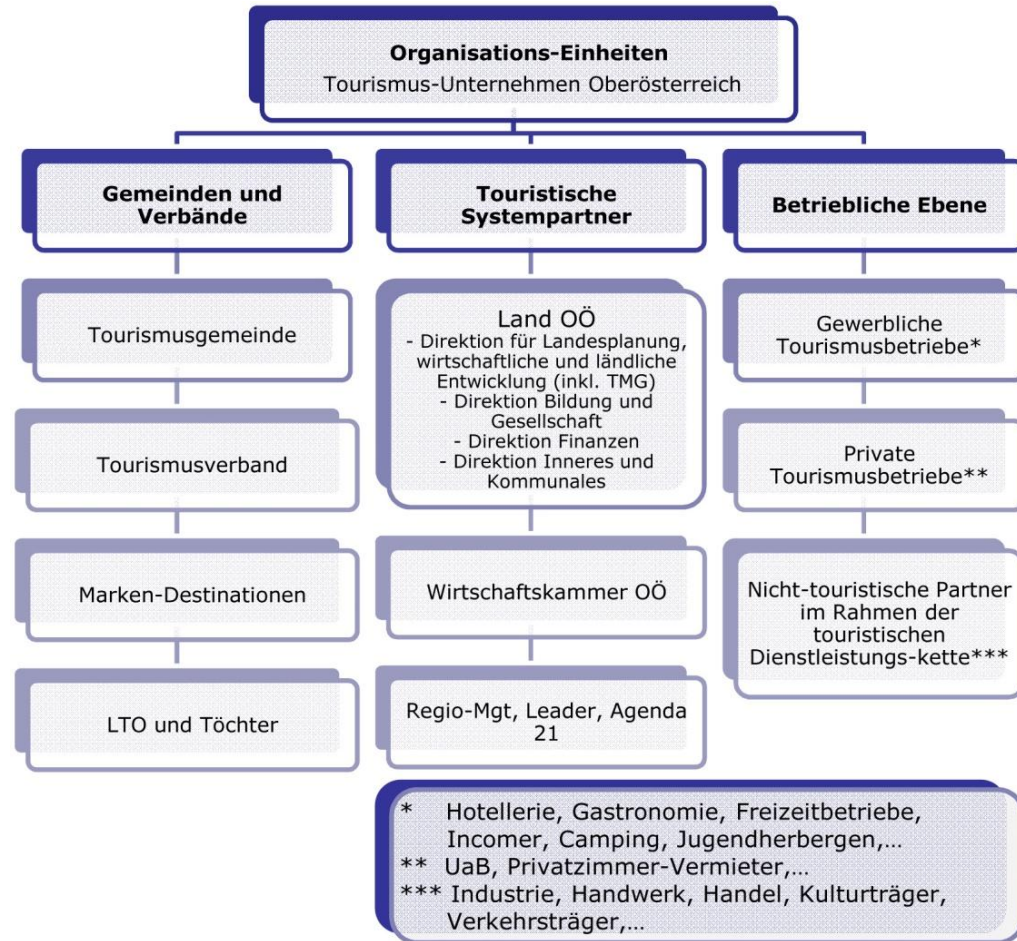
- Sowohl **marketingstrategische Grundsätze** als auch Oberösterreich-Strategie zu **legistischen Rahmenbedingungen, Förderpolitik und Aufgabenteilung**
- Entwicklung und Umsetzung von Land, Wirtschaftskammer und Landes-Tourismusorganisation getragen
- **Breite Einbindung aller Systempartner** (Bsp. Tourismusverbände, Betriebe)
- Integration der **bundesweiten Strategie** „Neue Wege im Tourismus“



➔ **Oberösterreich ist Vorreiter**

Neue Form der

- partnerschaftlichen
- auf klaren Regeln aufbauenden
- vertrauensvollen
- professionellen
- verbindlichen **Zusammenarbeit** für die gesamte Branche



➔ **Kultur des Miteinander wird im Tourismus-Unternehmen Oberösterreich gelebt**

- Bekenntnis zu **Qualitätstourismus** (Nächtigungs- und Ausflugs-tourismus, Wertschöpfung)
- Fundierte tourismus-fachliche **Aus- und Weiterbildung**
- **Innovation** und Flexibilität im **Marketing und Vertrieb** (Online)
- Vernetzung der Themen zu begehrten **Produkt-Welten** und Markenprodukten
- Unverwechselbare und geprüfte **Qualitätsprodukte (Leuchttürme)** werden in die Auslage gestellt und erzeugen Sog-Wirkung für das gesamte Qualitätsangebot Oberösterreichs

