

SCHRIFTLICHE UNTERLAGE ZUR DIPLOMPRÜFUNG

eingereicht am

TOURISMUSKOLLEG

Bad Leonfelden

Prüfungsgebiet

TOURISMUS- UND FREIZEIT MANAGEMENT

Die Europaregion Donau Moldau

Beschreibung – Analyse – Produktenentwicklung

Verfasser: Karel Ženíšek

Jahrgang: 2 K

Schuljahr: 2013 / 2014

Projektbetreuer: Mag. Michael Wöß

Abgabedatum: 8. Jänner 2014

Eidesstattliche Erklärung

Ich erkläre an Eides statt, dass ich die vorliegende Diplomarbeit selbstständig und ohne fremde Hilfe verfasst, andere als die angegeben Quellen und Hilfsmittel nicht benutzt die den benutzten Quellen wörtlich und inhaltlich entnommenen Stellen als solche erkenntlich gemacht habe.

Bad Leonfelden, 06.01.2014, Karel Ženíšek

Inhaltverzeichnis

1	Vorwort	1
2	Begriffe	2
2.1	Region.....	2
2.2	Europaregion	2
2.3	Destination (im Tourismus).....	2
3	Organisation der Europaregion Donau Moldau	3
3.1	Der Aufbau der Europaregion Donau Moldau	3
3.2	Organisationsstruktur.....	3
3.3	Ziele	4
3.4	Strategie	4
3.5	Umsetzung	4
3.6	Zusammenarbeit	4
3.7	Finanzierung	5
4	Regionen der Europaregion Donau Moldau	6
4.1	Die Bundesrepublik Deutschland	6
4.1.1.	Niederbayern	6
4.1.2.	Oberpfalz	6
4.2	Die Republik Österreich	7
4.2.1.	Niederösterreich	7
4.2.2.	Oberösterreich	7
4.3	Die Tschechische Republik	8
4.3.1.	Region Pilsen.....	8
4.3.2.	Südböhmen.....	8
4.3.3.	Vysočina.....	9
5	Europaregion Donau Moldau als eine Destination	10
5.1	SWOT Analyse der Europaregion Donau Moldau	11
5.1.1.	Stärken (Strengths).....	11
5.1.2.	Schwächen (Weaknesses).....	11
5.1.3.	Gelegenheiten (Opportunities)	11
5.1.4.	Gefahren (Threats)	12

5.2	Portfolio der Geschäftsfelder	13
5.2.1.	Portfolio der Geschäftsfelder I – Tourismusorte und Sehenswürdigkeiten	13
5.2.2.	Portfolio der Geschäftsfelder II – die Typen des Tourismus	14
6	Schnüren eigener Produkten für die Europaregion Donau Moldau	15
6.1	„In Spuren des Eiserner Vorhangs“	15
6.1.1.	Beschreibung	15
6.1.2.	Technische Informationen	15
6.1.3.	Programm	15
6.1.4.	Itinerar	17
6.1.5.	Marketing	18
6.2	„Aktiv-Weekend – drei Tage, drei Länder“	20
6.2.1.	Beschreibung	20
6.2.2.	Technische Informationen	20
6.2.3.	Programm	20
6.2.4.	Itinerar	21
6.2.5.	Marketing	22
7	Abschluss	24

1 Vorwort

„Drei Länder, zwei Sprachen, eine Grenze.“ Alle diese „Eigenschaften“ formen die Europaregion Donau Moldau. Auf den Ersten Blick sind die Länder unabhängig von den anderen. Die Wirklichkeit sieht aber anders aus. Die Länder sind nicht nur geographisch sondern auch historisch, kulturell und bei gewisser Weise sozial verbindet.

Das Thema dieser Arbeit ist für mich die Herzangelegenheit. Ich gebar in der Region, ich wuchs hier auf und ich wohne hier bisher. Die Grenze bedeutet auch nur ein Wort für mich. Auch wenn ich aus Tschechien komme, studiere ich in Österreich und daher ist das Thema noch näher zu mir.

Ich möchte die Europaregion in der Arbeit näher zu bringen und die Idee dieser Region erläutern. Ich werde zu erst die Organisation der Region vorstellen. Nachher werde ich die Region als das Tourismusegebiet und als den Tourismusmarkt beschreiben.

Das Ziel dieser Arbeit ist, die Beschreibung der Region und ihrer Organisation, die Bestimmung der schwacher und starker Seiten der Region und das Schnüren von Paketen für die Region, mit dem Ziel die Region attraktiver zu machen und neue Produkten und Ideen vorzustellen.

„Ich wünsche Ihnen angenehme Unterhaltung“

2 Begriffe

2.1 Region

Der Begriff Region bezeichnet ein Gebiet aufgrund der gemeinsamen Merkmale. Die Region kann entweder geographisch festgelegt werden oder entstehe natürlicherweise. Manche Regionen haben keine eigene Verwaltung, sondern nur eine statistische Bedeutung.

2.2 Europaregion

Eine Europaregion ist auf grenzüberschreitende Zusammenarbeit gegründet und befindet sich innerhalb der Europäischen Union. Zeitweise wird die Europaregion auch „Euroregion“ oder „Euregio“ bezeichnet. *„Die Begriffe selbst sind nicht klar definiert, weshalb Euregios in unterschiedlichen Rechtsformen anzutreffen sind: feste Zusammenschlüsse nach öffentlichem Recht, feste Zusammenschlüsse nach Privatrecht und feste Zusammenschlüsse, die keine juristische Person bilden.“* (Wikipedia, die freie Enzyklopädie, Europaregion)

2.3 Destination (im Tourismus)

Eine Destination ist die Bezeichnung für ein bestimmtes Gebiet. Das Gebiet ist aus touristischer Sicht als das Reiseziel zu verstehen.

3 Organisation der Europaregion Donau Moldau

3.1 Der Aufbau der Europaregion Donau Moldau

Die grenzüberschreitende Zusammenarbeit, auf dem Gebiet der drei Länder, gibt es hier über 15 Jahre lang. Viele erfolgreiche Projekte entstanden in diesem Zeitraum. Dadurch entstand die Initiative, den gemeinsamen europäischen Raum zu gründen.

Das Bundesland Oberösterreich und Südböhmen waren als Koordinatoren festgelegt. Die, mit der Unterstützung der anderen Mitglieder, passten auf die einzelnen Schritte von Vorbereitungsphase bis zur Gründung der Europaregion Donau Moldau (weiter nur EDM) auf.

Vor dem die EDM gegründet sein könnte, hatten einige Bereiche analysiert werden müssen. Es passierte bis zum Ende des Jahres 2010. Hauptsächlich die Demographie, die Infrastruktur, die Gebietsplanung, die Bildung, der Arbeitsmarkt, die Kultur, das Tourismus, die Wirtschaft, die Gebietsentwicklung, die Politik, die Ökologie und das Umwelt.

Die mittlere Phase war die Analyse der Potenziale, die im Jahr 2011 durchgeführt war. Im Jahr 2012 könnte die EDM „endlich“ entstehen.

3.2 Organisationsstruktur

Die EDM ist eine Gemeinschaft 7 Partnerregionen, was politisch festgelegt. An der Spitze der imaginären Pyramide ist **das Präsidium**. Seine Aufgabe ist die politische Leitung. Jede Region nennt einen Repräsentant mit zwei Stellvertretern. Die Repräsentanten sind fähig die gemeinsame politische Ziele und Fragen zu beantworten. Die wichtigste Aufgabe ist das Jahresprogramm festzustellen.

Das Präsidium ist beim **trilateralen Koordinierungsgremium** unterstützt. Das Gremium führt und vorbereitet die Beschlüsse des Präsidiums. Das Gremium hat auch das Recht die Aufträge zu geben. Jedes Mitglied hat hier zwei Vertreter.

Und ganz „unten“ sind noch drei Elemente. Erstens ist die Geschäftsstelle, welche wir uns als eine „Sekretärin“ der oben genannten Organe vorstellen könnten. Sie bereitet alle Unterlagen vor. Zweitens sind die regionalen Kontaktstellen, die sich in jeder Region befinden. Und drittens sind die Wissensplattformen. Jede Region unterstützt eine Plattform, welche ein Zukunftsfeld behandelt.

