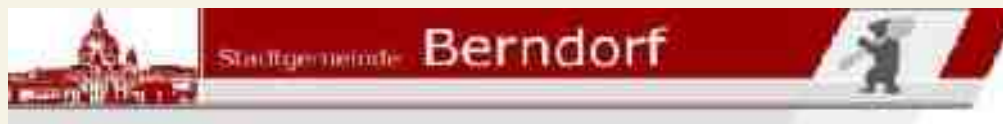
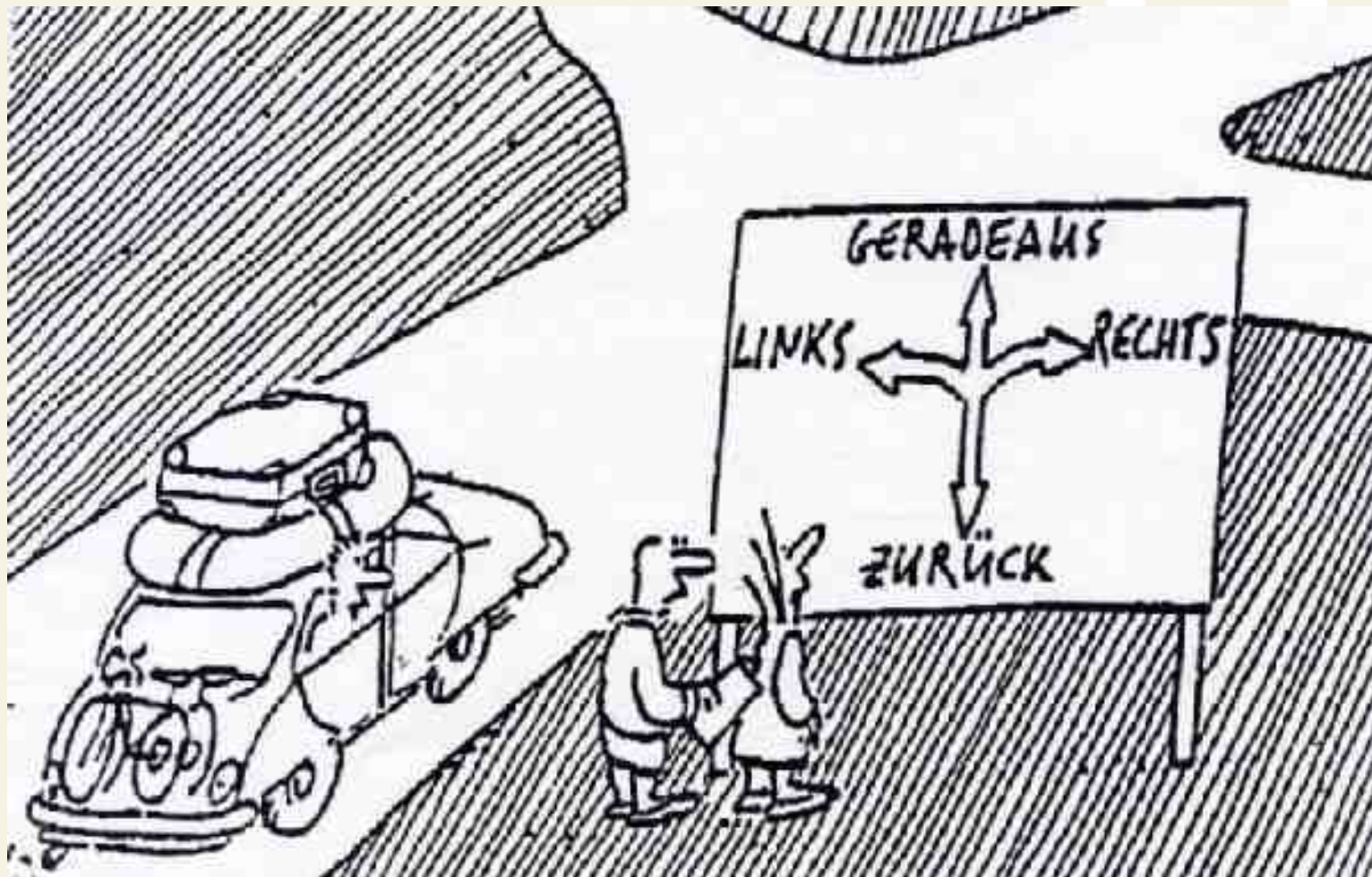


Touristische Entwicklungs- & Themenweg-Konzeption Stadtgemeinde Berndorf

Gemeinderat Berndorf Mai 2011



con.os tourismus.consulting gmbh



Bis hierhin ... und wie weiter?

Status Quo

Potentialanalyse

Positionierung

Angebots- und
Produktstrategie

Marketing- und
Kommunikations-
strategie

Organisations-
strategie

Status Quo

Potentialanalyse

Positionierung

Angebots- und
Produktstrategie

Marketing- und
Kommunikations-
strategie

Organisations-
strategie

I. STATUS QUO

Der Wettbewerb...



Wo wir sind, ist oben.



... warum zu uns?



... ein Stück vom Kuchen

Fazit

- Gute Standortvoraussetzungen
 - für eine dynamische touristische Entwicklung
 - für ein intaktes natürliches Angebot
 - für sich entwickelnde Angebotsstrukturen
- Solide Basisinfrastruktur
- Erkennbar engagierte Unternehmen und Unternehmer



... gute Basisvoraussetzungen!

Fazit

- Stagnierende Attraktions-Struktur, da einige „Top Ausflugsziele“ im unmittelbaren Umfeld
- fehlendes Dach-Thema
- Zu wenig „wertschöpfungsbringende“ Tourismusangebote
- Stadt liefert kein unmittelbares „Besuchsmotiv“
 - fehlende Dynamik in den kleineren Betrieben
 - fehlende Highlights
- etc.



... freizeitwirtschaftlicher Handlungsbedarf!!!!

Status Quo

Potentialanalyse

Positionierung

Angebots- und
Produktstrategie

Marketing- und
Kommunikations-
strategie

Organisations-
strategie

Stärken & Herausforderungen

Stärken/Erfolgsfaktoren	Herausforderungen
• Stadttheater: Der Überraschungseffekt (= Besonderheit) ist das kleine und außergewöhnliche Haus. ☐ unerwartete Qualität der Location ☐ Künstler schätzen die Atmosphäre	• Breitenwirksamkeit - Was kann Berndorf der breiten Masse bieten? - Welche Zielgruppe soll angesprochen werden?
• Krupp als Person: Die Stadt Berndorf ist neben der Stadt Essen diesbezüglich einzigartig	• Die zeitgemäße Breitenwirksamkeit der Person Krupp aufrecht erhalten
• Positives Image des renommierten Bestecks sowie positives Image der Stadtgemeinde Berndorf als kreative Ideenwerkstatt des Bestecks. ☐ Das Produkt hat nahezu jeder in der Hand gehabt – es „menschelt“	• Sicht- und Spürbarmachung des Berndorf-Besteck, obwohl es keine Produktion mehr gibt. - Möglichkeit eines Brandlands durch - zeigen der Produktion - nicht zeigen der Produktion
• Stilklassen (jedoch nicht ständig zugänglich)	• Freibad