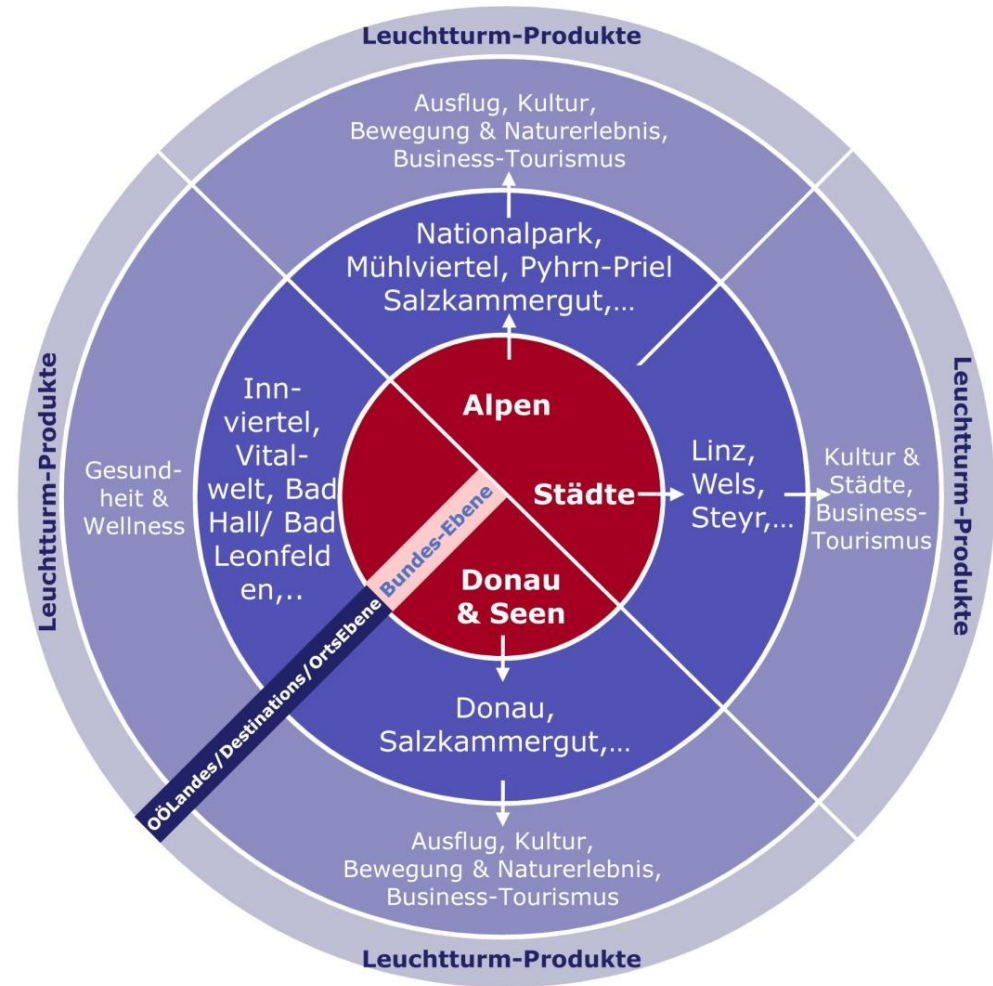


## Oberösterreich profitiert von der gemeinsamen Umsetzung des Kursbuches



- Kursbuch als Drehbuch für eine **offensive Innovationsorientierung**
- Ganzheitliche, konsequente **Umsetzung durch alle Systempartner** und begleitende **Steuerungsmechanismen**
- **Vernetzung** (Bsp. Tourismusstrategie des Bundes, auf Organisationsebene, Produkt- und Vertriebsvernetzung, Wissenstransfer innerhalb der Branche)
- **Wertecode** wirkt nach innen und außen:  
dynamisch-innovativ, design-orientiert, selbstbewusst, heimatverbunden, entschleunigt, traditionsreich, authentisch, polarisierend, kulturell-musikalisch, ökologisch-nachhaltig wasserreich

Dank seiner vielfältigen Landschaftsräume kann Oberösterreich die **Alleinstellungsmerkmale** laut Tourismusstrategie des Bundes „**Alpen, Städte, Donau und Seen**“ aufgreifen und **darüber die für Oberösterreich typischen Themen transportieren**. Am Markt werden die Themen im Sinne von „**Produkt-Marken**“ über **ausgewählte Leuchtturm-Produkte** kommuniziert.