3.3 Ziele

Die Partnerregionen haben sich folgende Ziele festgesetzt:

„Eine Region mit Zukunft für die Menschen; einen attraktiven Lebens- und Wirtschaftsraum im Brennpunkt von vier Metropolregionen; einen starker Partner der europäischen Politik; eine lernende und dynamische Region.“ (Land Oberösterreich, Europaregion Donau Moldau, Ziele, Strategie und Organisation, 2012, S 8)

3.4 Strategie

Für die sieben Regionen sind etliche Grundsätze gültig, aus deren die Entwicklungsarbeit ausgeht. Sie sind vor allem: **Ausgewogene Entwicklung, Handlungsorientierung und Nutzung von Synergien¹ und Fokus auf wesentliche Themen und Wirkungen.**

3.5 Umsetzung

Um die gemeinsamen Ziele zu erreichen, arbeiten immer zwei Regionen zusammen. Eine Region davon hat die Führungsposition. Insgesamt gibt es acht Zukunftsfelder. Die acht Felder sind: **die EDM als Forschungs- und Innovationsraum, Hochschulraum EDM; Unternehmenskooperation und Clusterbildung; Qualifizierte Arbeitskräfte – flexibler Arbeitsmarkt; Natur- und Gesundheitstourismus, Städte- und Kulturtourismus; Erneuerbare Energien und Energieeffizienz; Mobilität, Erreichbarkeit und Verkehr; Diversity², Sprache und interkulturelle Bildung.**

3.6 Zusammenarbeit

Die Zusammenarbeit in dieser Region ist durch die Teilung der komplexen Aufgaben auf mehrere (aber kleinere) Stücke vereinfacht. Weil hier jede Person, jeder Arbeitsteam, jede Region ihr Platz hat, sind die Kommunikation und die Umsetzung aller geplanten Ziele vorerst problemlos. Ich benutzte das Wort „vorerst“, weil sich die EDM bisher in der Vorbereitungsphase befand. Seit diesem Jahr fing das Funktionieren der EDM an.

¹ die Synergie bezeichnet das Zusammenwirken im Sinne von sich gegenseitig fördern (Wikipedia, die freie Enzyklopädie, Synergie)

² die Vielfältigkeit

3.7 Finanzierung

„Projektträger sind das Land Oberösterreich, der Bezirk Südböhmen und die EUREGIO Bayerischer Wald – Böhmerwald – Unterer Inn in Kooperation mit dem Regionalmanagement Oberösterreich, der Euregio Inn-Salzach, dem Waldviertel, Mostviertel (Niederösterreich), dem Regierungsbezirk Niederbayern und dem Bezirk Oberpfalz, den Bezirken Pilsen und Vysočina sowie der Euroregion Böhmerwald. Eine Forderung wurde aus den Programmen ETZ Österreich-Tschechische Republik, Ziel 3 Freistaat Bayern-Tschechische Republik und INTERREG IV A Österreich-Freistaat Bayern beantragt und bewilligt. Die Projektkosten für die Vorbereitung der „Europaregion Donau-Moldau“ belaufen sich auf ca. 1,5 Mio. € bis zum Ende des Jahre 2012.“ (Land Oberösterreich, Europaregion Donau Moldau, Die Aufbau der Europaregion Donau Moldau, 2012, S 10)

4 Regionen der Europaregion Donau Moldau

„Drei Länder, zwei Sprachen, ein Region.“ So beschreiben sich die Länder, die in dieser Region tätig sind. Jede Region braucht ein durchgearbeitetes Management, um sich auf dem Tourismusmarkt positionieren zu können. Dieses Management wird als das Destinationsmanagement bezeichnet. Im nachfolgenden Kapitel werde ich mich mit Beschreibung der teilnehmenden Länder aus dem touristischen Blick befassen.

4.1 Die Bundesrepublik Deutschland

Die Bundesrepublik Deutschland ist mit ihren 357.023 km² das ein und sechzigste Land auf der Welt. Deutschland besteht aus sechzehn Bundesländer, davon ein, Berlin, auch Hauptstadt ist. Weiter unten können Sie über dem Bundesland Bayern lesen.

4.1.1. Niederbayern

Niederbayern ist ein Teil, 10.330 km² groß, des Bundeslandes Bayern. Das Zentrum dieses Gebietes liegt in Landshut. 1.192.542 Einwohner wohnen in dem Gebiet. Niederbayern ist Nachbar folgender Ländern: Oberpfalz, Oberbayern, Südböhmen, Pilsener Bezirk und Oberösterreich.

Das Gebiet hat keinen internationalen Flughafen, und deshalb ist am Flughafen München abhängig. Jedoch gibt es hier die Schiffverbindung mit dem Österreich.

Niederbayern besitzt keine Organisation für touristischen Bereich. Alle Unternehmen im Bereich arbeiten mit der Organisation **Bayern – Bilder Winter** zusammen. Aus den Produkten ist hier **Urlaub auf dem Bayernhof** am beliebten.

4.1.2. Oberpfalz

Ein weiterer Teil des Bundeslandes Bayern ist Oberpfalz mit dem Hauptstadt Regensburg. Diese Region liegt an der Fläche von 9.691 km², die mit Tschechien, Oberbayern, Niederbayern, Mittelfranken und Oberfranken grenzt. Die Einwohnerzahl bewegt sich rund 1.081.536 Einwohner.

Die Infrastruktur ist ähnlich wie in Niederbayern. Im touristischen Bereich ist hier Ostbayern Tourismus tätig. Die Region ist an große Anzahl der Kulturdenkmäler als Burgen, Schlössen reich.

4.2 Die Republik Österreich

Die Republik Österreich ist mit ihren 83.871 km² das hundert fünfzehntes Land auf der Welt. Österreich besteht aus neun Bundesländern. Die Hauptstadt, und gleichzeitig ein Bundesland, ist Wien. Jedoch nur zwei Bundesländer sind in dieser Arbeit schlüsseln, d.s. Oberösterreich und Niederösterreich.

4.2.1. Niederösterreich

Das Bundesland Niederösterreich erstreckt sich auf der Fläche mit der Größe von 19.177 km². Das Bundesland, mit der Hauptstadt St. Pölten, bewohnen 1.618.592 Einwohner. Die Nachbarländer sind Südböhmen, Südmähren, Tyrnauer und Bratislavaer Landschaftsverbände, Burgenland, Steiermark, Oberösterreich und Wien. Die Stadt Wien ist bei Niederösterreich umgeben.

Die Infrastruktur ist heutzutage sehr gut entwickelt. Es gibt sowohl Straßen aller Kategorien als auch Bahn- und Buslinien. In den größeren Städten kann man den öffentlichen Verkehrsmitteln zu Nutze machen. Außer öffentlichen Flugplätzen gibt es den internationalen Flughafen Wien, der als ein Verbindungsort mit der Welt betrachtet wird.

Für die Organisation des Tourismus ist hier die Niederösterreich Werbung zuständig. Die am beliebten touristischen Produkten sind: **Familienurlaub; Winterurlaub; Radtourismus; Natur; Urlaub beim Winzer** und **Wellness**. Die Niederösterreich Werbung unterstützt einige Marken, die im Tourismus wirken. Die wichtigste ist die Marke **Niederösterreich – Hinein ins Leben**, dann gibt es auch **Weinviertel Tourismus** und **Donau Niederösterreich**.

4.2.2. Oberösterreich

Das zweite Bundesland ist, mit der Ausdehnung von 11.982 km², Oberösterreich. Die Hauptstadt ist Linz. Die Anzahl der Einwohner ist 1.418.498. Das Bundesland grenzt mit Südböhmen, Bayern, Niederösterreich, Steiermark und Salzburg.

Die Infrastruktur unterscheidet sich nicht viel von der Infrastruktur in Niederösterreich. Auch hier gibt es den Internationalen Flughafen Linz, die verschiedenen Straßen, Bus- und Bahnlinien, öffentlichen Verkehrsmittel und Schifffahrten an der Donau.

Der Tourismus ist beim Oberösterreich Tourismus aufgepasst. Die wichtigsten touristischen Segmente sind Kultur-, Winter-, und Sommerurlaub. Folgende Marken wurden in diesem Bundesland festgelegt: **Donau Oberösterreich – bewegt. berührt; Linz – Kultur, Natur, Industrie; Salzkammergut – das zehnte Bundesland; Pyrn – Priel – das Alpenjuwel Oberösterreichs; Mühlviertel – auf dem Weg zur Marke.**

4.3 Die Tschechische Republik

Die Tschechische Republik ist, dank ihrer 78.867 km², das hundert dreizehnte Land auf der Welt. Die Republik ist kein Bundesland, aber es gibt vierzehn Selbstverwaltungsregionen. Die Hauptstadt ist Prag, welche auch eine von den Regionen ist. Für die EDM sind bloßen drei Regionen bedeutend. Die Region Pilsen, Südböhmen und die Region Vysočina.

4.3.1. Region Pilsen

Die Region liegt an der Fläche von 7.561 km². Die Hauptstadt ist Pilsen. Insgesamt wohnen 571.709 Einwohner hier. Die Nachbarregionen sind die Region Karlsbad, Ústí nad Labem, Mittelböhmen, Südböhmen und Bayern in Deutschland.

