

Oberösterreich Tourismus GmbH

Radfahren als Motor für den Tourismus in Oberösterreich



10. Oktober 2016

FÜR DIE VIELEN
SEITEN IN MIR.





„Radfahren als Motor für den Tourismus“

MEGATREND-MAP 2.0

:zukunfts|institut

Die Megatrend-Map zeigt die 47 zentralen Megatrends unserer Zeit. Megatrends sind nie linear und endlosverlaufend, sondern vielfältig, komplex und verzweigt. Die Form der Darstellung zeigt dabei nicht nur die Trends an sich, sondern visualisiert auch die Überschneidungen und Konflikte zwischen den Megatrends.

Die dunklen Stationen einer Megatrend-Linie widerstehen vorüberstehenden oder unterschiedlichen Dimensionen, Facetten und Trendsphären. Sie stellen die Vernetzungen eines Megatrends und die daraus resultierenden Ab- und im Extremfall einen Megatrends dar.



Megatrends sind jene Trends, die einen großen und spezialisierten Charakter haben. Ihre Halbwertszeit liegt über 100 Jahre bis zum Zeitpunkt ihrer Wirksamkeit nehmen wir mit 30 Jahren oder mehr zu.

Das entscheidende Merkmal von Megatrends ist aber weniger ihre Dauer, sondern ihr „Impact“. Sie verändern nicht nur einzelne Segmente oder Bereiche des sozialen Lebens oder der Wirtschaft. Sie formen ganze Gesellschaften um.

- INDIVIDUALISIERUNG
- REM-WORK
- GLOBALISIERUNG
- FEMALE SHIFT
- GIG-ECONOMY
- URBANISIERUNG
- SILVER SOCIETY
- NEO-ÖKOLOGIE
- MOBILITÄT
- NEUES LERNEN
- KONNEKTIVITÄT



Megatrend Gesundheit

Megatrend Neo-Ökologie



Megatrend Silver Society



Megatrend Mobilität





COUNTRYSIDE
IS
GREAT
BRITAIN

L'Eroica

XX
EDIZIONE

SETTIMANA EROICA
28 SETTEMBRE - 2 OTTOBRE



Enter Site





L'Eroica

[HOME](#)[JOURNALS](#)[CONTACT US](#)

HISTORY

L'Eroica was born for the love cycling, that is the writing of some amount history and of a literature with the intent to seek the authentic beautiful sport, with a great popular soul to discover beauty.

[READ MORE](#)

On the occasion of the 20th anniversary, reserved only for person are page and withdrawn to Gaio



IVAL

twentieth anniversary, offer a full programme the three days from 30 things to look out for the Club...

collection that is enough the heroic

CYCLING MAP

ILLUSTRATED BY
GIORGIO FRATINI

An illustrated map of Tuscany, land of
cycling. A selection of the stories and
events of the Tuscany Cycling Season.





HERO VR EXPERIENCE

is an experimental virtual reality installation through which the spectators can ride on the saddle of a real mountain bike fixed on a platform, indulge in a **360 degree visual environment** and listen, observe, feel and even pedal the entire HERO Dolomites experience.