- Markenstrategie (Destinations- und Produktmarken)
- Zielmärkte
- Kommunikation und Vertrieb
- Wissensmanagement
- Professionalisierung
- Organisation und Rahmenbedingungen

## Markenstrategie

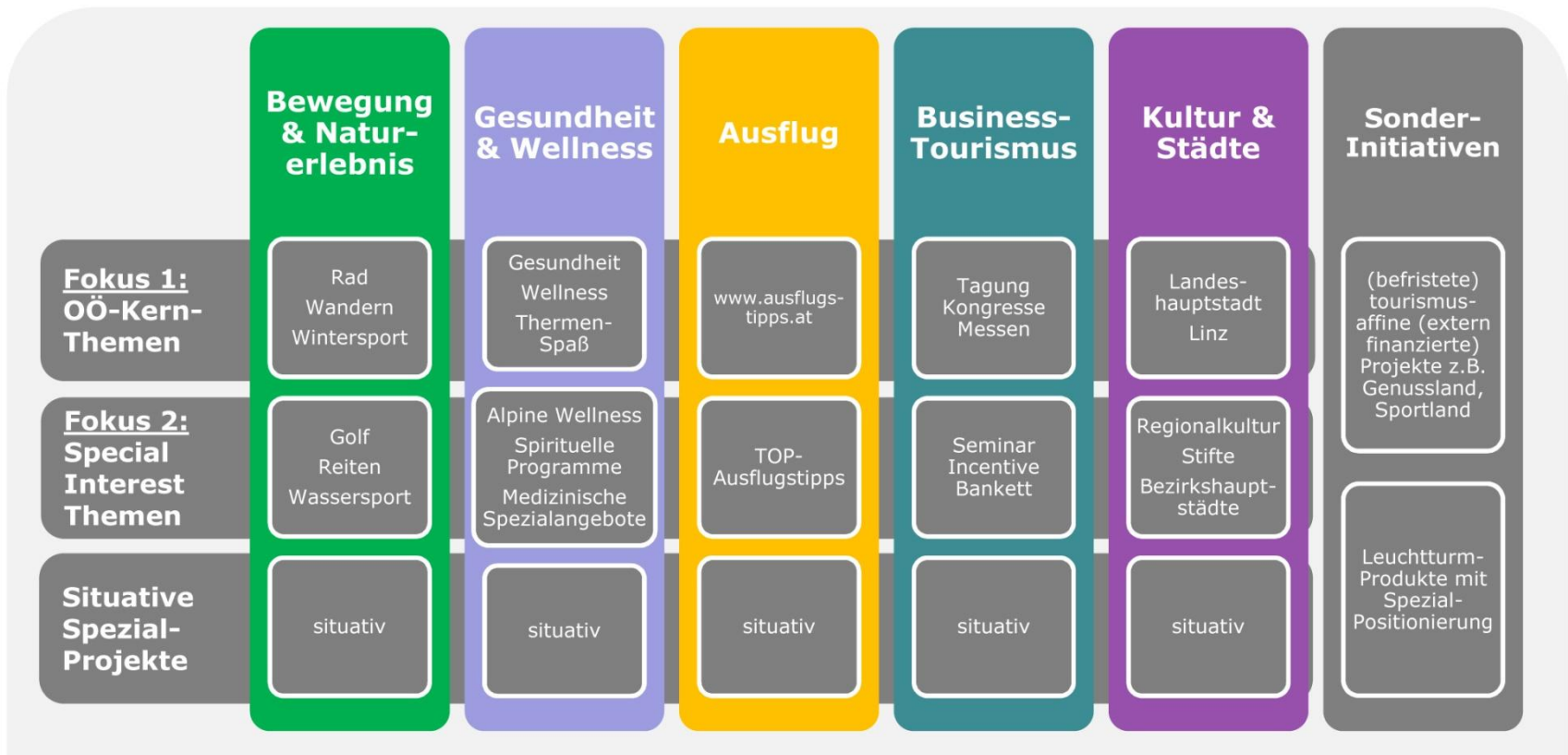
- (Inter)national bekannte **Marken-Destinationen** und **Regionsnamen**
- Tourismusthemen werden zu spannenden **Produktmarken**
- ➔ **Leuchttürme:**  
**Qualitätsprodukte werden in die Auslage gestellt**
- **Marke „Oberösterreich“** als Orientierungsmarke („endorsed brand“-Strategie)