Die Stadt Pilsen ist wichtiger Bahnknotenpunkt. Durch diese Region führen einige Straßen, die Tschechien und Bayern verbinden.

Die Region Pilsen und die Stadt Pilsen passen den Tourismus zusammen auf. Es gibt die Organisation, die „**Region Pilsen – touristisches Paradies**“ heißt.

4.3.2. Südböhmen

Die Südböhmen ist ein Bezirk, der mit der Größe von 10.056 km² an den Grenzen mit Oberösterreich, Niederösterreich, Pilsner Region, Vysočina, Mittelböhmen, Südmährische Region und Bayern. Der Anzahl der Einwohner sind ungefähr 636.138 Menschen.

Durch Südböhmen führen wichtige internationale Bahnen und Eisenbahnen, die Prag mit Linz verbinden. Es gibt einen damaligen Militärflughafen, der wird auf einen Internationalen Flughafen umgebaut.

Die Südböhmische Touristische Zentrale ist das Organ, das für Tourismus zuständig ist. Die Zentrale arbeitet sehr wohl mit dem Stadt Budweis, der Südböhmischen Regierung und verschiedenen touristischen betreiben. Es gibt die Marke Südböhmen. Die Stadt Krumau entwickelte ein sehr erfolgreiches Destinationsmanagement.

4.3.3. Vysočina

Die einzige Region, die weder Österreich noch Deutschland anliegt. Die Region bietet für 511.937 Einwohner einen Raum mit 6.795km² an. Die Hauptstadt ist Jihlava. Die Region liegt im Zentrum zwischen den Regionen Pardubice, Südböhmen, Mittelböhmen und Südmähren.

Die Infrastruktur hat eine internationale Bedeutung, weil durch die Region die Autobahn Jihlava-Wien-Zagreb durchkommt. Es gibt jedoch die Autobahn Prag-Brno, die für die Einheimische wichtig ist.

Den Tourismus befindet sich in der Pflege der Organisation „**Vysočina tourism.**“

5 Europaregion Donau Moldau als eine Destination

Die Region befindet sich gerade im Wachstumsprozess. Die touristischen Organisationen aus der Region suchen nun gemeinsamen „Weg“. Es gibt aber einige Voraussetzungen, um an diesem „Weg“ gehen zu können.

Die erste Voraussetzung ist die Position auf dem touristischen Markt. **Die Frau Dipl. Ing. Jitka Zikmundová³, MBA** sagte, wir brauchten so viel Internationalisierung, wie möglich sei. Falls die Gäste aus der Amerika oder Asien kommen, kommen sie nicht nach Oberösterreich, Südböhmen oder Bayern, sondern nach Europa. Und das ist der Schwerpunkt, was man wechseln braucht. Derzeit ist die Stadt Linz als das Zentrum der EDM aufzufassen.

Die Partnerschaft der Stadt Linz und der Werbung Österreich ist deswegen so bedeutsam, weil es mehrere neue Zielgruppen entdeckt. **Das größte Potenzial tragen hauptsächlich die Nachbarländer**, als Deutschland, die Schweiz, Tschechien aber auch die romanische Ländern, die schon seit Lange die „Nummer Eins“ sind. Es gibt jedoch andere Länder, die an der Bedeutung zunehmen. Das sind USA, China, die Slowakei, Australien, arabischen Länder und Länder aus dem Westeuropa.

Eventuelle Nachfragen, die sich die neuen Zielgruppen stellen, sind nach Linz selbst, nach Rundreisen, Städtereisen, Architektur, Design, Kultur, Natur. Es gibt sich aus, dass die Chancen für Linz die Produktkombinationen sind. Eine Möglichkeit ist **„Klassische Kultur“** und die zweite ist **„Kultur, Donau, Genus, Natur“**. Für die Besucher ist immer mehr wichtiger der Zusammenhang der traditionellen und neuen Produkte. Diese Proportion ist auch für die Werbung benutzt, wo man auf einem Bild traditionelle und neue Kultur am meisten zusammen mit den Besuchern beobachten kann.

Für das Jahr 2014 wurden neue Produkte vorbereitet und die Aufmerksamkeit auf folgendes gewidmet. Das Wandern und die Donaustadt Linz. Die Zielgruppen, die die Stadt Linz damit anlocken möchte, sind Österreicher, Deutschen und Italiener.⁴

³ Director International Tourism Development Danube-Vltava river Region

⁴ Die Informationen wurden aus der Tourismuskonferenz Linz 2013 verwendet.

5.1 SWOT Analyse der Europaregion Donau Moldau

Eine SWOT Analyse dient zum Bestimmen der Gelegenheiten, der Gefahren, der starken und schwachen Hinsichten vorwiegend im wirtschaftlichen Bereich. *„Die SWOT-Analyse ist ein wichtiges Instrument des Strategischen Managements und zugleich Grundlage vieler Marketingstrategien. In den 1960er Jahren wurde sie an der Harvard Business School zur Anwendung in Unternehmen entwickelt“*(Philip Kotler, Roland Berger und Nils Rickhoff: *The Quintessence of Strategic Management. Springer-Verlag: Berlin 2010, S. 30, mittels Wikipedia, die freie Enzyklopädie, SWOT Analyse*)

5.1.1. Stärken (Strengths)

Am ersten Platz ist die Lage in die Mitte Europas. Die Region ist damit leicht erreichbar. Die Lage hängt mit dem Flughafen Blue Danube Airport Linz zusammen. Der Flughafen ist der Flughafen der EDM, bisher der einzige in diesem Raum.

Die Region profitiert aus der Besetzung von zwei Flüssen. Die Donau und die Moldau. Die Moldau ist in der Sommersaison voll mit Kanus und Rafts, die von Hohenfurth fast bis zu Budweis driften. Die Donau ist eine gute Quelle der Touristen, weil die Schiffe aus Passau nach Budapest und zurück fahren.

Der Städtetourismus ist beträchtlich unterstützt. Das zeigt auch die Anzahl der Weltkultur Erbe UNESCO Sehenswürdigkeiten. In so kleinem Gebiet gibt es 7 verschiedene Denkmale.

5.1.2. Schwächen (Weaknesses)

Die Europaregion Donau Moldau ist „leider“ keine Marke. Es ist ein Raum mit einem Name, aber die Markenentwicklung fand noch nicht statt.

5.1.3. Gelegenheiten (Opportunities)

Eine Chance sehe ich an der tschechischen Seite und zwar im Flugverkehr.

In Budweis gibt es einen Militärflughafen, der seit 2009 repariert wurde. Die Stadt Budweis möchte den Flughafen für die Flugzeuge Boeing 737 und Airbus 320 herrichten.

Das Eco-tourismus hat ziemlich freien Raum sich entwickeln zu können. Der National Park Böhmerwald ist eine gute Basis dafür.

