

## INFORMATION

zur Pressekonferenz

mit

**Dr. Michael STRUGL**

Wirtschafts- und Tourismus-Landesrat

**Mag. Karl PRAMENDORFER**

Geschäftsführer Oberösterreich Tourismus

**Friedrich BERNHOFER**

Vorsitzender Werbegemeinschaft Donau Oberösterreich

am 17. April 2015 um 10.30 Uhr

zum Thema

**Die Marke Donau OÖ für den Gast spürbar machen -**

**Erstes Markenhandbuch für Betriebe in Oberösterreich**

Impressum

Medieninhaber & Herausgeber:  
Amt der Oö. Landesregierung  
Direktion Präsidium  
Abteilung Presse  
Landhausplatz 1 • 4021 Linz

Tel.: (+43 732) 77 20-114 12  
Fax: (+43 732) 77 20-21 15 88  
landeskorrespondenz@ooe.gv.at  
www.land-oberoesterreich.gv.at

DVR: 0069264

Dr. Michael Strugl, Wirtschafts- und Tourismus-Landesrat

## Qualitätsbewusste Region Donau Oberösterreich präsentiert erstes Markenhandbuch

Oberösterreich hat sich zu einem qualitätsbewussten Tourismusland entwickelt, das die Gäste mit viel Engagement und Innovationskraft zu begeistern versteht. Der im Kursbuch 2011 – 2016 des Oberösterreich Tourismus definierte Fokus auf Marken-Destinationen, wurde in der Donauregion Oberösterreich in den Jahren 2012 und 2013 umgesetzt. In einem intensiven Markenprozess wurden die Inhalte der Marke Donau Oberösterreich erarbeitet. Die Marke Donau Oberösterreich definiert sich als die Lebensader Europas in unserer Region und verspricht eine gemeinsame individuelle Entschleunigung. Die Kernleistungen der Donauregion Oberösterreich wurden als inspirierende Bewegung, Natur(t)raum Donau und sagenhaftes Kultur-Leben definiert.

Aufbauend auf dieser Markendefinition der Donau Oberösterreich ist nun das Markenhandbuch entstanden, welches alle „Richtlinien“ der Marke anschaulich zusammenfasst – für alle, die am öffentlichen Auftritt der Marke Donau Oberösterreich mitarbeiten, um die Marke in den Betrieben und Produkten noch intensiver zu leben. Diese Schärfung der Marke, des touristischen Profils der Region Donau Oberösterreich, durch das Markenhandbuch setzt in Oberösterreich ein wichtigen Schritt, um auch künftig bei den Gästen wahrgenommen zu werden und sie für einen Urlaub in unserem Land gewinnen zu können.

Das Nachschlagewerk dient als Unterstützung für alle Qualitätsverbesserungen im Bereich der Dienstleistungen. Darauf aufbauend können auch weitere Entwicklungen in der Inszenierung und im Aus- und Weiterbau bis hin zu Betriebsoffensiven an den beiden Leuchttürmen Donauradweg und Donausteig erarbeitet werden.

Um auch weiterhin als qualitätsbewusste Region gesehen zu werden, hat sich die Donauregion Oberösterreich auf für die nächsten Jahre einiges vorgenommen. So wurde folgende Vision definiert, in der die Marke Donau Oberösterreich in zehn Jahren für folgendes steht:

- *Internationalisierung*: Die Donau fungiert als Drehscheibe und Motor für internationale Donau- und sonstige Kooperationen.
- *Qualität*: Die Donau Oberösterreich ist ein Motivator für Betriebe an der Donau für qualitative Verbesserungen und Neubauten.
- *Richtung Ganzjahrestourismus*: Durch zusätzliche Angebote konnte eine Saisonverlängerung (März – Dezember) erzielt werden.
- *Marke*: Die Marke Donau Oberösterreich wird in der Region gelebt
- *Mythos Donau*: Der Mythos Donau wurde erfolgreich inszeniert.