## Produktmarken-Strategie

- Themen werden zu **Motivbündel** verknüpft und über **Leuchtturm-Produkte** vertrieben

### OBERÖSTERREICHS „PRODUKTMARKEN-SPIELFELD“ ZUM „LOG IN“ FÜR ALLE SYSTEMPARTNER



## Zielfmärkte

- **Fokus: Nahmarkt**  
Österreich, Deutschland, Tschechien
- **Oberösterreich ist attraktive Kurzreisedestination**
- **Internationalisierung:** für Themen/Destinationen interessante Spot-Märkte nur in Kooperation mit Partnern (Bsp. ÖW) und Bündelung der Marketingbudgets



## Kommunikation und Vertrieb

- Schwerpunkt **ONLINE**
- Klassische Offline-Kommunikation (Bsp. Broschüren, Messen)  
= Basisinformation
- Fokus **Verkaufsförderung**  
und **Vertrieb**



## Wissensmanagement

- **Wissen teilen**  
= Vertrauen  
= Nutzen für alle
- **Interaktive Plattform**
- **Netzwerk der Tourismuspartner**  
und Integration branchennaher  
Organisationen und Betriebe  
stärkt das Tourismusbewusstsein



## Professionalisierung

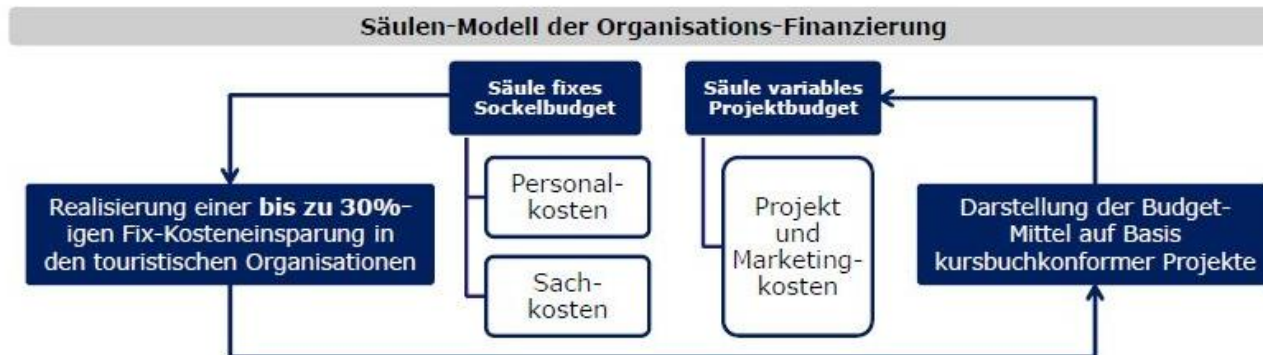
- Betriebliche **Aus- und Weiterbildung**
- Individuelle, **bedarfsorientierte Unterstützungsleistungen** für Betriebe



## Organisation und Rahmenbedingungen

- **Aufgabenteilung:** Kernaufgaben für einzelne Systempartner sind klar definiert und tragen zur Erfüllung der Kursbuchziele bei.

Voraussetzung: Wandel von der Struktur- zur Projektfinanzierung



*Wirtschaftskammer OÖ, OÖ. Tourismus und „Destinations- und Produktmarken“ definieren gemeinsam ein Metaziel und tragen in ihren eigenen Wirkungsbereichen durch entsprechende Projekte und Maßnahmen zu deren Zielerreichung bei.*

## Organisation und Rahmenbedingungen

- **Förderpolitik:** Synchronisierung mit Bundesförderung (ÖHT) und Erweiterung um OÖ-spezifische Aspekte

Bundes-Strategie

„**Neue Wege im Tourismus**“

Implikationen auf und Änderung der **Bundes-Förderrichtlinien** auf Ebene der Tourismusbank