5.1.4. Gefahren (Threats)

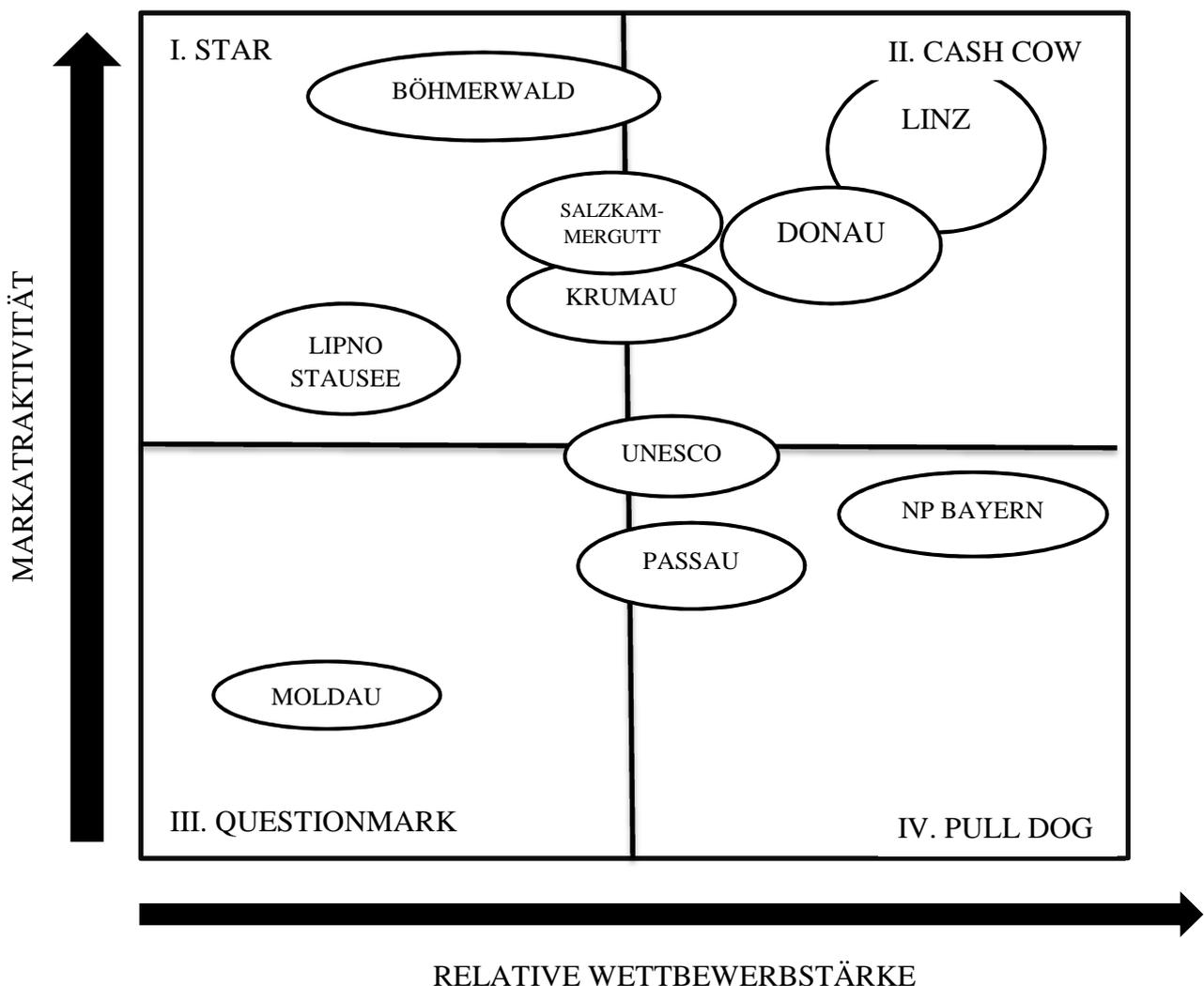
Die Knappheit der Produkte konnte verursachen, dass die Interessen für die EDM werden sinken. Sofern kein Destinationsmanagement für die EDM nicht entwickelt wird, konnte sich der Tourismus selbst regeln und das ist nicht immer geforderte Erscheinung.

5.2 Portfolio der Geschäftsfelder

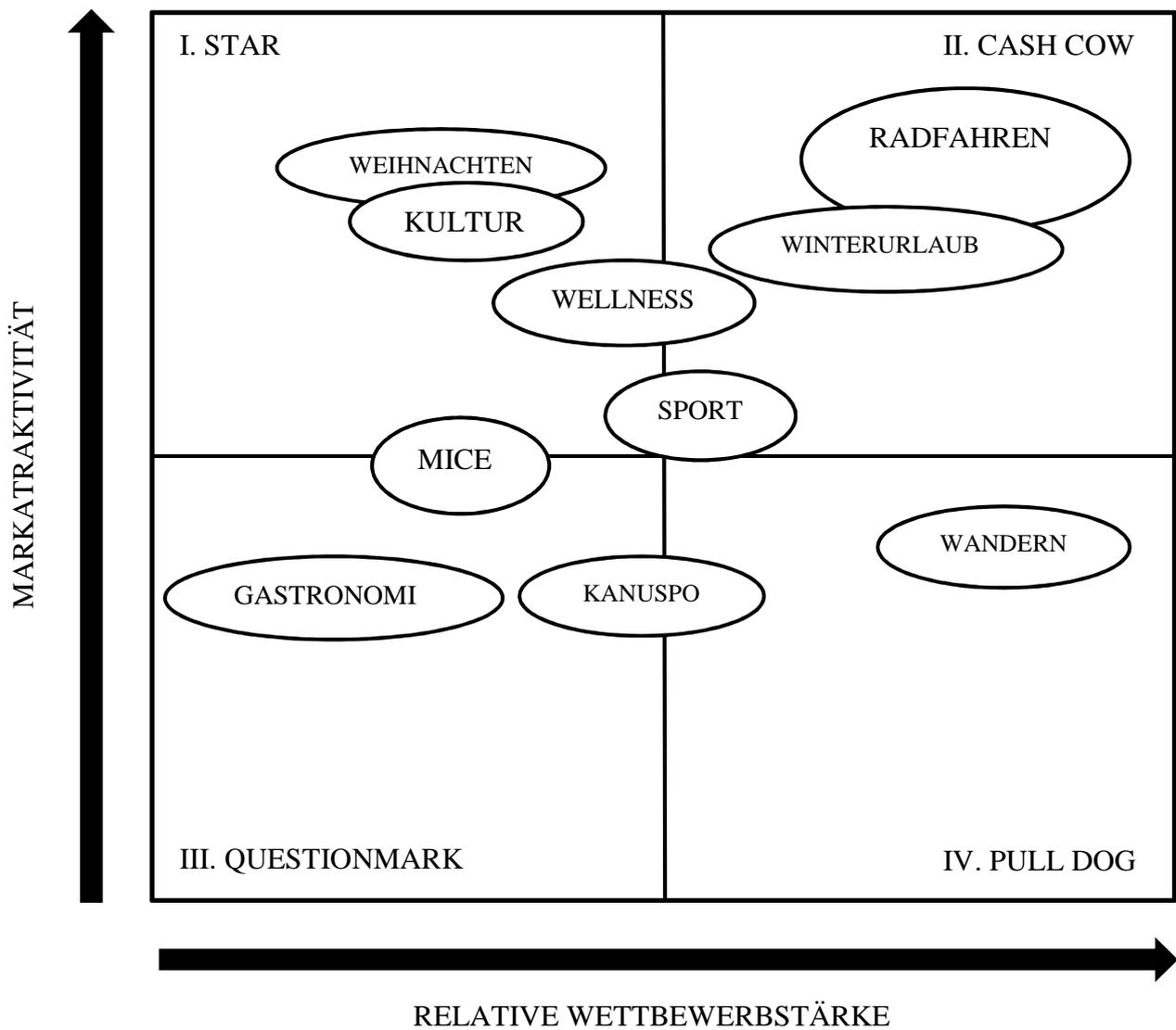
„Das Denken in Geschäftsfeldern bildet für viele Unternehmer den Grundstein der strategischen Planung. Es geht dabei darum, bestehende und potenzielle Produkte sorgfältig segmentieren Kundengruppen anzubieten beziehungsweise auf konkrete Kundenbedürfnisse zugeschnittene Produkte zu entwickeln.“ (Studienmaterialien für das Marketing, K2, Herr Mag. Michael Wöß)

Ich bereitete zwei verschiedene Portfolios vor. Das erste behandelt die Tourismusorte und Sehenswürdigkeiten in der Region. Das zweite behandelt dann den verschiedenen Typen des Tourismus. Beiden Portfolios enthalten meine eigene Ansicht und wurden von keiner Studie genommen.

5.2.1. Portfolio der Geschäftsfelder I – Tourismusorte und Sehenswürdigkeiten



5.2.2. Portfolio der Geschäftsfelder II – die Typen des Tourismus



6 Schnüren eigener Produkten für die Europaregion Donau Moldau

Als eigenen Beitrag, für diese Arbeit, arbeitete ich zwei verschiedenen Produkten aus. Das erste Produkt heißt „**In Spuren des Eiserner Vorhangs**“ und das zweite „**Aktiv-Weekend – drei Tage, drei Länder**“. Beiden Produkten sind unten diesem Text beschrieben.

6.1 „In Spuren des Eiserner Vorhangs“

„Diese Idee entstand nach der Diskussion mit der Frau Dipl. Ing. Jitka Zikmundová, MBA. Sie interessiert sich für den aktuellen Zustand des Tourismusmarktes in der EDM, und deshalb fragte ich, in welchem Bereich gibt es einen Mangel. Sie antwortete mir, dass ich ein Packet in der Region, wo sich der Eiserner Vorhang befand, herstellen könnte. Das Jahr 2014 wird Jahrestag des Eiserner Vorhangs gefeiert.“

6.1.1. Beschreibung

Potenzielle Teilnehmer dieser Reise werden die Zeit in der Region, die mit dem Eisernen Vorhang zusammen hängend ist, verbringen. Die Reise ist zweisprachig gestaltet, d.h. sie wird in beiden Länder anboten.

6.1.2. Technische Informationen

Das Produkt ist für 15-20 Pax bestimmt. Die Zielgruppe ist für Geschichte interessiert. Die Leute sind sportlich, kulturell und gesellschaftlich aktiv. Der Personenbeförderung wird mit einem Autocar besorgen. Zwei Fremdenführer werden die Gruppe begleiten.