**Wir
begeistern**
für Oberösterreich



Neue Märkte
Internationalisierung



Nutzenstiftende Services
für Gäste und Gastgeber



Starke (innovative)
Unternehmen und Synergien
mit der Wirtschaft nutzen



Wertschöpfungsstarke
Produktentwicklung



Content-Strategie
und "Drehbuch" für
Oberösterreich

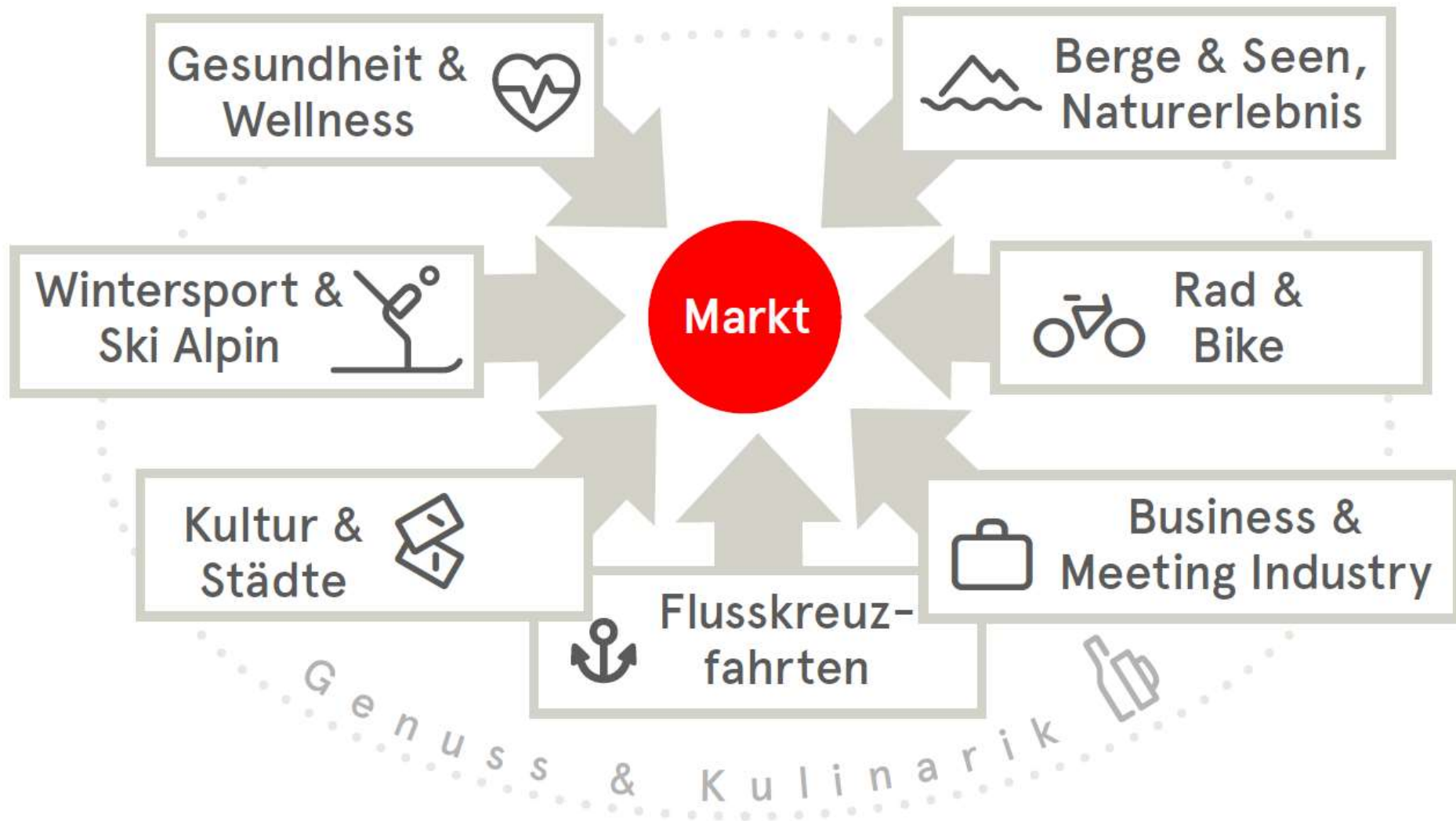


Neuer Kommunikations-
auftritt und
Content Marketing



Online first
(vor/auf/nach der Reise)

PRODUKT-MARKT-KOMBINATIONEN MIT POTENZIAL FÜR INTERNATIONALE MÄRKTE





Die Analyse.



**Großes Potenzial für
Trekking, MTB, E-Bikes
und Rennrad durch das
Wege- und Straßennetz**

65% der Radwege entlang von Seen und Flüssen



A man and a woman, both smiling, are leaning on a black metal railing. They are wearing cycling jerseys and shorts. The man is holding a black cycling helmet. Behind them, several bicycles are parked on a wooden deck. In the background, there is a river, a grassy area, and a row of colorful buildings under a clear sky.

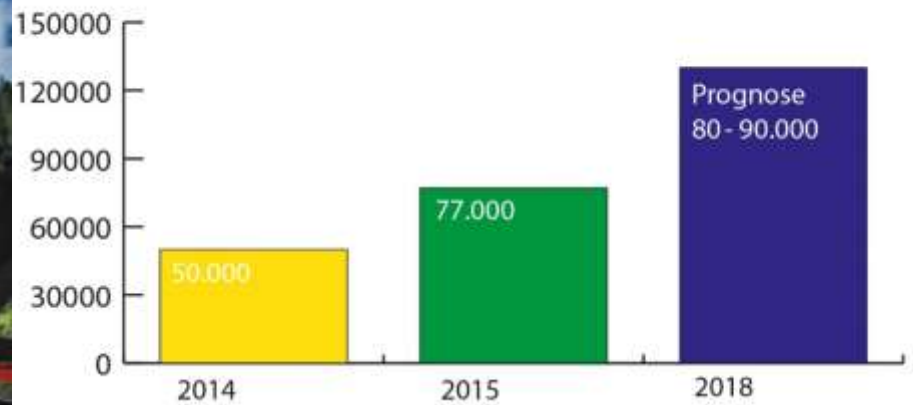
Vernetzung der Radwege - Potential für Individualreisende (ADFC)