Stärken & Herausforderungen

Stärken/Erfolgsfaktoren	Herausforderungen
• krupp stadt museum	• Familienorientierung, Kinderfreundlichkeit
• Berndorf als Freilichtmuseum „Reißbrettstadt“ und somit Muster der Stadtarchitektur	• Schaffung von Tourismusbewusstsein (Innenmarketing) und Touristiker-Kooperationen
• Guglzipf-Naturoase	• Schaffung und Forcierung einer qualitativen Kulinarik
• Naherholungsangebot, Radwege, Wanderwege	• Förderung des gastronomischen Engagements
• Berndorfbär	
• Monatlicher Stadtmarkt	
• Positives Programmimage des Stadttheaters: Humor, Komödie, Vergnügen	
• Villa am Brand	
• Michael Niavarani als neuer Intendant und Person □ thematische Bekanntheit	

Status Quo

Potentialanalyse

Positionierung

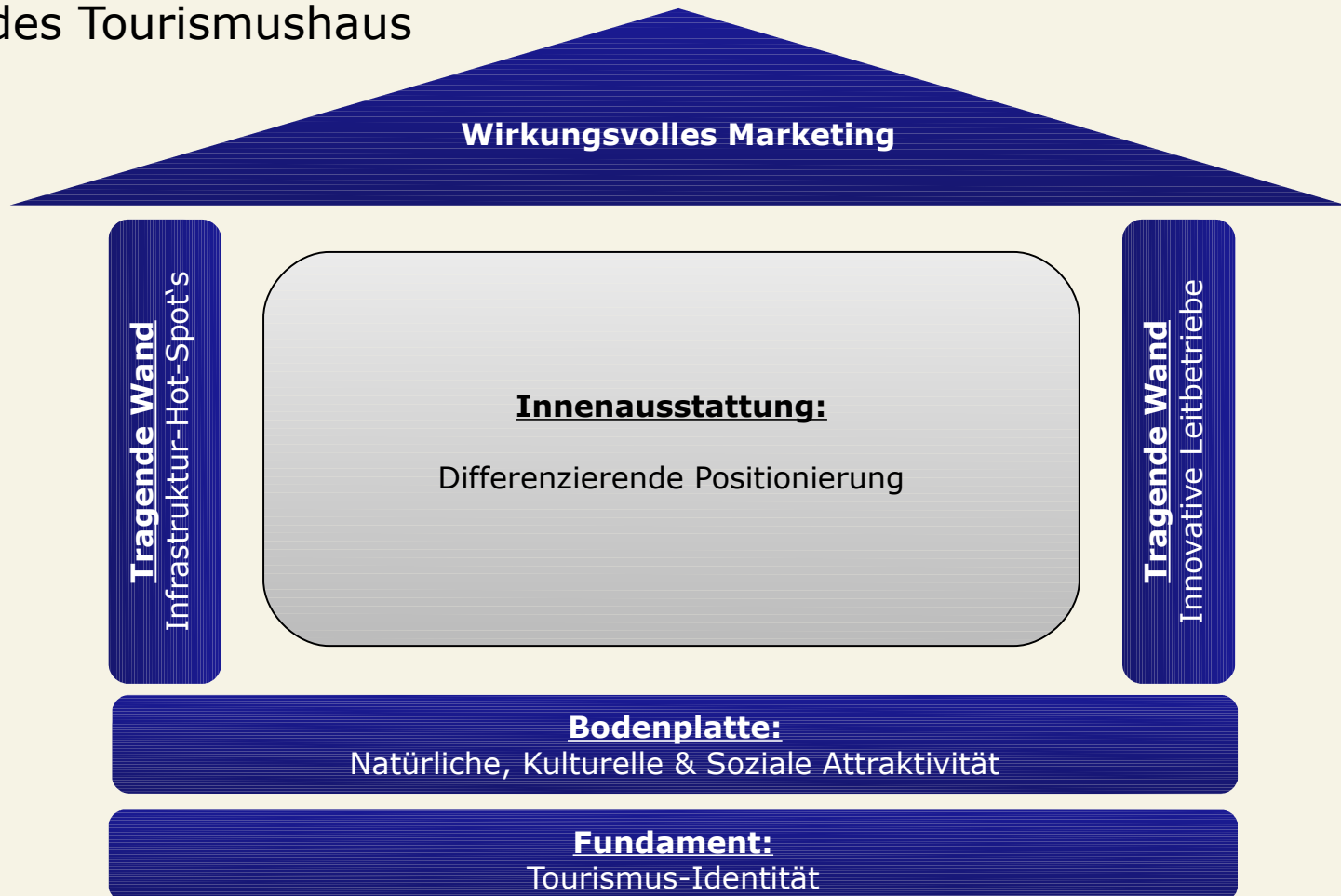
Angebots- und
Produktstrategie

Marketing- und
Kommunikations-
strategie

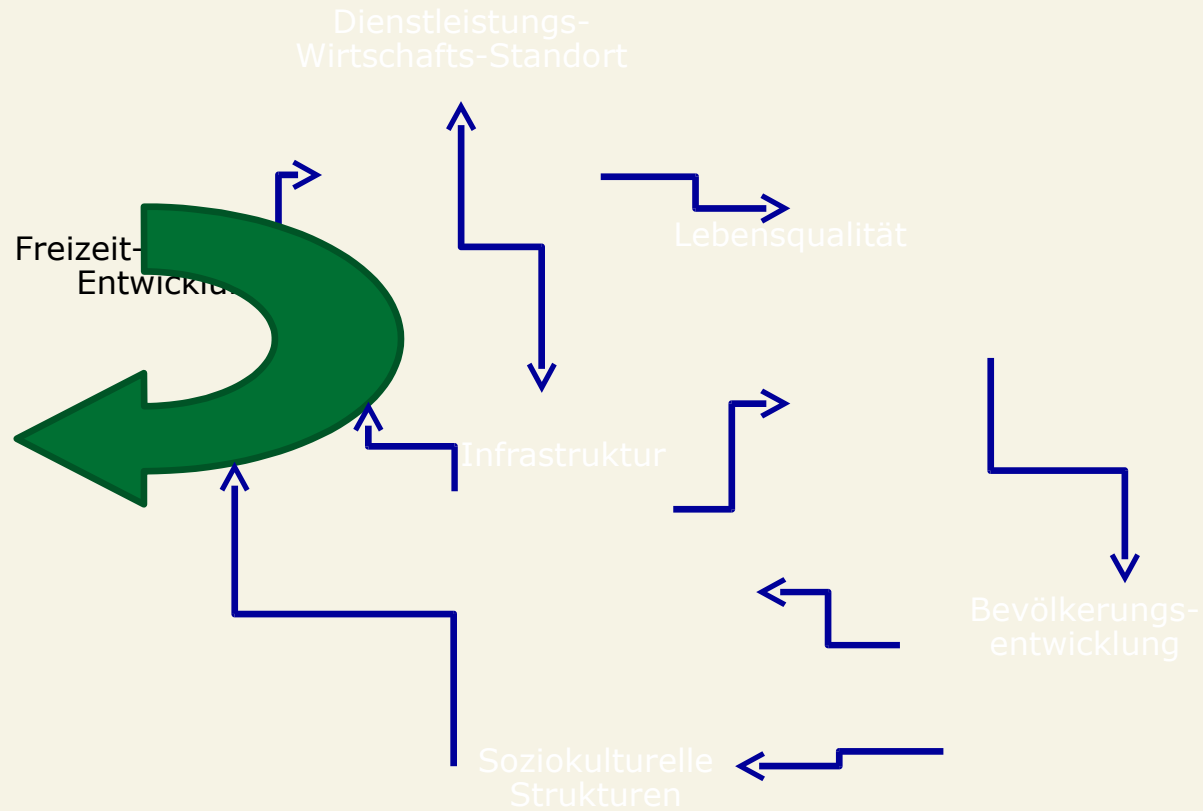
Organisations-
strategie

Grundlagen erfolgreicher und nachhaltiger Tourismusedwicklung

... ein solides Tourismushaus



Allgemeine Tourismusstrategie „Berndorf“



Status Quo

Potentialanalyse

Positionierung

Angebots- und
Produktstrategie

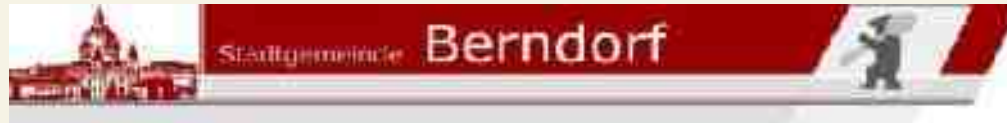
Marketing- und
Kommunikations-
strategie