Diese positiven Entwicklungen sind auch in den Daten und Zahlen der Region zu sehen. So wurden im Jahr 2014 in der Donauregion in Oberösterreich 1,8 Millionen Nächtigungen und 960.000 Ankünfte verzeichnet. Auch die Passagierzahl auf Kabinenschiffen auf der österreichischen Donau konnte im Jahr 2014 erstmals die 300.000er Grenze überschreiten. Allein an der Donau in Oberösterreich können pro Jahr rund 1300 Anlegungen verbucht werden. Die meisten Anlegungen (600) finden hierbei in Linz statt. Auch die Zahl der Radfahrer/innen am Donauradweg hat sich auf einem hohen Niveau eingependelt. So waren von April – Oktober 2014 rund 570.000 Radfahrer/innen am gesamten Donauradweg Passau – Linz – Wien unterwegs. Neuerlich griff der Donauradweg auch 2015 wieder nach den Sternen und wurde das zweite Mal durch den ADFC (Allgemeiner Deutscher Fahrradclub) mit hervorragenden 4 Sternen ausgezeichnet. Bei der Radreiseanalyse 2015 des ADFC konnte der Donauradweg auch wieder die erste Position bei den beliebtesten Radfernwegen der Deutschen im Ausland halten.

[Mag. Karl Pramendorfer, Geschäftsführer Oberösterreich Tourismus](#)

## Donau Oberösterreich ist wertvoller Partner der Markenallianz

„Mit der Schärfung unseres touristischen Profils setzen wir in der Markenallianz Oberösterreich einen wichtigen Schritt, um auch künftig bei den Gästen wahrgenommen zu werden und sie für einen Urlaub in unserem Land zu gewinnen“, ist Mag. Karl Pramendorfer, Geschäftsführer des Oberösterreich Tourismus überzeugt.

Die Marke Donau Oberösterreich/innen spielt dabei eine wertvolle Rolle. Denn sie gibt Orientierung und gewährt Einblicke und Einsichten in einen einzigartigen Natur- und Kulturraum, der zum Aktivsein verleitet. Das ist Lebensqualität für die Oberösterreicher und Oberösterreichs Gäste gleichermaßen. Als erste Markendestination hat die Donau Oberösterreich nach dem Oberösterreich Tourismus nun ein eigenes Markenhandbuch herausgegeben. Dieses Markenhandbuch, das in Zusammenarbeit mit dem Oberösterreich Tourismus entstand, ist in seiner handlichen Aufbereitung einzigartig. Es dient als Leitfaden für die touristischen Betriebe und Organisationen entlang der Donau, um ihren Gästen ein Stück Heimat erlebbar zu machen. Um sie zu inspirieren, ihren Auftritt noch besser zu gestalten und damit als touristische Einheit sichtbar zu werden.

Die Donau war schon immer Vorreiter. Hier entstanden vor 25 Jahren die ersten pauschal organisierten Radreisen, hier wurde erst vor wenigen Jahren mit dem Donausteig ein weiteres Leuchtturmprojekt ins Leben gerufen. Oberösterreich Tourismus unterstützt die Donau Oberösterreich im Entwicklungsdialog für die Leuchtturmprojekte Donauradweg und Donausteig, um deren Qualität weiter zu schärfen. „An der Donau ist eine besondere Antriebskraft spürbar“, meint Pramendorfer. Auch wenn es um die (inter)nationale Vernetzung und das Vorantreiben von Donau-Interessen geht. Oder um die Zusammenarbeit und die Stärkung des Netzwerkes entlang der Donau Oberösterreich. Das alles trägt zu einer erfolgreichen Marke bei. So kann die Donau auch in den gemeinsamen Imagekampagnen von Oberösterreich Tourismus und den Markendestinationen immer wieder in den Mittelpunkt gerückt werden. Als Partner der Markenallianz profitiert die Donau Oberösterreich zudem von der Möglichkeit zur Nutzung der Werbelinie, von der Zusammenarbeit im Back-Office-Bereich (z.B. Aus- und Weiterbildung, Rechtsberatung und Vergabeverfahren, Versicherungen) und vor allem auch vom Wissensaustausch mit den Markendestinationen.

[Friedrich Bernhofer, Vorsitzender Werbegemeinschaft Donau Oberösterreich](#)

„Geht ned, gibt's ned“

Das Markenhandbuch der Donauregion in Oberösterreich, welches von Praktikern für Praktiker erstellt wurde, ist ein Pilotprojekt im oberösterreichischen Tourismus. Erstmals ist ein gelungenes Nachschlagewerk für alle Partner in der Tourismusregion Donau Oberösterreich in

Zusammenarbeit mit dem Oberösterreich Tourismus entstanden. Basierend auf der Marke Donau Oberösterreich und in enger Zusammenarbeit mit Markenbotschaftern, sechs Vertretern von Betrieben zwischen Passau und Grein, wurde das Markenhandbuch entwickelt. Aufbauend auf der Marke und dem Wissen der Markenbotschafter konnte die Mappe speziell auf die Besonderheiten der Donauregion und deren Betriebe abgestimmt werden. Das Nachschlagewerk mit markenkonformen Tipps für eine gute Dienstleistung, eine erfolgreiche Produktentwicklung und ein markenkonformes Marketing ist daher einzigartig für die Region Donau Oberösterreich.