6.1.3. Programm

Der erste Tag: Am Anfang gibt es zwei Treffpunkte, in Krumau und in Linz. (zwei Nationalitäten = zwei Sprachen). Hier ist ein Vortrag über den Eisernen Vorhang vorbereitet. Nachher treffen sich alle Teilnehmer in Hohenfurth, wo wird gemeinsames Essen stattfinden. Nach dem Essen ist die Besichtigung im Museum des Eiserner Vorhangs in der Nähe von Hohenfurth. Am Nachmittag fährt die Gruppe nach Buchwald. In dieser Stadt ist Unterkunft bestellt.

Der zweite Tag: Am Vormittag, nach dem Frühstück, fährt die Gruppe Richtung Deutschland. Bei dem Weg wird ein Halt sein, um das Denkmal des Eiserner Vorhangs anzuschauen, das sich an den Grenzen befindet. Vor dem Mittagessen kommen wir nach Neuschönau an. Hier verbringen wir ein paar Stunden im National Park Bayerischer Wald und gehen wir den Baumwipfelpfad durch. Ein kurzer Vortrag über dem Bayerischen Wald ist hier bestellt. Später am Nachmittag fahren wir weiter Richtung zurück nach Tschechien. An den Grenzen machen wir einen Halt, um einen US Militärbunker anzusehen. Am Abend kommen wir nach Volary an, wo wir auch übernachten werden.

Der dritte Tag: Nach dem Frühstück bleiben wir im Hotel und genießen das neue Hanfbad und manche Prozeduren, die das Bad anbietet. Wir werden im Hotel auch zu Mittag essen. Nach dem Mittagessen fahren wir weiter nach Neuofen. Dort werden wir Räder ausborgen und ganzen Nachmittag Rad fahren. Die Strecke führt von Neuofen nach Hohenfurth und sie ist auch auf der **Landkarte in den Beilagen**⁵ zu ansehen. Bei dem Weg werden wir natürlich Pausen für Trinken und Essen machen (das Hotel wird Lunchpaketen vorbereiten), aber außerdem auch für die Gebäude der Kompanie Neuofens, die sich 5 km von Neuofen entfernt befindet.

Am Abend kommen wir nach Hohenfurth an. Hier werden wir ein spezielles Abendessen, mit böhmerwaldischen Spezialitäten, haben. Das Menü befindet sich in den Beilagen⁶. Nach dem Abendessen haben Sie Zeit für sich selbst.

Der vierte Tag: Der letzte Tag wird ein Ruhetag sein. Nach dem Frühstück werden wir nach Bach Leonfelden in Oberösterreich fahren. Hier werden wir das Lebzeltarium der Firma Kastner besuchen. Der Besuch beinhaltet die Führung und den Vortrag über die Familie Kastner. Nach dem Besuch werden wir auch die Stadt anschauen. Zum Schluss unserer Reise werden wir gemeinsames Mittagessen haben und nach dem Essen werden wir uns verabschieden und die Gruppe wird sich wieder teilen nach den Nationalitäten. Die tschechischen Teilnehmer werden zurück nach Tschechien (Krumau) fahren und die deutschmuttersprachigen Teilnehmer werden nach Linz.

⁵ Beilage Nr.1 – Landkarte mit der markierten Strecke für das Radfahren.

⁶ Beilage Nr.2 – Das Menü für das Abendessen am dritten Tag

6.1.4. Itinerar

Der erste Tag				
09:00 – 10:45	Linz oder Krumau	Vortrag über den Eisernen Vorhang		
11:00		Abfahrt nach Hohenfurth (zwei Minivans)	aus Krumau 29,4 km aus Linz 41 km	34 min 40 min
12:00 – 13:45	Hohenfurth	Mittagsessen + Pause		
14:00 – 15:45	Hohenfurth, Mníchovice	Besichtigung des Museums des Eiserner Vorhangs		
16:00		Abfahrt nach Buchwald (mit einem Autocar)	86,5 km	96 min
17:40	Buchwald	Ankunft		
18:00	Buchwald	Unterkommen im Hotel Alpská vyhlídka		
18:00 – 19:00	Buchwald	Freizeit		
19:00	Buchwald	Abendessen		
ab 19:30		Freies Programm		
Der zweite Tag				
08:00	Buchwald	Frühstück		
09:00		Abfahrt zum Denkmal des Eiserner Vorhangs		10 min
09:45		Abfahrt nach Neuschönau	57 km	66 min
11:00	Neuschönau	Ankunft		
11:15	Neuschönau	Vortrag – Bayerischer Wald		
12:00 – 13:00	Neuschönau	Mittagspause		
13:00 – 16:00	Neuschönau	Baumwipfelpfad		
16:00		Abfahrt nach Philippsreut, Grenzübergang	26,6 km	27 min
16:30	Philippsreut	Anschauen des US Militärbunker		
17:00		Abfahrt nach Wallern	24,3 km	22 min
17:30	Wallern	Ankunft, Unterkommen im Hotel Bobík		
18:00-19:00	Wallern	Abendessen		
ab 19:00	Wallern	Freies Programm		

Der dritte Tag				
08:00	Wallern	Frühstück		
09:00 – 11:00	Wallern	Prozeduren im Hanfbad im Hotel		
11:15	Wallern	Mittagsessen im Hotel		
12:00		Abfahrt nach Neuofen	18,7 km	18 min
12:30	Neuofen	Ankunft		
13:00	Neuofen	Abfahrt mit Räder	49 km	4 – 5 St.
18:00	Hohenfurth	Ankunft, Unterkommen im Hotel Panský dům		
18:30	Hohenfurth	Spezielles Abendessen mit böhmerwaldischen Spezialitäten		
Ab 20:00	Hohenfurth	Freies Programm		
Der vierte Tag				
08:00	Hohenfurth	Frühstück		
09:00		Abfahrt nach Bad Leonfelden (mit dem Bus)	12,4 km	13 min
09:15	Bad Leonfelden	Ankunft		
09:15 – 10:00	Bad Leonfelden	Stadtbesichtigung		
10:15 – 11:00	Bad Leonfelden	Besuch des Lebzeltariums		
11:30	Bad Leonfelden	Mittagsessen		
13:00	Bad Leonfelden	Verabschiedung, Abfahrt nach Krumau oder Linz	41,7 km nach Krumau 28,3 km nach Linz	48 min 30 min

6.1.5. Marketing

Kommunikationspolitik (Promotion): Angesichts der Zielgruppe, das ideale Werbemittel ist „direkt Mailing“. Damit kann man die konkreten Personen ansprechen. Daneben, das Produkt ist für die EDM gestaltet und deshalb sollte die Reise zusammen mit der EDM präsentiert werden. Zwei Grundwege der Werbung sind Internet und Broschüren.

Für die Internetwerbung werden die Internetseiten der EDM, des OÖ Tourismus und der Südböhmische touristische Zentrale benutzt. Die Broschüren werden ausgedruckt und für folgende Zwecke verwendet: Werbung in Informationszentrums in Oberösterreich, Südböhmen und Passau. Das Produkt wird damit an touristischen Messen („Jihočeský kompas“ in Budweis, Ferienmesse Linz, die Messe Fernweh Passau) präsentiert.

Preispolitik (Price): Der Preis dieses Produktes beinhaltet Transport, Unterkunft und Verpflegung, Leihgebühr für das Rad, Eintrittskarten, Prozeduren im Hanfbad, die zwei Fremdenführer (mit der Spezialisierung für Sport- und Kulturtourismus) und die externe Mitarbeiter. Der Preis beinhaltet die Reiseversicherung NICHT!!

In dieser Tabelle sind die genaueren Kosten ausgerechnet.

Leistungen	in Euro /Gruppe	in Kronen/Gruppe
Transport	530 €	14.612,1
Unterkunft gesamt	1.849 €	50.976,93
Verpflegung gesamt	1.000 €	27.570,-
Eintrittskarten	357 €	9.842,49
Leihgebühr	218 €	6.010,26
Fremdenführer (2x)	200 €	5.514,-
Gesamtpreis/Gruppe	4.154 €* 	114.525,78*
Preis/Person	208 €	5.734,56

**der Preis ist von aktuellen Daten abhängig!!*

Produktpolitik (Product): Der Name des Produktes ist „**In Spuren des Eiserner Vorhangs**“. Die Reise wurde für eine Zielgruppe, die für Geschichte interessiert ist und kulturell, sportlich und gesellschaftlich aktiv ist, gestaltet. Das Hauptziel ist, die Plätze, die mit dem Eisernen Vorhang zusammenhängend sind, besuchen. Außer den Plätzen, gibt es auch anderen Aktivitäten, wie z.B. Radfahren und Badprozeduren, Das Nebenziel ist, die zwei Sprachräume nähern.