Organisations-
strategie



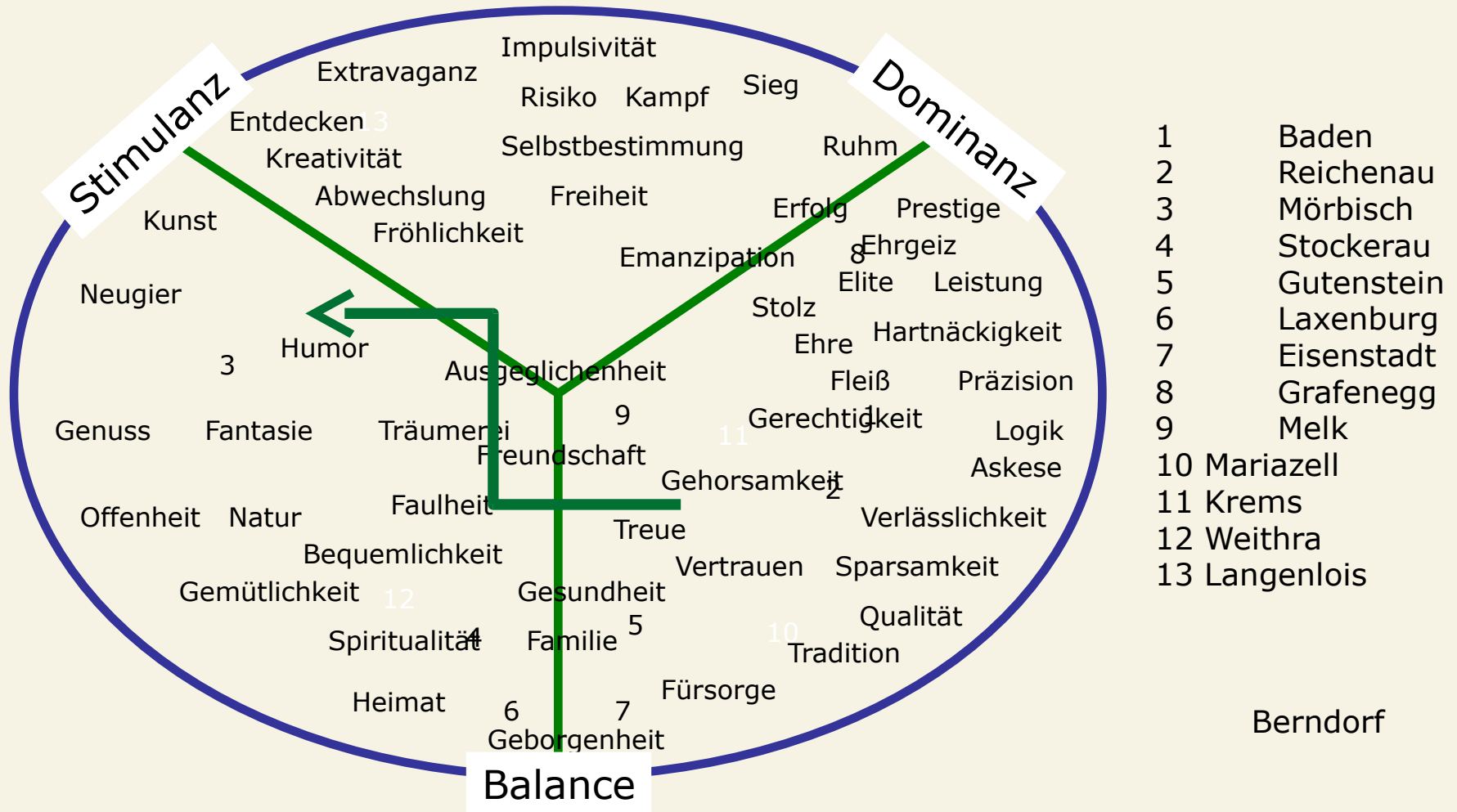
EIERLEGENDE WOLLMILCHSAU (*Lanalaeporca ova ponens*)





?

Positionierungsstrategie „Berndorf“



Schaufenster-Strategie:



Status Quo

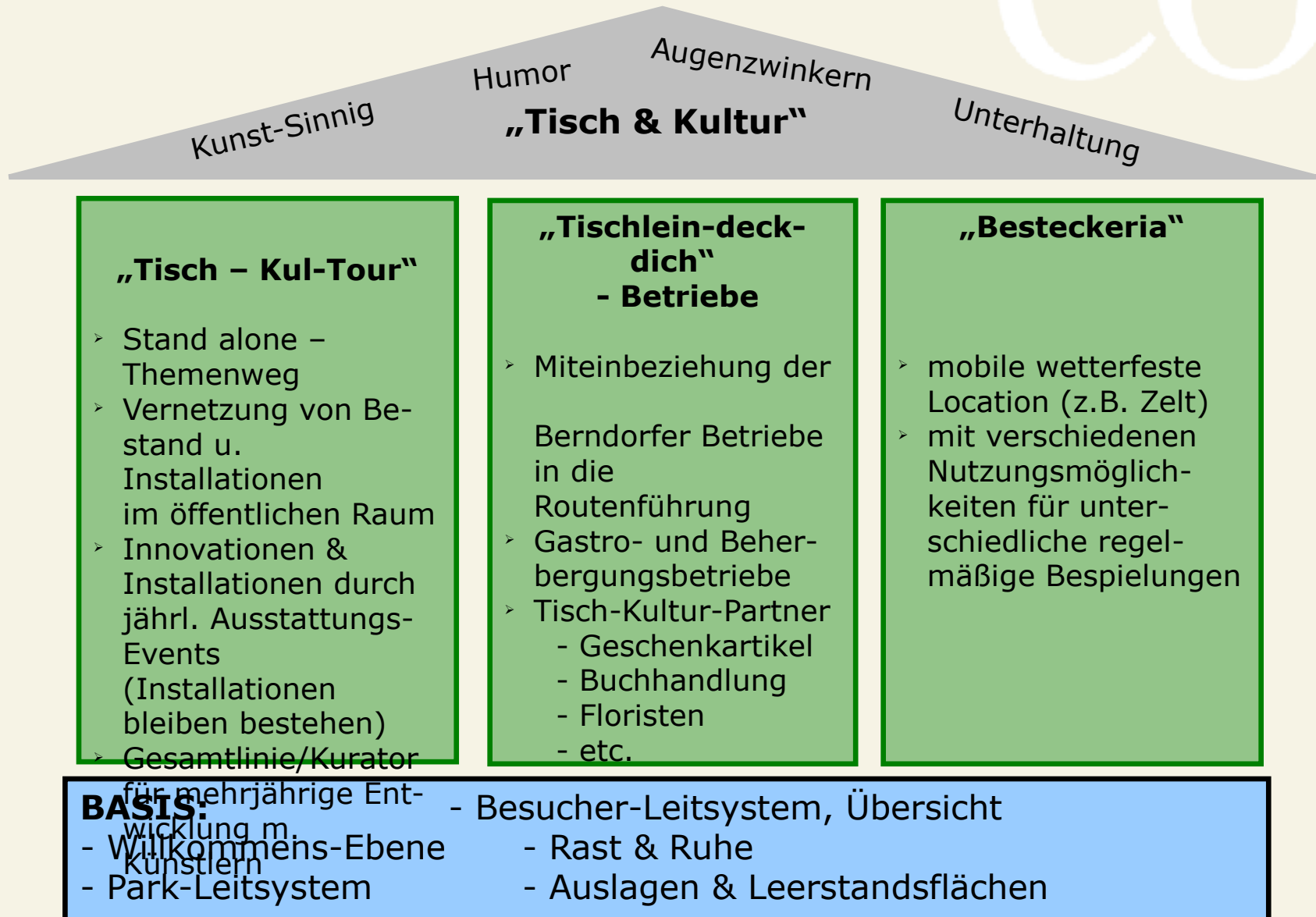
Potentialanalyse

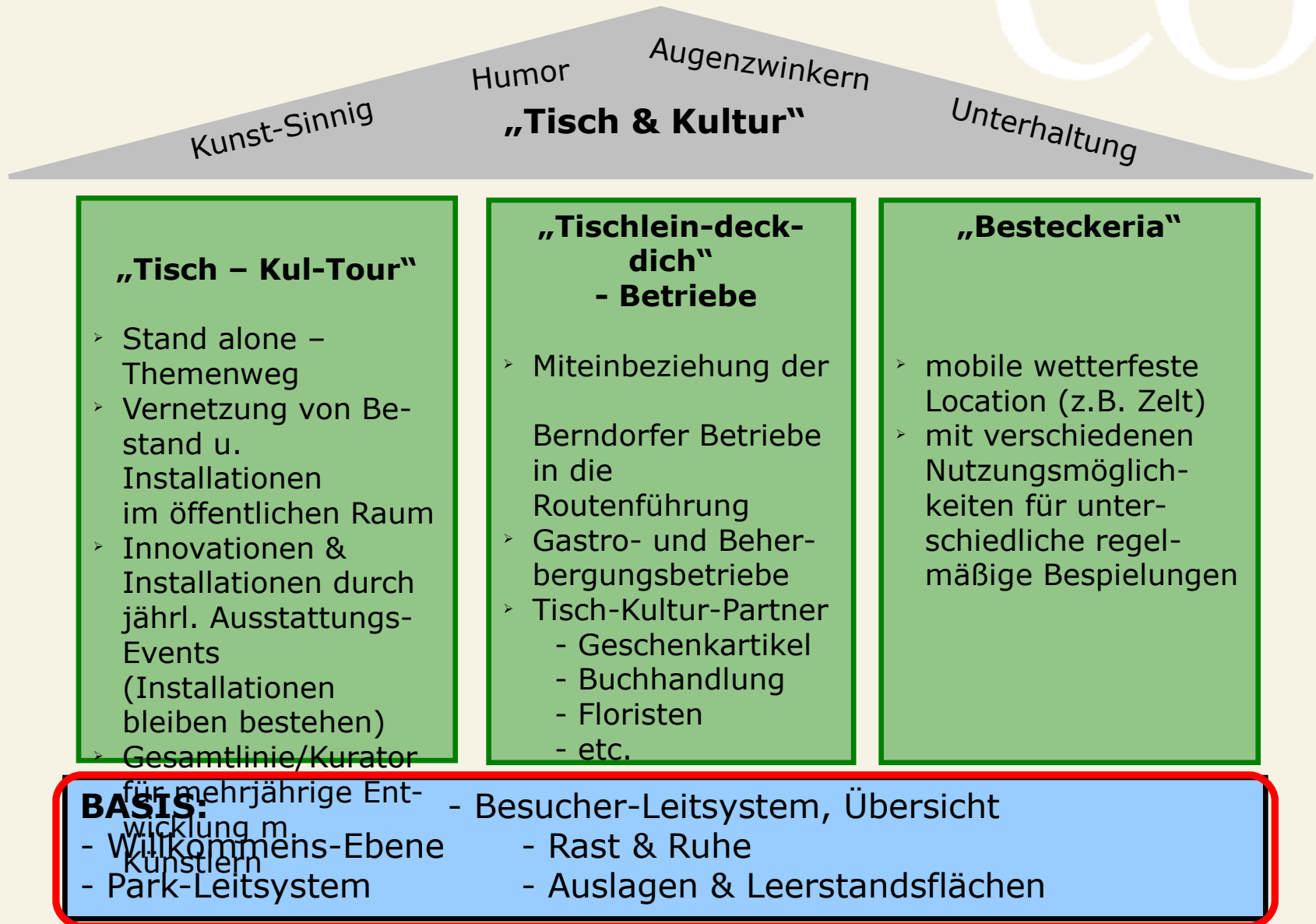
Positionierung

Angebots- und
Produktstrategie

Marketing- und
Kommunikations-
strategie

Organisations-
strategie





Umzusetzende Basis-Maßnahmen:

1. Thematisch abgestimmte **Willkommens-Elemente** an den relevanten Ortseintrittsbereichen, um einen möglichst **unverkennbaren Ersteindruck** zu schaffen
2. Entwicklung eines innovativen **Besucher-Leit-Systems** sowie **thematischen Übersichts- und Info-Tafeln** an neuralgischen Punkten entlang des Weges



H
e
r
z
l
i
c
h
W
i
l
k
o
m
m
e
n



3. Optimierung/Überarbeitung des **Parkleitsystems** und Schaffung eines **attraktiven Ersteindruck-Bereichs** am zentralen Ausgangspunkt der Besucher
4. Dekorative Gestaltung von **Auslagen und Leerstandsflächen**, um das Thema „**Tischkultur**“ sicht- und spürbar zu machen



5. Schaffung von thematisch angepassten und ausreichend vorhandenen **Rast- & Ruhe-Plätzen**



Geografische Festlegung der Basis-Maßnahmen

Folgende Basis-Maßnahmen müssen im Zuge der Etablierung des Themenweges berücksichtigt bzw. festgelegt werden:

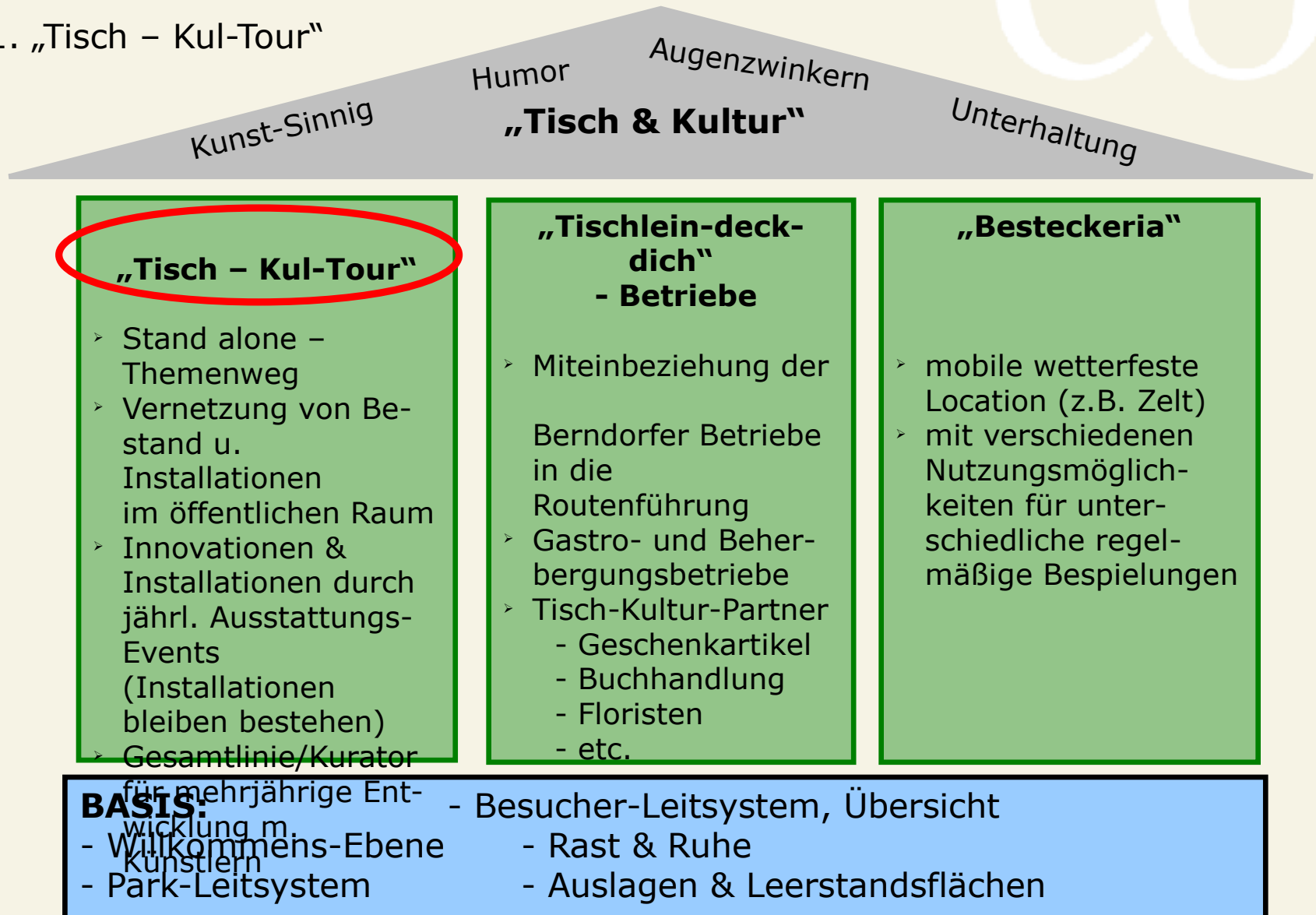
O = Gestaltung der
Ortseintrittsbereiche

I = Infostellen

E = Empfangs- und
Infrastrukturbereich



4.3.1. „Tisch – Kul-Tour“



Die **künstlerischen, Tischkultur-bezogenen Installationen** stellen Attraktionspunkte entlang der Routenführung dar und sollen von Künstlern in **Zusammenarbeit mit einem Kurator** geschaffen werden.

Dazu soll – voraussichtlich auch etappenweise – im Rahmen von speziellen Events vorgegangen werden, um

- **längerfristige Ausstellungen** der Tischkultur-Objekte, sowie
- eine **thematische Durchgängigkeit** bzw. einen „**roten Faden**“ des Themenwegkonzeptes zu gewährleisten.



Beispiele für von Künstlern gestaltete Attraktionspunkte zum Thema Tischkultur

2) Grundlegende Angebotsanforderungen

Der Themenweg soll neben den Tischkultur-Objekten durch folgende Elemente **attraktiv** und **thematisch gestaltet** werden:

- innovatives **Leitsystem**
- thematisch abgestimmte **Beschilderungen**
- **Genuss-** bzw. **Rast-** und **Ruheplätze** (Sitzelemente)
- **Thematische Spielelemente** und **-attraktionen**
- Gestaltung von **Parkflächen** bzw. **öffentlich zugänglichen Flächen** (bspw. Zaun bei Berndorf AG)
- etc.



Dramaturgie des Themenweges

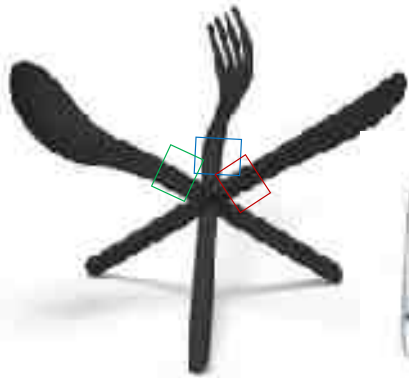
Das Themenweg-Konzept soll sich in **drei thematische Weg-Schleifen** gliedern, die eine **Gesamt-Weglänge von rund 6 – 7 Kilometer** aufweisen und sowohl durch das **städtische Gebiet** als auch durch das **Naturgebiet** Berndorfs führen.

Die Weg-Schleifen sind jeweils in der **Optik eines Besteck-Teiles** angelegt und mit **thematisch unterschiedlichen Schwerpunkten** belegt:

- **Löffel-Rundweg**
Be-steckender Genuss: Kulinarisch-sinnliche Runde durch den Ort und den Park vor dem Theater
- **Gabel-Rundweg**
Be-steckende Geschichte(n): Interaktive und entdeckungsorientierte Aufbereitung der Krupp-Geschichte
- **Messer-Rundweg**
Be-steckender Spaß: Spiel- und Spaß-Schleife mit Besteck und Genuss-Aufbereitungen auf den Guglzipf

Bildliche Darstellung des Themenweg-Konzeptes

Löffel-Rundweg
Gabel-Rundweg
Messer-Rundweg



Wegweiser



Gabel-
Rundweg



Messer-Rundweg



Löffel-
Rundweg

● = Ausgangspunkt der Themenwege (Start/Ziel); Gesamt-Wegstrecke: rd. 6-7km

Bildliche Darstellung des Themenweg-Konzeptes

Die Aufbereitung des Themenweges erfolgt unter Einbezug der Berndorfer Betriebe (= Tischlein-deck-dich – Betriebe).