**Synchronisation** der oberösterreichischen Tourismus-Förderrichtlinien mit dem Bundes-Entwurf

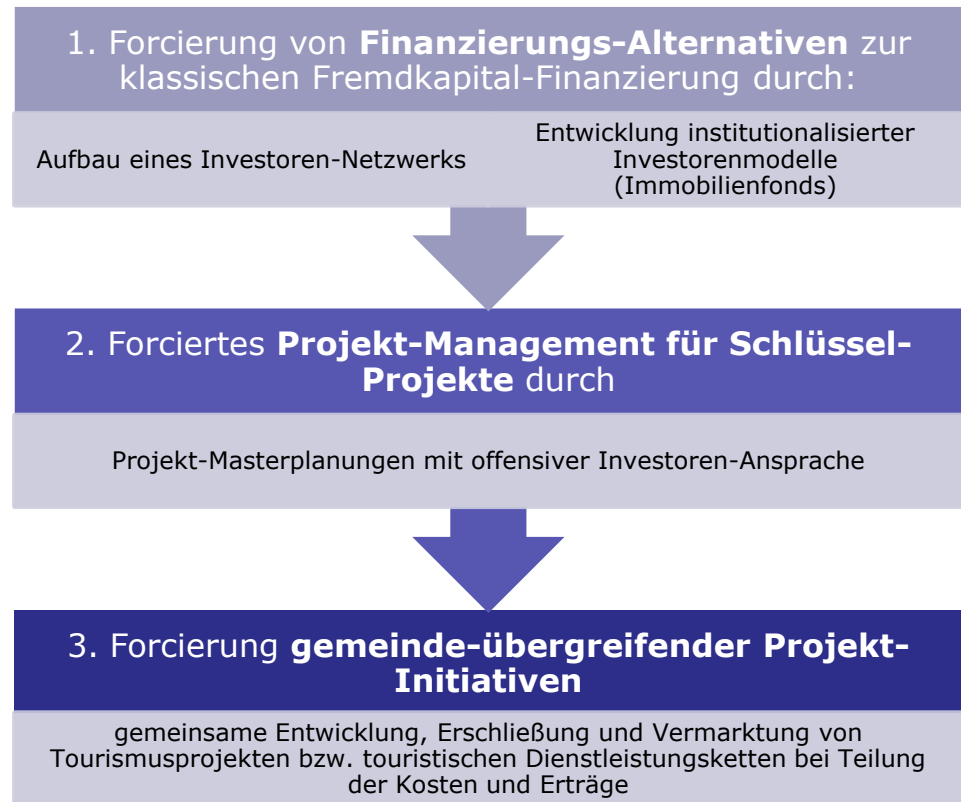
**Ergänzung** auf Landes-Ebene um **standort-spezifische Aspekte** und Bündelung des Instrumentariums

- ➔ **Maximale Kooperation mit dem Bund („Mittelbündelung“)**
- ➔ **Förderschwerpunkt „Kursbuch-Konformität“**

## Organisation und Rahmenbedingungen

- **Standortpolitik:** Finanzierungsalternativen und proaktive Entwicklungsstrategie für Schlüsselprojekte

### ➔ „Offensive“ Standortpolitik



## Organisation und Rahmenbedingungen

- **Tourismusgesetz:** zeitnahe Novellierung für erfolgssichernde Rahmenbedingungen
- ➔ **Wirkungsorientierte Novellierung der Tourismus-Gesetzgebung als begleitender Kursbuch-Umsetzungsschritt**
- **Erfolgscontrolling:** messbare Indikatoren des Entwicklungserfolges für das Tourismus-Unternehmen Oberösterreich
- ➔ **Definition von Wertschöpfungs- und Arbeitsmarktzielen**
- ➔ **Erfolgsmessung zu Beginn, während und nach Ablauf der Kursbuchperiode 2011 - 2016**

Kursbuch Tourismus Oberösterreich 2011 bis 2016 – **Download** unter:



[www.land-oberoesterreich.gv.at/](http://www.land-oberoesterreich.gv.at/)  
Themen/Wirtschaft und Tourismus/Tourismusstrategie



[www.oberoesterreich-tourismus.at/kursbuch](http://www.oberoesterreich-tourismus.at/kursbuch)



[www.wko.at/ooe/tourismus](http://www.wko.at/ooe/tourismus)