Vertriebspolitik (Place): Um das Produkt verkaufen zu können ist die Zusammenarbeit mit den touristischen Organisationen der EDM unentbehrlich. Weil das Produkt zweisprachig gestaltet ist, muss man die Geschäftspartner in allen zwei, bzw. drei Länder ansprechen.

6.2 „Aktiv-Weekend – drei Tage, drei Länder“

Das Produkt stellte ich selbst zusammen. Die Idee hier ist anstatt drei Länder eine Region als das Zielgebiet anzubieten. Das Produkt ist eher für Aktivurlauber zusammengestellt. Meiner Meinung nach, man muss für sie immer neuen Produkten finden um sie unterstützen und anlocken zu können.

6.2.1. Beschreibung

Die Nummer „drei“ ist symbolisch für die kurze Reise. Sie dauert drei Tage, es findet sich in drei Länder Statt und sie ist aus drei verschiedenen Sportaktivitäten zusammengesetzt, und zwar Radfahren, Wandern und Kanusport.

6.2.2. Technische Informationen

Die Zielgruppe, die ich mit diesem Produkt ansprechen möchte, sind jüngere und sportliche Leute, welche das Abenteuer mögen. Die Reise ist ebenfalls zweisprachig gestaltet und wird von zwei Fremdenführern mit der Spezialisierung für Sporturlaub begleitet. Die mögliche Anzahl der Teilnehmer sind 15-20 Leute.

6.2.3. Programm

Der erste Tag: Der Treffpunkt ist in Linz für alle Teilnehmer. Der erste Tag ist im Zeichen vom Radfahren. Wir werden uns die Räder in Linz ausborgen. Die Strecke führt von Linz nach Schlägen und nachher nach Passau⁷. Wir werden entlang der Donau nicht ganz 100 km fahren. Dafür haben wir ganzen Tag. Mit Ruhe-, Essen- und Trinkpausen werden wir auf der Strecke acht Stunden verbringen. Alles ist vom Wetter abhängig. Wir kommen gegen 18 und 19 Uhr nach Passau an. Hier werden wir zu Abend essen und übernachten. *(Die Räder werden zurück nach Linz geschickt)*

Der zweite Tag: Nach dem Frühstück werden wir mit dem Bus von Passau nach Waldkirchen fahren. Der zweite Tag ist im Zeichen von Wandern. Wir werden den Goldenen Steig begehen, jedoch nicht ganzen, sondern nur den Teil von Grainet bis zu Wallern⁸. Es sind ungefähr 31 km. Die Strecke dauert mit ein paar Stopps für das Essen und Trinken 7 - 8 Stunden. Die Strecke führt durch die Städte Grainet-Haidmühle-Tusset-Wallern. Wir kommen nach Wallern zwischen 17 und 18 Uhr. Wir werden uns unterkommen und im Hotel zu Abend essen.

⁷ Beilage Nr.3 – Die Landkarte mit der markierten Strecke für das Radfahren; Donau

⁸ Beilage Nr.4 – Die Landkarte mit der markierten Strecke für das Wandern

Der dritte Tag: Wir werden im Hotel frühstücken und nachher fahren wir mit dem Zug in der Richtung Lenora zur Haltestelle „Soumarský most“. Der dritte Tag ist im Zeichen von Kanusport. Die Haltestelle ist unser Ausgangspunkt. Hier werden die Kanus auf uns warten. Die Strecke, von Soumarský most bis Neuofen⁹, ist insgesamt 19 km lang und vom Anfang bis zum Ende dauert das Kanufahren 6,5 – 7 Stunden. Auch hier werden wir ein paar Stopps machen. Sobald wir nach Neuofen ankommen, werden wir die Kanus abgeben und verabschieden. Von Neuofen gibt es zwei Busen, einen nach Linz und zweiten nach Krumau.

6.2.4. Itinerar

Der erste Tag				
08:00	Linz	Treffpunkt bei der Donau, am Urfahrnermarkt		
09:00 – 18:00 (19:00)	Linz – Schlägen - Passau	Radfahren (mit Stopps)	55,8 km + 40,9 km	
18:00 (19:00)	Passau	Ankunft, Unterkommen im Hotel Innsento		
20:00	Passau	Abendessen		
Der zweite Tag				
07:30	Passau	Frühstück im Hotel		
08:30		Abfahrt nach Grainet	42 km	45 min
09:15	Grainet	Ankunft		
09:30 – 16:30 (17:30)	Grainet – Haidmühle – Tusset - Wallern	Wandern (mit Stopps)	31 km	
16:30 (17:30)	Wallern	Ankunft, Unterkommen im Hotel Bobík		
18:00	Wallern	Abendessen		

⁹ Beilage Nr.5 – Die Landkarte mit der markierten Strecke für den Kanusport

Der dritte Tag				
07:30	Wallern	Frühstück im Hotel		
08:44		Abfahrt mit dem Zug	6 km	7 min
09:00	Soumarský most	Ankunft		
09:30 – 14:00 (15:00)	Soumarský most – Pěkná - Neuofen	Abfahrt mit den Kanus	19 km	
14:00 (15:00)	Neuofen	Ankunft		
15:00		Verabschieden, Abfahret entweder nach Krumau oder Linz	40 km nach Krumau	38 min
			82 km nach Linz	103 min

6.2.5. Marketing

Kommunikationspolitik (Promotion): Ich möchte mit diesem Produkt jüngere Leute, die sportlich aktiv sind, ansprechen. Ich dachte zwei Weisen, wich ich das Produkt präsentieren könnte, aus. Die erste Weise ist das Produkt als abenteuerliche Reise durch drei Länder. Die zweite Weise ist das Produkt als Reise für „Singles“ mit dem Ziel, neue Leute können zu lernen, bzw. neue Beziehung finden zu können.

Preispolitik (Price): Der Preis enthaltet: das Unterkunft, die Verpflegung – Halbpension, Transport, Leihgebühren und die Fremdenführer. Der Preis beinhaltet die Reiseversicherung NICHT!!

In dieser Tabelle sind die genaueren Kosten ausgerechnet.

Leistungen	in Euro /Gruppe	in Kronen/Gruppe
Transport	147,6 € / 223,2 €**	4.069,3 / 6.153,6**
Unterkunft gesamt	860 €	23.701,2
Verpflegung gesamt	280 €	7.719,6
Leihgebühr	550 €	15.163,5
Fremdenführer (2x)	150 €	4.135,5
Gesamtpreis/Gruppe	1.987,6 € / 2.063,2 €**	54.798,2 / 56.882,4**
Preis/Person	99.4 € / 103,2 €	2.739,9 / 2.844,1

**der Preis ist von aktuellen Daten abhängig!!*

*** das Unterschied im Preis ist der Ausstiegsort*

Produktpolitik (Product): Das Produkt wurde gestaltet um die jüngeren Leute für die EDM anzulocken. Das Produkt heißt „Aktivweekend – drei Tage, drei Länder“. Die Zielgruppe sind junge, sportlich aktiv Leute. Im Zusammenhang mit der Kommunikationspolitik ist die Zielgruppe entweder für Abenteuer orientiert oder sie sind Singles.

Vertriebspolitik (Place): Auch hier ist die Unterstützung von der EDM wichtig. Weil es um jüngere Altersgruppe geht, ist es notwendig anderen Werbemitteln suchen. Hier kann man sehr wohl die sozialen Netzwerke, wie z.B. Facebook oder Twitter, ausnutzen. Das Produkt ist in der Kategorie Sporttourismus, deswegen finde ich nutzbringend, mit verschiedenen Sportclubs zusammenarbeiten.

7 Abschluss

„Ich hoffe, dass die Arbeit Ihnen gefiel und zum Schluss möchte ich für Sie die Informationen noch einmal kurz zusammenfassen.“

Die Grundidee ist grenzüberschreitend zu arbeiten und sich gegenseitig zu unterstützen. Die EDM versucht den richtigen Weg auf den Tourismusmarkt zu finden, um sich auf dem Markt positionieren zu können. Für die Zukunft ist es wichtig, die EDM als eine Marke zu bilden und neuen Produkten zu entwickeln.

Die Angaben der Organisation der EDM, die am wichtigsten sind, sind, die festgelegten Zeilen zu erreichen, die Administrationshandlung zu erledigen, die Anträge für die Finanzunterstützung aufzugeben und die Aufsicht aufzunehmen.

Die touristische Organisationen und Verbände aus den drei Ländern sollten zusammen arbeiten, damit das Wirken von Tourismus in der Region zweck- und gleichmäßig ist. Das betrifft aber nicht nur die Organisationen und Verbände im primären Sektor (Hotels, Restaurants, Verkehrsmittel), sondern auch im sekundären Sektor (Veranstaltungen, Agrotourismus, Wellness, Animation ...).