★ = Tischlein-deck-dich – Betriebe:

- 1 **Hotel Kaiservilla**
- 2 **Waldhütte Guglzipf**
- 3 **Gasthaus Groß** in Veitsau
- 4 **Buchhandlung/Geschenk-
artikel Kral** (Robert Ivancich)
- 5 **Gasthaus Neuwirt**
- 6 **Kreativstub'n Susi**
Rottensteiner – Dekoartikel
- 7 **Angie's TRIUMPH-Shop**
- 8 **Berndorf-Besteck Shop**
- 9 **Optik Krämer**
- 10 **Bäckerei/Konditorei Stangl**

...sowie weitere interessierte
Berndorfer Wirtschaftsbetriebe



Routenführung des Themenweges

Löffel-Rundweg

Ausgangspunkt ist der K.-Kieslinger-Platz ->
Stadttheater, Marienkirche ->
Verbindungsweg über die Arbeitersiedlungen
oder die Hernsteiner Straße zum Gabelweg ->
ebenfalls möglich: direkte Verbindung zum
Messerweg



Dramaturgie des Themenweges

Löffel-Rundweg

Be-steckender Genuss: Kulinarisch-sinnliche bzw. entspannende und erholsame Runde durch den Ort und den Park vor dem Theater



Routenführung des Themenweges

Gabel-Rundweg

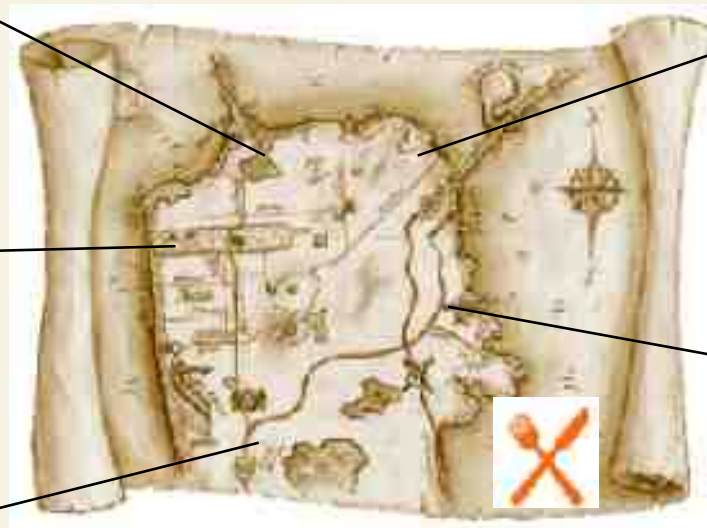
Beginnend am Krupp-Platz -> **Krupp-Denkmal** -> entlang der Kruppstraße -> **Margaretenkirche** -> auf die Dörflingerstraße -> **Krupp-Mausoleum** -> Verbindungsweg Idagasse -> **Eiserner Bär** -> Richtung Veitsau (Berndorf IV.Bezirk) -> über die Essentherstraße -> Verbindungswege zum Messerweg



Dramaturgie des Themenweges

Gabel-Rundweg

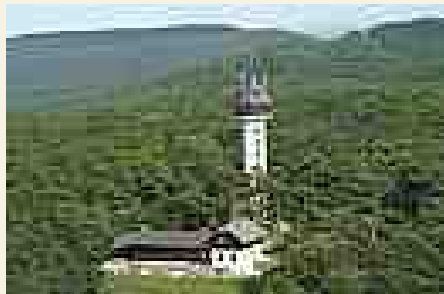
Be-steckende Geschichte: Interaktive und entdeckungsorientierte Aufbereitung der Krupp-Geschichte



Routenführung des Themenweges

Messer-Rundweg

Waldwanderung führt zur Aussichtswarte und Schutzhütte **Guglzipf** -> Verbindungsweg über die **Jubiläumswarte** -> über Verbindungsweg gelangt man zum Messerweg -> **Krupp-Tempel** -> zurück zum Kennedy-Platz oder man nimmt den Verbindungsweg über die Triesting -> **Theater-Park** -> zurück zum Löffelweg



Dramaturgie des Themenweges

Messer-Rundweg

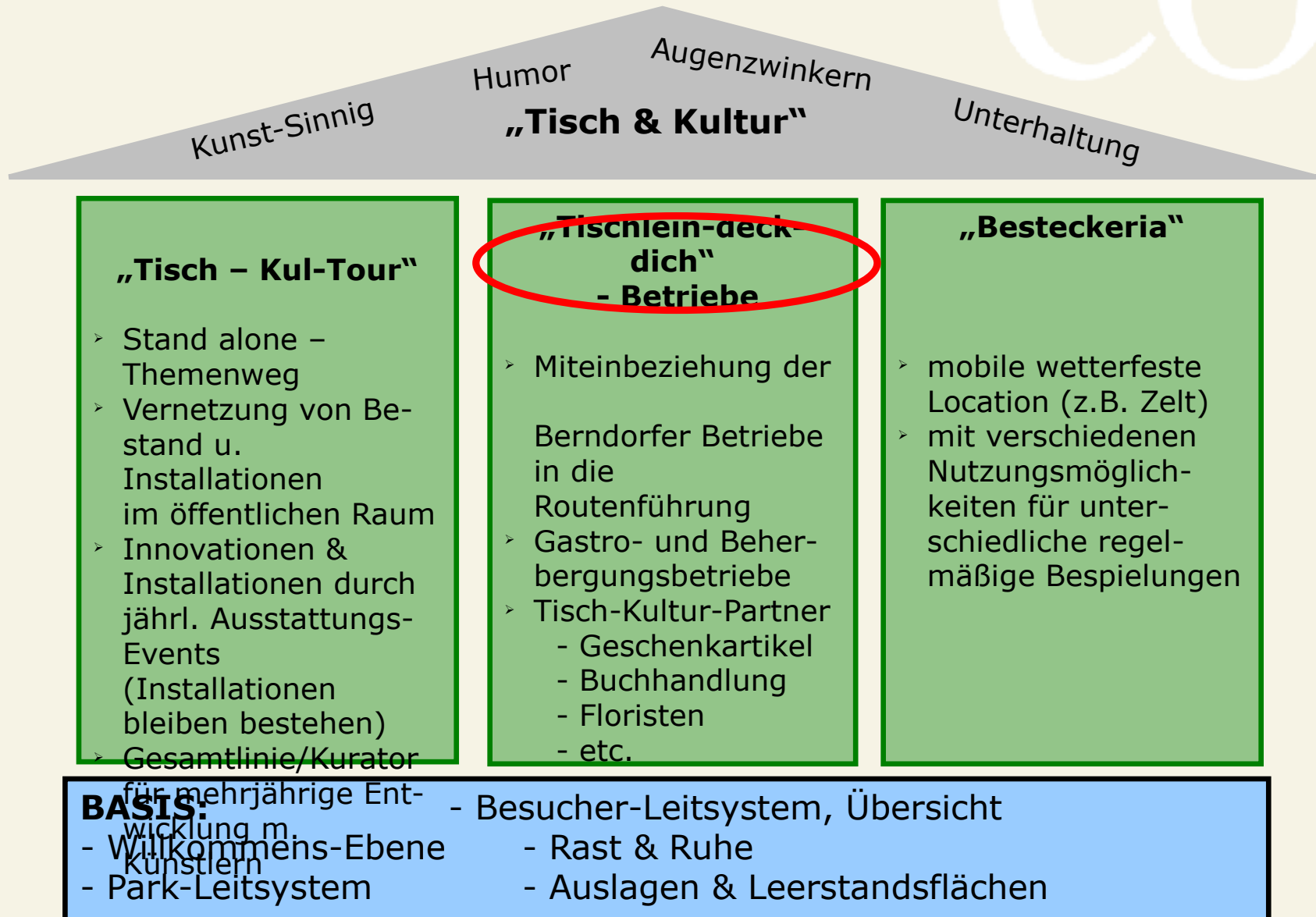
Be-steckender Spaß: Spiel- und Spaß-Schleife mit thematischen Spiel-, Rätsel-, Quiz- und Interaktions-Stationen und Elementen auf dem Weg zum Guglzipf



