

# Marktpotentialanalyse für die Erlebnisregion Ochsenkopf Gemeinden Bischofsgrün, Fichtelberg, Mehlmeisel, Warmensteinach

## Gesamtbericht



WOHLFÜHLREGION  
FICHELBERGEBIRGE



Das Projekt wird gefördert durch das Bayerische Staatsministerium für Ernährung, Landwirtschaft und Forsten und den Europäischen Landwirtschaftsfonds für die Entwicklung des ländlichen Raums (ELER)

# Marktpotentialanalyse für die Erlebnisregion Ochsenkopf

## Inhalt

1. Bisherige Befragungsergebnisse (Tourismusbarometer 2007/2009, Image- und Marktpotentialanalyse 2008)

2. Modul 1: Desk Research

3. Modul 2: Ortsbegehung (17./18. Mai 2010)

4. Modul 3: Besuch von Referenzregionen und Experteninterviews (04. - 06. August 2010)

5. Modul 4: Interviews mit Anbietern vor Ort (23. - 26. Juni 2010)

6. Modul 5: Regionale Telefonbefragung (Oktober 2010)

**7. Handlungsempfehlungen**

# Handlungsempfehlungen

- Die Ergebnisse der regionalen Telefonbefragung identifizieren eindeutig Natur/Walderlebnis als positiven Imageträger.
- Analog zu Ergebnissen der vorhergehenden Module (TBB, IMA) hat die regionale Telefonbefragung ergeben, dass Begriffe wie „Kraftorte“ oder „Wünschelruten“ oft mit Esoterik verbunden werden. Von einer eindeutigen Erwähnung dieser Begriffe im Marketing ist daher abzuraten.
- Konzentriert man sich auf den positiven Imageträger Natur/Walderlebnis, bietet es sich an, die dadurch entstehenden Angebote durch Kräuterangebote oder auch Kraftortwanderungen zu ergänzen.
- 11% der Befragten informieren sich über Freizeitangebote in ihrer Region über das Radio. Lokale Radiowerbung könnte in Betracht gezogen werden.

# Handlungsempfehlungen:

Folie	Ergebnis
5	Rund 40% der Gäste der Ochsenkopf-Region verreisen mit dem Partner.
5	Wander-, Familien-, und Erholungsurlauber sind die drei wichtigsten Zielgruppen.
6	Wandern ist die beliebteste Urlaubsaktivität.
7+9	Bei den Wanderangeboten sollte der Schwerpunkt auf den Angeboten „geführte Wanderung zu einem Kraftort“, „Stille in der Natur finden – zur Ruhe kommen“ und „Besuch geheimnisvoller Orte“ gelegt werden.
8+9	Bei den Angeboten zum Thema „Sagen“ sollte der Schwerpunkt auf „Sagenwanderung“ und „Besuch geheimnisvoller Orte“ gelegt werden.
90	Bei der Erstellung bzw. Vermarktung von Angeboten muss mit Begrifflichkeiten gearbeitet werden, die keinen Zusammenhang mit Esoterik erkennen lassen (z.B. „Entschleunigung“, „zur Ruhe kommen“, „Erholung in und durch die Natur“, etc.)
91	Notwendig ist eine gemeinsame Vermarktungsplattform für die geschaffenen Produkte (Erlebnisregion Ochsenkopf GmbH)
91	Analog zur Produktentwicklung im oberösterreichischen Mühlviertel sowie im niederösterreichischen Waldviertel sollte für die Implementierung der neuen Angebote in der Erlebnisregion Ochsenkopf durch einen Coaching-Prozess begleitet werden.
100	Ein Coach oder Koordinator sollte dafür eingesetzt werden, gemeinsam mit den Gemeinden der Ochsenkopf-Region einige neue Wanderangebote zu entwickeln.
134	Natur und Walderlebnis sind die positivsten Imagerträger hinsichtlich Wanderangebote.

# Handlungsempfehlungen: weitere Vorgehensweise

- Nächster Schritt: Festlegung eines Koordinators
- Anforderungsprofil: Kurze Anfahrtswege zu den vier Gemeinden, Vertrautheit mit der Region, Erfahrung in der Projektkoordination, evtl. zertifizierter Wanderführer
- Pro Gemeinde sollte nun ein attraktives und buchbares Produkt entwickelt werden, welches unter dem Hauptbegriff Natur/Walderlebnis steht (z. B. geführte und inszenierte Erlebniswanderungen zu geheimnisvollen Orten)
- Jede Gemeinde soll in ihr Angebot die eigenen USPs und Stärken integrieren (vgl. zum Beispiel Modul 2, Ortsbegehung)
- Die Produkte sollten bereits im Sommer 2011 getestet werden.

# Handlungsempfehlungen: weitere Vorgehensweise

Koordinator

Anforderungsprofil des Koordinators

- kurze Anfahrtswege zu den vier Gemeinden
- Vertrautheit mit der Region
- Erfahrung in der Projektkoordination
- evtl. zertifizierter Wanderführer

Koordination Produktentwicklung:  
Besuch geheimnisvoller Orte in der Natur (geführte, inszenierte Wanderangebote)

Bischofsgrün

Fichtelberg

Mehlmeisel

Warmensteinach

Entwicklung  
eines eigenen  
Produktes

Entwicklung  
eines eigenen  
Produktes

Entwicklung  
eines eigenen  
Produktes

Entwicklung  
eines eigenen  
Produktes

gemeinsame Vermarktung durch den positiven Imageträger „Natur/Walderlebnis“

# Kontakt

**Stefan Rösch, PhD, Dipl.-Geogr.**

**Senior Consultant**

Tel.: 0851 509-2435

stefan.roesch@uni-passau.de

**Ina Reichenberger, Mag. Phil., MSc**

**Projektleiterin**

Tel.: 0851 509-2438

ina.reichenberger@uni-passau.de

## **Kontakt:**

Universität Passau

GenTouris

(Centrum für marktorientierte Tourismusforschung)

Tel.: 0851 509-2431

Fax.: 0851 509-2432

E-Mail: centouris@uni-passau.de

[www.centouris.de](http://www.centouris.de)

**WOHLFÜHLREGION  
FICHELGEKIRGE**



Das Projekt wird gefördert durch das Bayerische Staatsministerium für Ernährung, Landwirtschaft und Forsten und den Europäischen Landwirtschaftsfonds für die Entwicklung des ländlichen Raums (ELER)