Meine private Meinung nach der Region ist, dass die Region für den Inlandstourismus sehr wichtig ist und für den Tourismus Europas ebenfalls. Falls die Region eine internationale Bedeutung bekommen hätte, würde es für die Region neuen Zielgruppen bringen.

Die Abschlussarbeit machte mir viel Spaß. Dank der selbständiger Arbeit und meiner Forschung nach den Informationen gewann ich viele neue Erkenntnisse und lernte viele neue Leute aus dem Fach kennen. Ich möchte mich hier bei ihnen bedanken, dass die für mich behilflich waren und alle meine Fragen beantworteten. **Speziell möchte ich mich bedanken bei:**

der Frau Dipl. Ing. Jitka Zikmundová, MBA

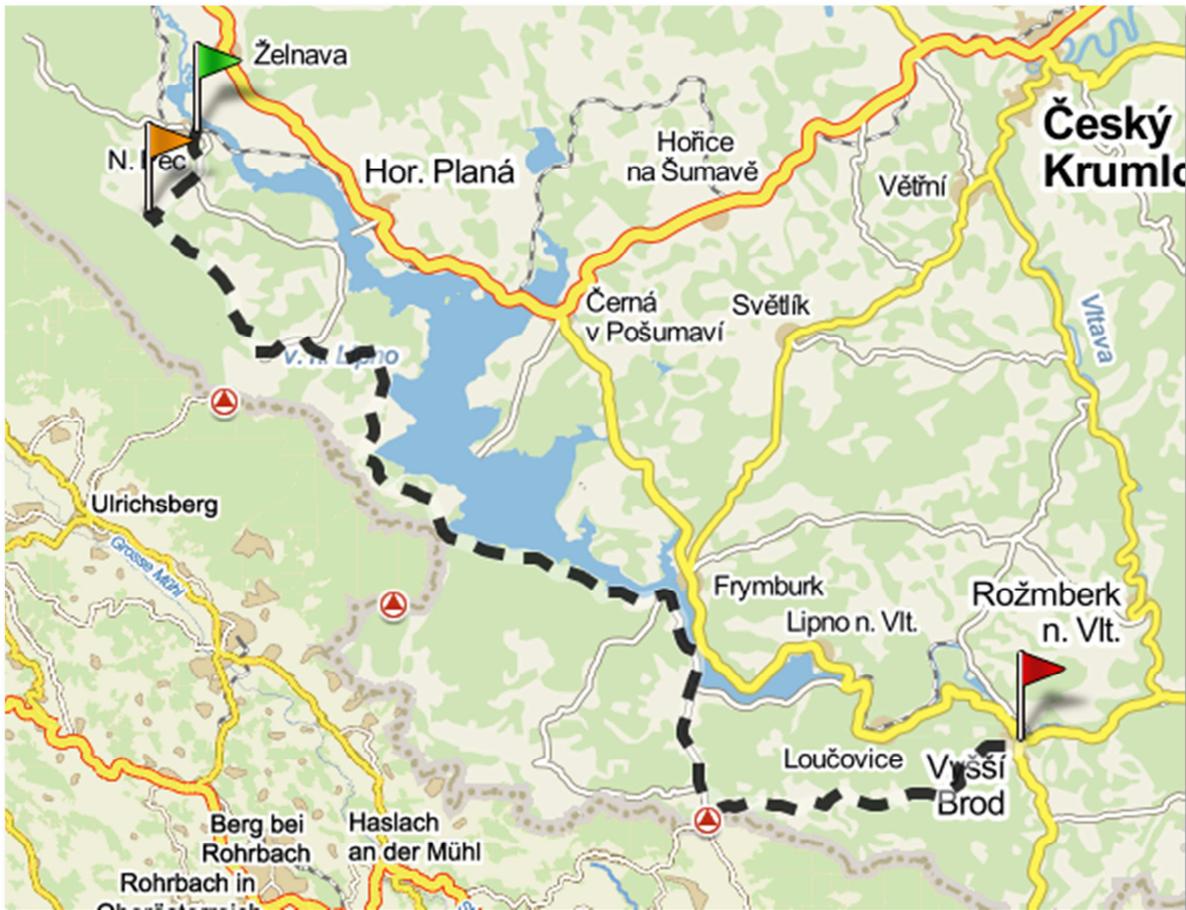
der Frau Ivana Křížáková

dem Herrn Mag. Michael Wöß

Danke sehr Ihnen!!!

Beilagen

Beilage Nr.1 – Die Landkarte mit der markierten Strecke für das Radfahren (www.mapy.cz)



Erläuterungen:

- **die grüne Flagge** → Neufen; der Ausgangspunkt
- **die orangen Flagge** → Klápa; die Gebäude der Kompanie Neufens
- **die rote Flagge** → Hohenfurth; der Zielpunkt