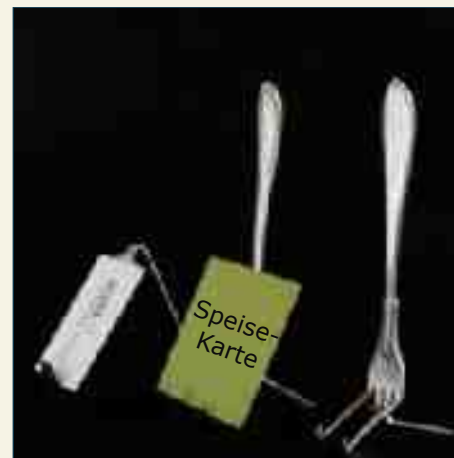
4) Bewirtschaftungskonzept

Um aus dem Themenwegkonzept auch eine **Wertschöpfung für die Stadtgemeinde Berndorf** generieren zu können, wurde folgendes Bewirtschaftungskonzept erarbeitet:

- **indirekte Bewirtschaftung**
...durch eine Partnerschaft mit den Berndorfer Wirtschaftsbetrieben, die in die Routenführung eingebunden werden.
- **Hilfsmittel-Bewirtschaftung**
...durch die Konzeption eines „Schatzkarten-Modells“, das den Besuchern einen Erlebnis-Mehrwert bietet und ggf. gegen ein kleines Entgelt bei den Partnerbetrieben bzw. im Kulturzentrum erworben werden kann.
- **direkte Bewirtschaftung**
...durch das Angebot von Spezial- und Sonderführungen entlang der Themenwege, die um Kulinarik-Präsentationen bzw. Präsentationen von Tisch-Kultur-Produkten im Shop oder entlang der Route erweitert werden. Dazu werden spezielle Packages entwickelt (z.B. eine geführte Picknick-Tour auf den Guglzipf, etc.).



Beispiele für eine thematische Ausrichtung der Gastronomiebetriebe



Beispiele für die thematische (Angebots-)Ausrichtung sonstiger Betriebe



Deko- und Geschenkartikel

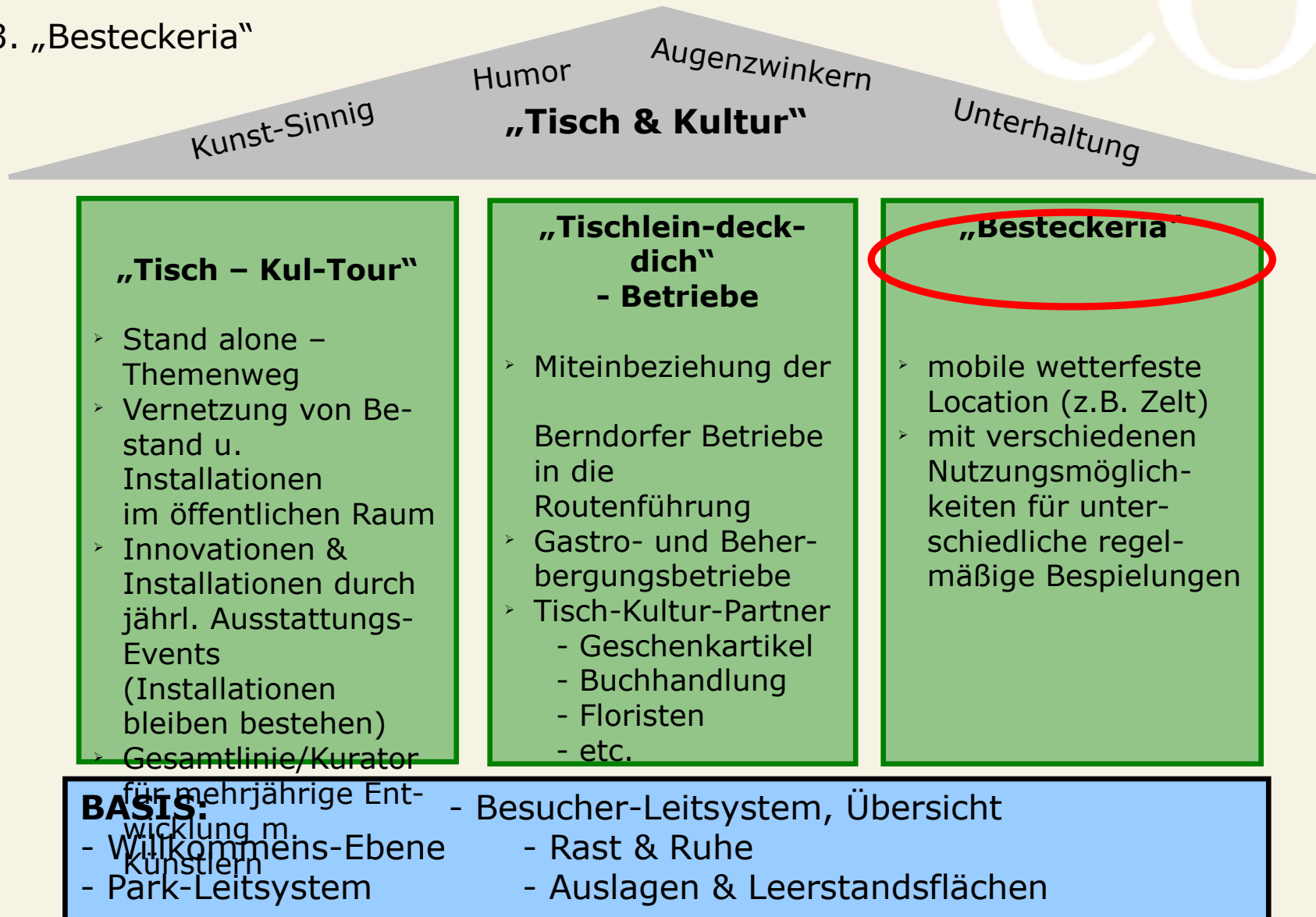


Floristen bzw.
Tischwäsche

Buchhandlungen



4.3.3. „Besteckeria“



Die Besteckeria soll eine **mobile, wetterfeste Location** (z.B. Zelt in der Art eines „Palazzo“) mit hohem **Aufmerksamkeits- und Identifikationspotenzial** sein, das für unterschiedliche **Bespielungen** regelmäßig genutzt werden kann. Je nach Anlassfall wird die Besteckeria in einem **wechselnden Umfeld** (z.B. in Parkanlagen, im städtischen Umfeld, im Industriegelände, etc.) aufgestellt.



Anmerkung: diese Bilder sind nur beispielhafte Darstellungen; die detaillierte Ausführung wird in der Detailkonzeption geprüft.

Zusatznutzen: Zusätzlich zu dieser Verwendung kann das Zelt **alternativen Nutzungsmöglichkeiten** zugeführt werden (z.B. für Veranstaltungen von Ortsvereinen, Schulen, der Feuerwehr, Rotes Kreuz, etc.)

Bespielungsmöglichkeiten

- (Dauer-)Ausstellung von „Tisch-Kultur-Objekten“ junger Künstler;
□ die Kunst-Objekte werden als Attraktionspunkte zu langfristigen Bestandteilen des Themenweges
- „Berndorfer Tischkultur-Tage“: Ausstellung zu den Berndorfer Besteck-Skurrilitäten
- Besteck-Design – Wettbewerbe
- „Die längste Tischkultur-Tafel Österreichs“
- etc.