Radfahren: die beliebteste Freizeitaktivität von Gästen und Einheimischen

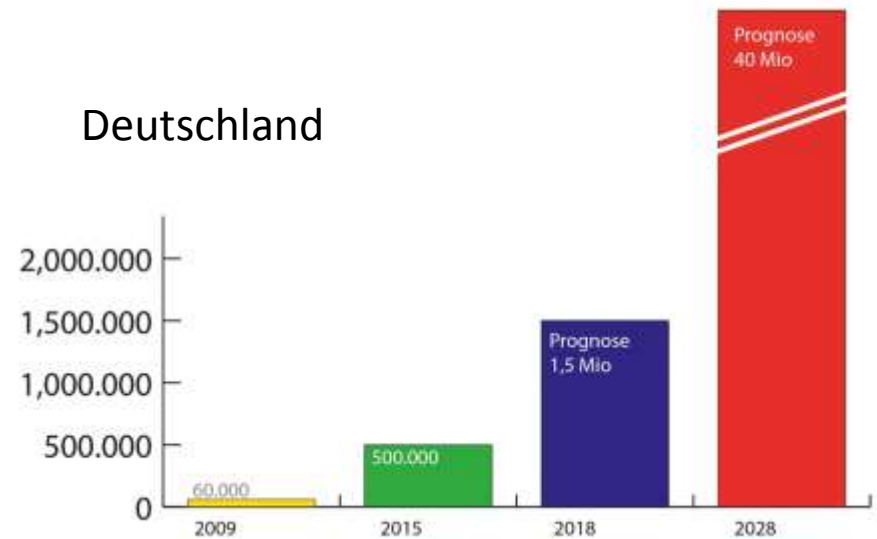


E-Bike Marktentwicklung, Quelle VCÖ, KTM

Österreich



Deutschland



SWOT Analyse (lt. Experten-Befragung)

Trekking / Touren-Radfahren



- Donauradweg - Europas Radweg NR.1
- Flüsse/Seen Radwege
- 64 B&B Betriebe in Oberösterreich
- Sehr gute und einheitliche Beschilderung in OÖ
- Länderübergreifende Kooperationen

- Kommunikation
- Wertschöpfung zu gering
- Anbindung OÖVV
- zu geringe Bekanntheit der Radwege
- Kein Treiber/Hauptverantwortlicher



- Profil entwickeln und Kommunikation ausbauen
- Entwicklung von Sternfahrten für die Erhöhung der Aufenthaltsdauer
- Inszenierung/Storytelling (z.B. Genuss, Erlebnis am Wasser,...)
- E-Bike – Produktentwicklung

- Treiber/Hauptverantwortlicher nicht vorhanden
- Betriebe spüren nicht unmittelbar den Erfolg bzw. eben das Thema tw. nicht ausreichend



Themen für die Weiterentwicklung Trekking

Inszenierung des Themas „Radeln an Flüssen und Seen



- Produktentwicklung (E-Bike)
- Hauptverantwortlicher/Treiber für den Radweg
Verstärkung der Vermarktung/Kommunikation
- Steigerung der Bekanntheit/Wertschöpfung
- Anbindung an den ÖÖVV

SWOT Analyse (lt. Experten-Befragung)

Mountainbike



- TOP Produkt in Österreich ist die Dachsteinrunde
- TOP Veranstaltungen als Verstärker (Trophy, Granitmarathon)
- Sehr gute Beschilderung der MTB Touren
- Buchbare Produkte (Dachsteinrunde, Granitlandrunde, Kalkalpentour)
- Biken im Nationalpark

- Fehlende Trails
- Fehlende spezialisierte Betriebe
- Bekanntheit als MTB Destination
- Kommunikation und Vermarktung



- Vielfalt des Streckennetzes (Einsteiger-Profi)
- Erhöhung der Wertschöpfung durch Produktentwicklung (E-Bike, Kulinarik..)
- Seilbahnen als Motor und Partner

- Keine Weiterentwicklung des Streckennetzes
- Fehlende Mittel für Kommunikation und Vermarktung



Themen für die Produktentwicklung Mountainbike

- 
- A photograph of two mountain bikers riding on a rocky trail. The biker in the foreground is wearing a black and orange jersey and shorts, and is leaning forward. The biker in the background is also wearing a black and orange jersey and shorts, and is riding slightly ahead. The trail is made of loose rocks and gravel, and there are trees in the background.
- Produktentwicklung (E-Bike)
 - Wertschöpfung durch Alternativprogramme
 - Mehr Single-Trails
 - Spezialisierung der Betriebe (z.B. MTB Holidays)
 - Qualität der Aufmerksamkeit als Wettbewerbsvorteil
 - Zusammenarbeit mit Seilbahnen
 - Bike als Faktor für einen Imagewandel für eine Destination (hip, dynamisch, modern)
 - Women Camps
 - Uphill