MENÜ

Suppe/Polévka

Erdäpfel-Dill Suppe / Kulajda

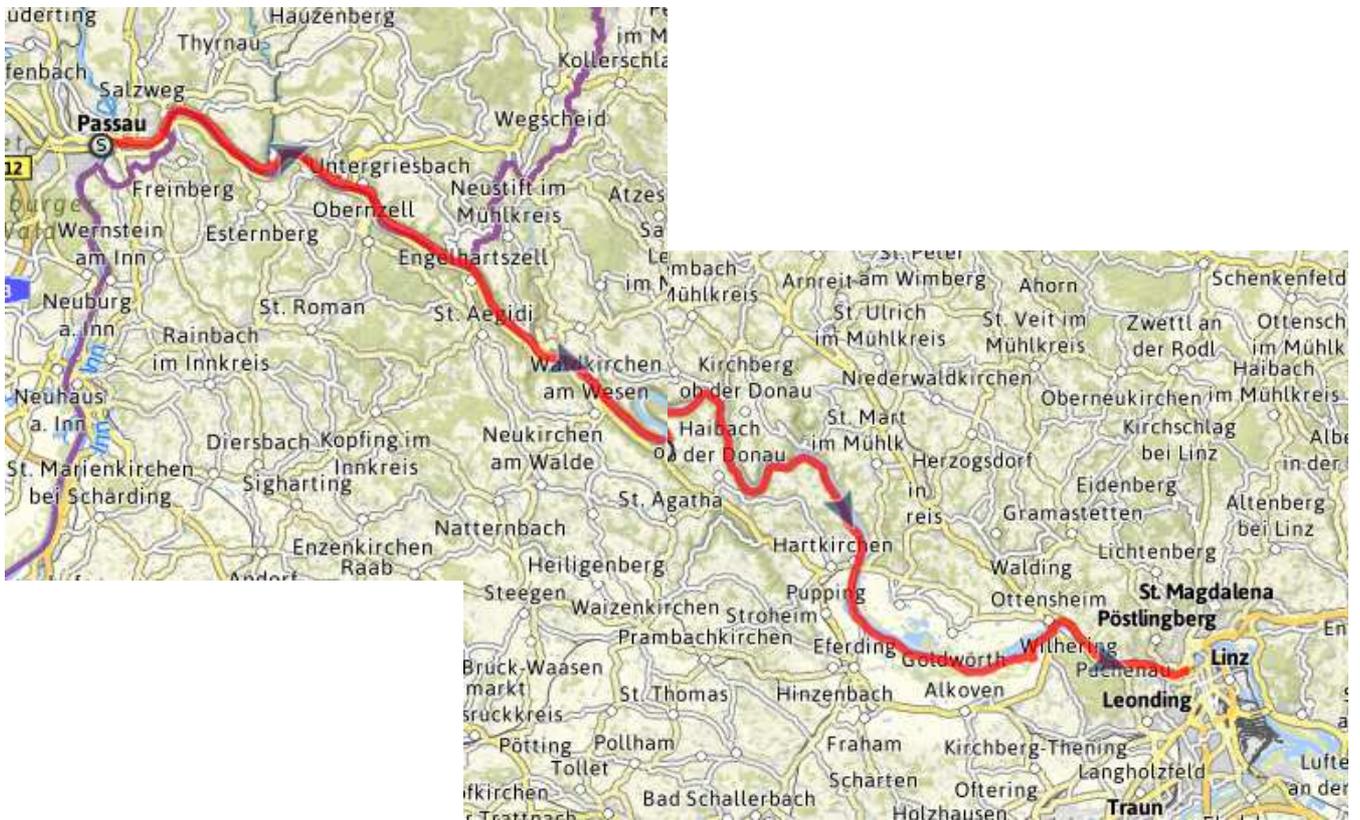
Hauptspeise / Hlavní chod

„Krautbuchteln“ / Zelníky

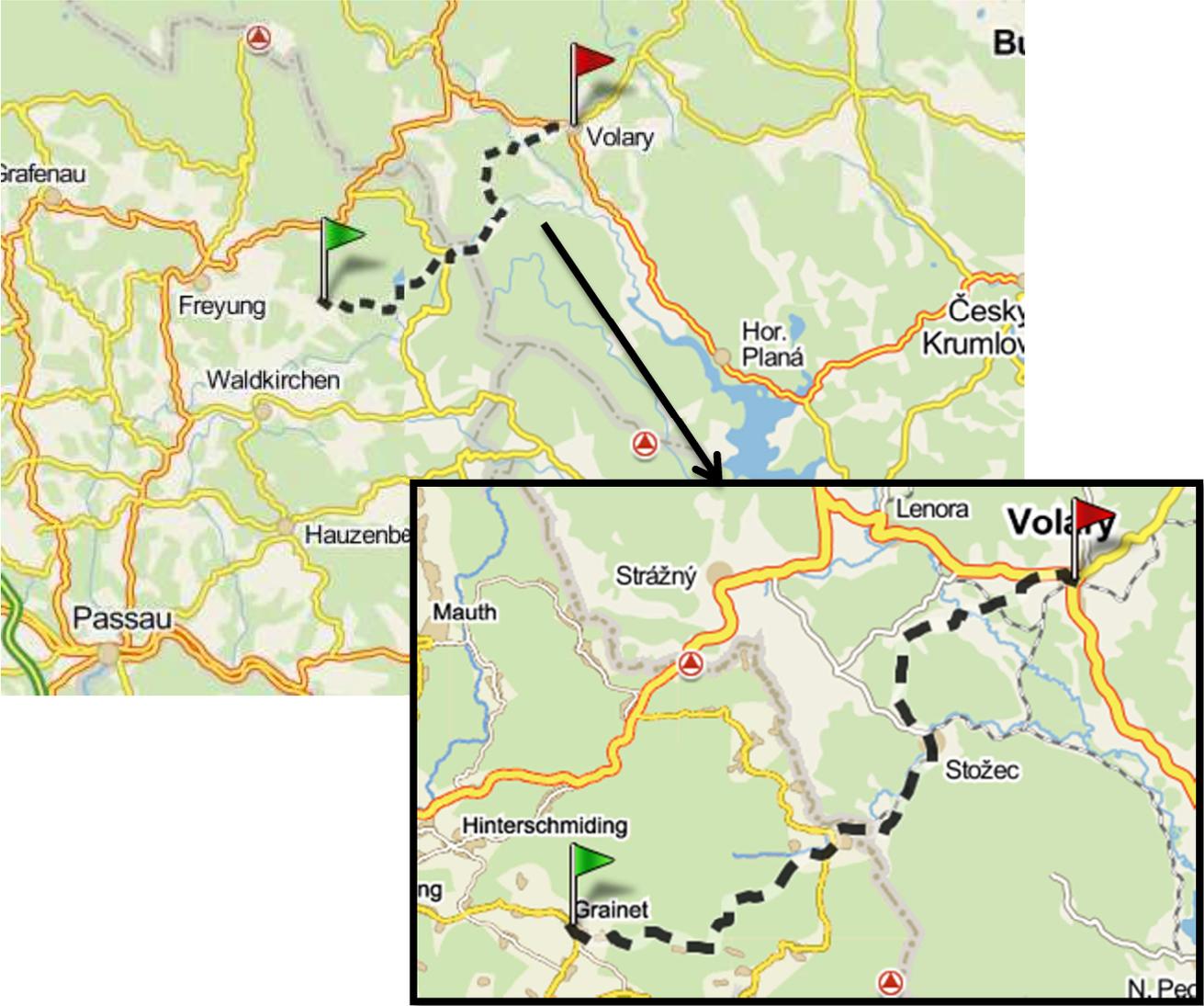
Dessert / Desert

Kaiserschmarren / Trhanec

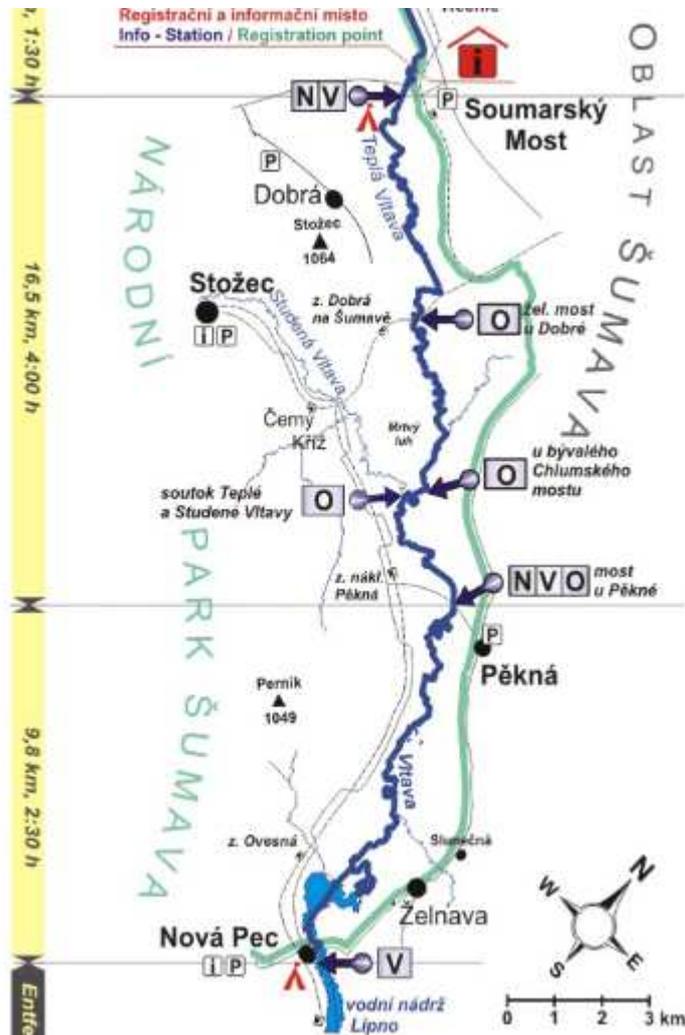
Beilage Nr.3 – Die Landkarte mit der markierten Strecke für das Radfahren, Donau
(www.donauradweg.at)



Beilage Nr.4 – Die Landkarte mit der markierten Strecke für das Wandern (www.mapy.cz)



Beilage Nr.4 – Die Landkarte mit der markierten Strecke für den Kanusport
 (www.npsumava.cz)



Literaturverzeichnis

1. Internetquellen

<http://www.alpskavyhlidka.cz/>
http://www.baumwipfelpfad.by/bwp_de/index.php
<http://www.bayern-im-web.de/oberpfalz/>
<http://www.donauradweg.at/de/start.html>
<http://www.evropskyregion.cz/de/>
<http://www.geosumava.cz/web/>
<http://www.hotelbobik.eu/>
<http://www.hotel-innsento.com/>
<http://hotelpanskydum.cz/hlavni>
<http://itras.cz/zelezna-opona-bucina/>
<http://www.jccr.cz/>
http://www.kastner-austria.at/?page_id=39
<https://maps.google.cz/maps?hl=cs&tab=wl>
<http://www.mapy.cz/>
<http://www.niederbayern.de/>
<http://www.niederoesterreich.at/portal/default.asp>
<http://www.npsumava.cz/cz/1059/1800/clanek/>
<http://www.oberoesterreich-tourismus.at/>
[http://ona.idnes.cz/poklady-nasi-kuchyne-0r6-
/recepty.aspx?c=A120716_104700_recepty_job](http://ona.idnes.cz/poklady-nasi-kuchyne-0r6-
/recepty.aspx?c=A120716_104700_recepty_job)
<http://www.ostbayern-tourismus.de/>
http://radil.sweb.cz/ceska_republika/mnichovice/mnichovice.htm
<http://www.tourismus-bayern.de/>
<http://www.turisturaj.cz/>
<http://www.tourismus.passau.de/Passauerleben.aspx>
<http://www.vysocinatourism.cz/index.php>
<http://www.wikipedia.at/>
http://cs.wikipedia.org/wiki/Hlavn%C3%AD_strana

2. Interviews

- a. Frau Dipl. Ing. Jitka Zikmundová, MBA, an der Tourismuskonferenz 2013, Linz
- b. Frau Ivana Křižáková, aus dem EDM-Büro

3. Zeitschriften

- a. Land Oberösterreich, Europaregion Donau Moldau, Die Aufbau der Europaregion Donau Moldau, 2012, S 10
- b. Land Oberösterreich, Europaregion Donau Moldau, Ziele, Strategie und Organisation, 2012, S 8
- c. Studienmaterialien für das Marketing, K2, Herr Mag. Michael Wöß