Das Markenhandbuch ist eine Einladung an alle Partner, die Marke Donau Oberösterreich in den Fokus der eigenen Bemühungen zu rücken. Wirte und Beherberger, Gäste und Einheimische sollen erfahren und spüren, wofür die Marke Donau Oberösterreich steht. Da die neue Marke nur dann erfolgreich ist, wenn Gäste einen erholsamen Urlaub erleben und durch das Ergebnis von perfekten Dienstleistungen und authentischen Angeboten begeistert werden, ist das Motto des Markenhandbuches: „Begeistern wir unsere Gäste und machen wir unsere Region Donau Oberösterreich begehrllich!“.

Das handliche Markenhandbuch richtet sich an alle Partner in den 41 Mitgliedsgemeinden der Donau Oberösterreich, insbesondere an Betriebe, Tourismusobleute und -funktionäre, Marketingverantwortlichen, Bürgermeister, Gemeinderäte und –bedienstete sowie Eigentümer und Mitarbeiter in Gastronomie- und Nächtigungsbetrieben, in Infostellen, in sonstigen touristischen Einrichtungen, wie zB Freizeiteinrichtungen und an die Mitarbeiter der WGD Donau Oberösterreich Tourismus GmbH. Das Markenhandbuch wurde an zwei Präsentationstagen in der Donauregion den Betrieben und Touristikern vorgestellt, wo auch jeder der Teilnehmer/innen sein persönliches Exemplar der Mappe erhalten hat. Bei dieser Gelegenheit wurde auch die neue Donaukarte vorgestellt, welche als Abrissblock nun in den Betrieben entlang der Donau für die Gäste kostenlos zur Verfügung steht. Die Karte zeigt die Region mit all ihren Mitgliedsgemeinden, sowie Sehenswürdigkeiten und vielen weiteren Informationen. Diese Karte ist auch Teil des Markenhandbuches. Die Partner, die noch kein Exemplar des Markenhandbuches erhalten haben, können ihr persönliches Einzelexemplar jederzeit kostenlos bei der WGD Donau Oberösterreich Tourismus GmbH anfordern: 0732/7277-800.

*„Ich gratuliere der Region Donau Oberösterreich zur in dieser Form bislang einzigartigen Umsetzung der Markendefinition in sehr praktikable und praktische Handlungsempfehlungen. Jede Empfehlung schränkt die Gefahr der Abweichungen vom eingeschlagenen Kurs ein – und definiert zugleich den Freiraum kreativer Entfaltung. Alles, was ich im Laufe dieses Projektes gesehen habe, zeigt, dass sich die Marke Donau Oberösterreich immer mehr verdichtet und damit stärkt. Dazu leistet die WGD Donau Oberösterreich Tourismus GmbH einen ganz beachtlichen Beitrag“,* gratuliert Dr. Robert Trasser, MSc, der den Markenbildungsprozess der Donau Oberösterreich begleitet hat.

Das Markenhandbuch wurde anhand der Gast-Dienstleistungskette gegliedert und baut auf folgenden sieben Säulen auf:

- Der Gast informiert sich und reserviert
- Die Anreise und der Gast-Check-in
- Der Gast-Aufenthalt
- Die Spitzen-Leistung durch Spitzen-Stimmung
- Der Check-out und die Abreise
- Die Nachbetreuung
- Die erfolgreiche Produktentwicklung

Die sieben Säulen werden anhand von positiven Beispielen aus der Region, wie es in Betrieben in der Donauregion bereits angewendet wird, gezeigt und sind reichlich bebildert. So ist das Markenhandbuch ein Nachschlagewerk für die tägliche praktische Anwendung in der Region. Besonders hervorgehoben werden die beiden Leuchttürme der Region: der Donauradweg und der Donausteig Passau-Linz-Grein, sowie die Schwerpunktthemen Schifffahrt, Kultur und Natur. Zusätzlich ist auch eine Liste aller Genusslandpartner der Donauregion Oberösterreich mit Kontaktdaten angeführt. Die Mappe beinhaltet auch den Leistungskatalog der Werbegemeinschaft Donau Oberösterreich „Wussten Sie, wie man für 1 Euro Mitgliedsbeitrag 10 Euro Leistung erhält?“. Dieser listet alle Aktivitäten und Leistungen der Werbegemeinschaft Donau Oberösterreich auf für die 41 Mitgliedsgemeinden auf.