SWOT Analyse (lt. Experten-Befragung)

Rennrad



- Abwechslungsreiches und sehr gut ausgebautes Straßennetz - Asphalt
- TOP Veranstaltungen in Oberösterreich
- 80 Radsportvereine
- Spitzenclubs in OÖ
- Spitzensportler als Aushängeschild für OÖ



- Spezialisierung von Destinationen
- Produktentwicklung
- Klimawandel als Chance für Trainingscamps



- Fehlende spezialisierte Betriebe
- bislang nur punktuelle Kommunikation / Vermarktung
- Bekanntheit als Rennraddestination



- Keine NEU-Entwicklung im Thema

Ziel 2022:

„Oberösterreich ist die
bekannteste E- Bike
Destination entlang
von Gewässern in
Europa“







Genuss und Kulinarik
(Bier)



Rad und Bike



Wertschöpfungsstark
Produktentwicklung



Gesundheit/
Wellness

Ergebnisse Open Innovation



Unter dem Motto „How to brainstorm like a Googler“ wurden mehr als 50 Ideen für Produktinnovationen und für deren Kommunikation zum Thema Radfahren/e-biken entwickelt.

Durch eine nochmalige Verdichtung der Ideen wurden konkret **8 Prototypen** entwickelt:
Oberösterreich MTB Charta, Smart & Klar für Siver Society, E- Bike Destination OÖ 2022, OÖ Verleih Rad Card, Virtueller persönlicher Radassistent, OÖ Radopening, MTB Weltcup Cross Country 2018, Task Force Radland OÖ

Ausblick Marketing und Kommunikation 2017/18



Vermarktungsoffensive – RAD 2017/18



Schloßhof

Image-Kampagne – „Oberösterreich Momente“



Kooperation Delius Klasing Radsportkompetenz



Rad- Vermarktungs-Offensive 2017/18

2017 -Redaktionelles „BIKE“ Reise-Special Oberösterreich

- 36 Seiten, Auflage: 132.000 Stück, 270.000 Leser
 - Fortdrucke: 30.000 Stück
 - ET: Anfang März 2017
 - Kurzvideos zur Haupttour jeder Destination
 - E-Paper + Social Media Aktivierung
-
- **2018**
 - Trekking-Bike, E-MTB und e-bike Kooperation





Ad Specials



Print



Event Promotion



Digitale Apps



Newsletter



Facebook



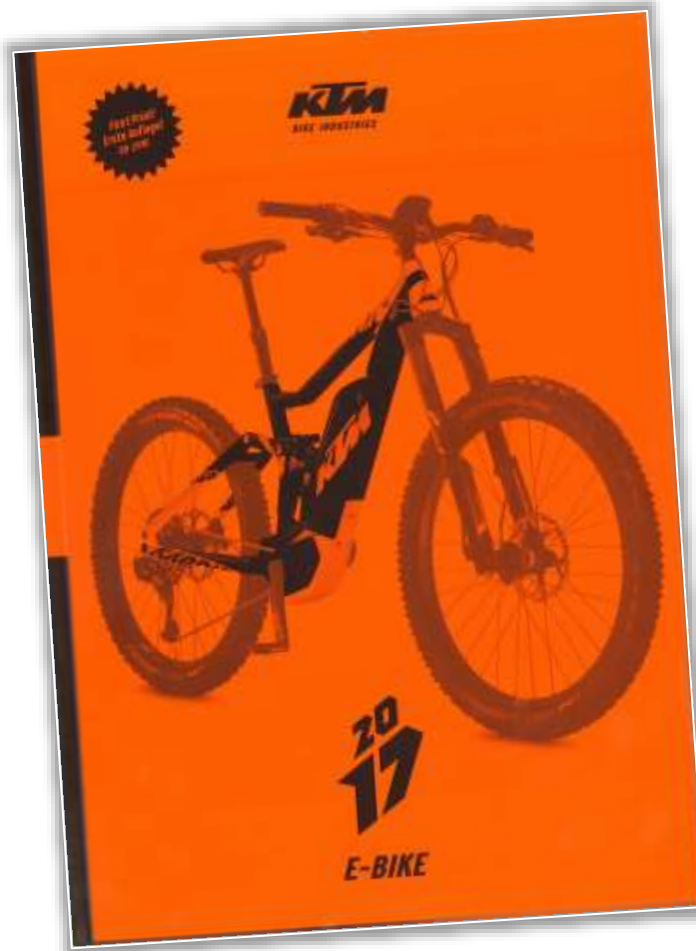
Display Werbung

KTM Kooperation 2017

Content / Märkte / Produktentwicklung



KTM Kooperation Bike-Kataloge 2017



Kooperation KTM 2017

Produktentwicklung

