

# Donau Oberösterreich.



## Neue Tourismusstrategie für die Donau Oberösterreich

Bis 2030 will die Donauregion Oberösterreich echt erfrischend sein

*19.06.2024:* Der Aufsichtsrat des Tourismusverbandes Donau Oberösterreich hat die Tourismusstrategie 2030 beschlossen und damit die Weichen für die Zukunft des Tourismus an der oberösterreichischen Donau zwischen Inn und Enns gestellt.

Im Herbst 2023 wurde seitens des Landes Oberösterreich, WKO Oberösterreich und Oberösterreich Tourismus die neue Landestourismusstrategie 2030 für die Tourismus-, Freizeit- und Erholungswirtschaft vorgestellt. Aufbauend auf die Strategie des Landes hat der Tourismusverband Donau Oberösterreich gemeinsam mit der Werbegemeinschaft Donau Oberösterreich einen Strategieprozess gestartet. Grundstein der Arbeit war die Reflexion von Bestandskonzepten und die Befragung der Mitgliedsgemeinden und Stakeholder. Mit der neuen Strategie soll die touristische Weiterentwicklung des Freizeit- und Erholungsraumes der Donau Oberösterreich, geleitet von der Vision 2030 sowie der oberösterreichischen Landes-Tourismusstrategie 2030 sichergestellt werden. *„Die jetzt vorliegende Tourismusstrategie ist unser gemeinsamer Kompass. Unsere Mission ist es, unseren Donau-(Er)Lebensraum touristisch proaktiv mitzugestalten, um die Tourismusmarke nach außen zu stärken und das touristische Regionsbewusstsein nach innen offensiv zu verankern“*, erklärt Petra Riffert, Geschäftsführerin des Tourismusverbandes Donau Oberösterreich den touristischen Fahrplan für 2030. *„Unser großes Plus ist das Naturraum-Angebot mit seinen erfrischenden Möglichkeiten für Genuss-Radfahren, Wandern und familienfreundlichen Naturerlebnissen. Der Tourismusverband soll Taktgeber für die gemeinschaftlich getragene Verantwortung zur Gestaltung unseres Freizeit- und Erlebnisraums Donauregion Oberösterreich sein“*, so Friedrich Kaindlstorfer, Aufsichtsratsvorsitzender des Tourismusverbandes Donau Oberösterreich.

### Die Vision: Die Donauregion Oberösterreich ist echt erfrischend

Geleitet wird die neue Strategie von der Vision „Die Donauregion Oberösterreich ist echt erfrischend“. Zum Ausdruck soll die Vision sowohl bei den touristischen Produkten kommen als auch bei der Kommunikation. *„Wir wollen uns verstärkt auf Kompetenzzentren mit spezifischen Angebotsschwerpunkten fokussieren und den Gästen in der Kommunikation gezielt unsere ‚Best-of‘ Angebote wie Donauradweg und Donausteig zeigen, um sie dann mit unserer gesamten touristischen Angebotspalette zu überraschen“*, erklärt Karin Wundsam, Obfrau von der Werbegemeinschaft Donau Oberösterreich. Von der neuen Strategie sollen aber nicht nur die Gäste profitieren, sondern auch die Bewohner:innen und der gesamte Lebensraum der Donau Oberösterreich. *„Die Tourismus- und Freizeitwirtschaft als Grundpfeiler der regionalen Wirtschaft in der Donauregion Oberösterreich weiter zu stärken, war mir ein wichtiges Anliegen für unsere neue Tourismusstrategie. Denn so profitiert die Bevölkerung unserer Mitgliedsgemeinden in der oberösterreichisch-bayerischen Donauregion von einem intakten Wirtschaftsraum, in dem Nahversorgung und hohe Freizeitqualität geboten werden“*, so Wundsam weiter. Um die Vision mit Leben zu füllen, gibt es vier definierte Meilensteine, Angebots- und Motivfelder sowie Handlungsfelder zur Realisierung der Strategie.

### Vier Angebots- und Motivfelder

Angelehnt an die Landes-Tourismusstrategie 2030 definiert auch die Donauregion vier kennzeichnende Angebots- und Motivfelder, die die Bedürfnisse und Beweggründe abbilden, warum Gäste in die



Donauregion in Oberösterreich kommen: „Bewegende Natur“, „Inspirierende Kultur“, „Vitalisierend für Körper und Geist“ und „Kostbarkeiten und Köstlichkeiten“. Hinsichtlich der Kommunikation bedeutet dies eine Fokussierung auf drei Anspruchsgruppen: Urlaubsgäste aus den Kernmärkten (AT, DE, CZ, NL), Ausflugsgäste inkl. Kreuzschiffahrt sowie Tagungs- und Wirtschaftsreisende. Über alle Themenfelder hinweg sind – wie auch bei der Landestourismusstrategie – die Grundhaltungen „Nachhaltigkeit, Regionalität und Mobilität“ sowie „Smart, Digital und Innovativ“ als Handlungsprinzipien verankert, die auf alle vorgenannten Bereiche ausstrahlen und einwirken. Hinterlegt sind alle Angebots- und Motivfelder mit Themen- und Projektschwerpunkten sowie den dazugehörigen Maßnahmen. Der Tourismusverband Donau Oberösterreich will bei der Umsetzung allenfalls mutig voranschreiten und hofft auf eine rege Beteiligung aller Stakeholder. *„Für die Umsetzung der Maßnahmen ist eine enge Kooperation und Austausch mit den Mitgliedsgemeinden, Betrieben und weiteren Stakeholder notwendig. Ebenso wie eine intensive Kooperation mit Oberösterreich Tourismus und den weiteren oberösterreichischen Tourismusverbänden. Nur dann kann die Umsetzung gelingen. Und das wird sie auch“*, ist Friedrich Kaindlstorfer überzeugt.

Foto: © Tourismusverband Donau Oberösterreich



Der Aufsichtsrat des Tourismusverbandes Donau Oberösterreich hat die Tourismusstrategie 2030 beschlossen und freut sich auf die Umsetzung. Am Bild:

1. Reihe v.l.n.r.: Wolfgang Brunner, Barbara Kocher-Oberlehner, Petra Riffert, Friedrich Kaindlstorfer, Margarete Durstberger, Markus Luger und Michaela Steininger
2. Reihe v.l.n.r.: Karin Wundsam, Manfred Stallinger, Andreas Seeger, Johannes Schopf, Bgm. Roland Pichler und Gerhard Ebner

Nicht am Bild: Bgm. Rainer Barth, Marc Hillebrandt, Johann Höglinger, Bgm. Mario Mühlböck, Bgm. Manfred Lanzersdorfer und Karl Wögerer

Nähere Informationen:

**Tourismusverband Donau Oberösterreich** | Lindengasse 9, 4040 Linz | +43 732 7277-800 |

[office@donauregion.at](mailto:office@donauregion.at) | [www.donauregion.at](http://www.donauregion.at)

Bildarchiv & Online-Medienservice: [presse.donauregion.at](http://presse.donauregion.at)