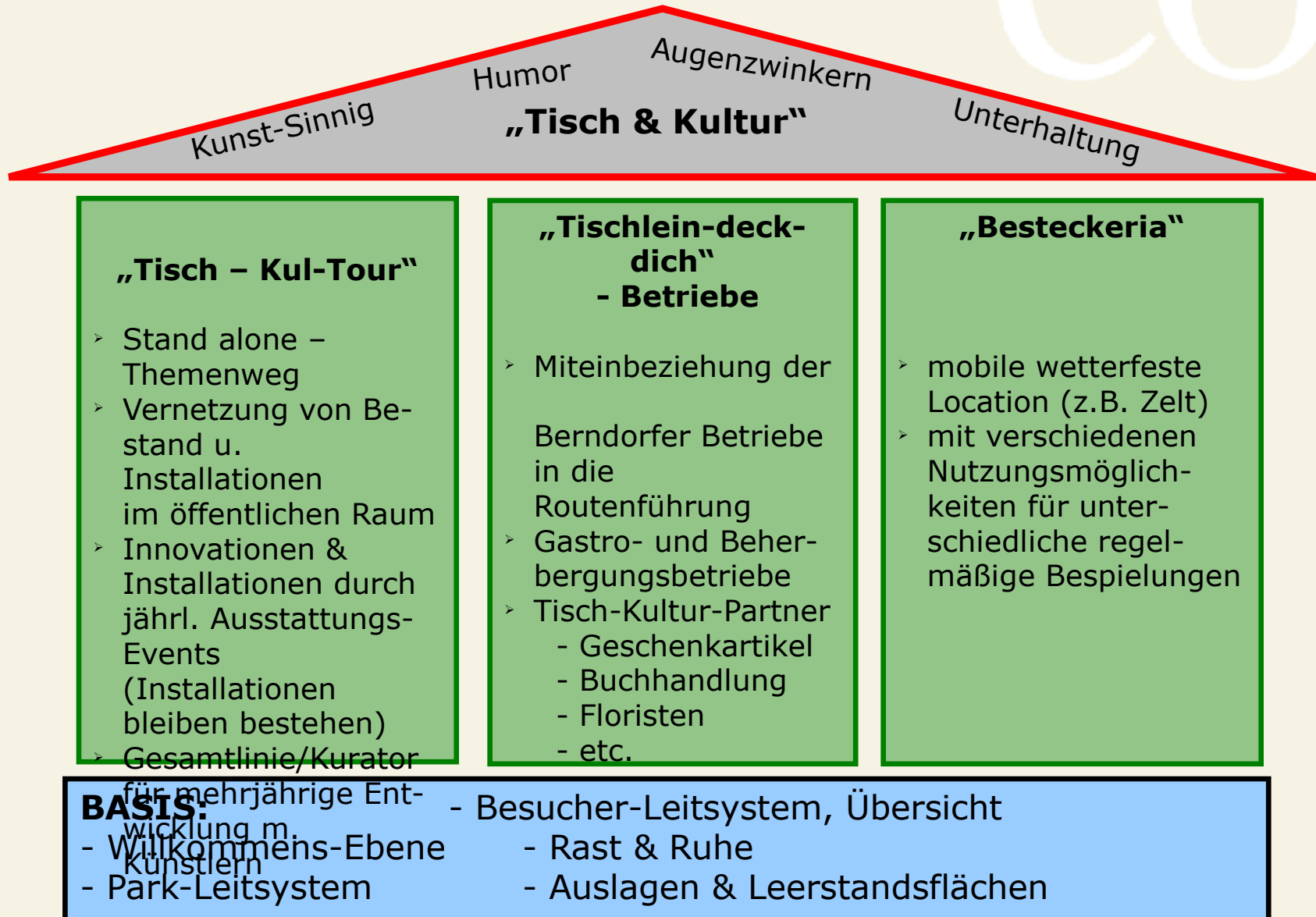


...Veranstaltungen, die jeweils temporär von **thematisch passenden (gewerblichen) Umfeld-Partnern** begleitet werden

zum Beispiel:

- Besteck-Schmuck zum Verkauf
- Kinder können selber Besteck schmieden
- Besteck-Skulpturen selbst herstellen
- etc.





Folgende Möglichkeiten stehen zur Verfügung, um die Angebote im Rahmen des Themenweges entsprechend attraktiv und thematisch aufzubereiten:

- **Angebotsaufbereitung und Jahresinszenierung**

- Setzen von Jahresschwerpunkten *Sommerfestspiele Juli – September*
- „Füllen“ des Jahreskreises mit Angeboten
- ausgehend vom momentanen Kulturprogramm

- **Events & Veranstaltungen in der Besteckeria**

- junge Künstler kreieren „Tisch-Kultur“-Objekte
Kunstobjekte werden im öffentlichen Raum präsentiert, von der Bevölkerung bewertet und anschließend prämiert
- „Berndorfer Tischkultur-Festival “
Bevölkerung stellt ihre Besteck-Skurrilitäten aus
- Besteck-Design – Wettbewerb
- die längste Tischkultur-Tafel der Welt
- etc.

Zu den Veranstaltungen werden jeweils wertschöpfungsgenerierende Maßnahmen gesetzt.



- **Gruppen-Planung**
 - Organisation von Gruppenangeboten
- Setzen von **Schwerpunkten** und **Saisonsmottos** gemeinsam mit den „Tischlein-deck-dich“ – Betrieben“
 - gemeinsame thematisch passende Gerichte
 - einheitliche Tischkultur-Aufsteller und Deko-Elemente
 - etc.
- Entwicklung von **Themen- und Zielgruppen-Packages**
 - z.B. „Berndorfer Tischkultur-Package“
- **Gutscheine und Bonifikationen**
 - Bsp. Mostviertler Mostbaron-Taler



Status Quo

Potentialanalyse

Positionierung

Angebots- und
Produktstrategie

Marketing- und
Kommunikations-
strategie

Organisations-
strategie

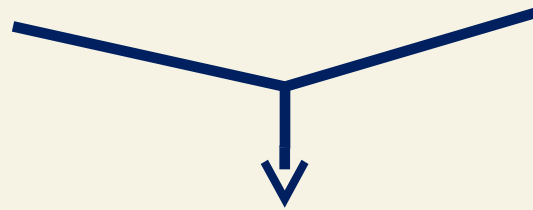
Organisations-Konzept

Die Bewirtschaftung bzw. Organisation ist wie folgt vorgesehen:

strategisches Kooperationsteam

Projektgremium
bestehend aus Vertretern:

- Berndorf Besteck
- Stadtgemeinde Berndorf
- Büro für
Tourismusangelegenheiten
- Kulturzentrum



Besteckeria

Tisch-Kul-Tour

Tischlein deck dich

operatives Steuerungsteam

Büro für
Tourismusangelegenheiten

in Zusammenarbeit mit dem

Kulturzentrum

1. Grundsätzliche Umsetzungsentscheidung der Stadtgemeinde / Beschlussfassung
2. Definition des Finanzrahmens / der Eigenmittel-Dimension für Phase 1
3. Finanzierungs- , Förder- und Unterstützungs-Klärung
 - mit den Partnern
 - dem Land Niederösterreich
4. Umsetzungsplanung & Realisierungsbeginn im ausfinanzierten Rahmen





**Wer aufhört besser zu werden,
hat aufgehört gut zu sein!**

