

## **ANHANG 2**

### **1 Abrundungs-Themenweg – Bitte erläutern Sie folgende Punkte detailliert in Ihrem Projektkonzept:**

<p><b>1. Erschließung</b></p> <ul style="list-style-type: none"><li>a) Bestmögliche verkehrstechnische Erschließung</li><li>b) Ausgangspunkt an einem zentralen, touristischen und logistischen Knoten</li><li>c) Parkplatz</li><li>d) Allgemeine und natürliche Attraktivität des Standorts (Kulisse)</li><li>e) Prüfung der Einschränkungen durch Raumordnung und Flächenwidmung auf die touristische Entwicklung (Erweiterungsmöglichkeiten)</li></ul>
<p><b>2. Route</b></p> <p>Sicherstellung einer Mindestaufenthaltsdauer</p> <ul style="list-style-type: none"><li>a) mindestens 30 Minuten (rd. 3 km) reine Gehzeit.</li><li>b) 45 Minuten aufbereitete Beschäftigungsdauer (ohne Gastronomie und Rast)</li><li>c) Maximale 2,5 Stunden (rd. 10 km) reine Gehzeit.</li></ul>
<p><b>3. Stationenabfolge / Highlights</b></p> <ul style="list-style-type: none"><li>a) Attraktive Gestaltung und klare Erkennung des Eingangsbereichs und der Stationen</li><li>b) Abwechslung von Attraktions- und Ruhezeiten</li><li>c) Höhepunkt der inszenierten Stationenabfolge im letzten Drittel der Route</li></ul>
<p><b>4. Infrastrukturelle Versorgung</b></p> <ul style="list-style-type: none"><li>a) Adäquates, gastronomisches Angebot und angebundene Sanitäreinrichtungen</li><li>b) Ausreichend nicht kommerzialisierte Rast- und Wartebereiche. (ev. witterungsgeschützt)</li></ul>
<p><b>5. Beschilderungen / Infotafeln</b></p> <ul style="list-style-type: none"><li>a) Zentrale, attraktive Übersichtseinrichtungen mit einfachen Symbolerklärungen</li><li>b) Klare Besucherlogistik (Rundroute) und Orientierung durch innovative Formen der Besucherlenkung – Ziel: Vermeidung von Engpässen;</li><li>c) Basisinfos rund um das Thema und die Region am Eingangsbereich (= thematische Einstimmung)</li></ul>

d) Aktuelle Information durch Mitarbeiter oder Anschlagstafeln vorhanden

## **6. Sonstige Attraktivität**

- a) Attraktive Gestaltung der Anlage: zB Design, Pflege, Dekoration, Freiraumgestaltung,...
- b) Gruppentauglichkeit

## **7. Qualitätssicherung und Kundenbindung**

- a) Qualifizierung und lfd. Schulung der Mitarbeiter
- b) Kontrolle einer absoluten Sauberkeit und laufende Pflege der Anlage

## **8. Inszenierung**

- a) Bezug des Themas zur Region
- b) Relevanz des Themas für breite Zielgruppe (Familienfreundlichkeit, ...)
- c) Skizzierung des Haupt-Erzähl- und Handlungsstranges (Story-Line mit thematischen Bezug zur Region)
- d) Info-TAINMENT durch omnisensorische Informationsübermittlung (verbal-informativ, bildlich-medial, haptisch-interaktiv etc.) sowie durch selbsterklärende, selbstentdeckende und interaktive Gestaltung der Attraktionen (KISS = Keep it short & simple)

## **9. Begleit- und Ergänzungsmaterial**

- a) Verfügbarkeit von thematischem und touristischem Info-Material (Folder, Guides, Hands-On, Explore-Kit's etc.)

## **10. Bestmöglichen juristische / wirtschaftliche Organisationsform**

- a) Errichter / Betreiber-Modell
- b) Profil der Projektträgerschaft (Geschäftsführer, etc.) und Definition organisatorischer Verantwortlichkeiten

## **11. Synergetische Organisationsstruktur**

- a) Wertschöpfungspartner – Einbezug von Betriebe (Heurigenbetriebe, Direkt-Vermarkter, Handelsbetriebe etc.)
- b) Hohe Flexibilisierung des Mitarbeiter-Einsatzes (Anteil Vollzeit-, Teilzeit-Kräfte) und Vermeidung von Doppelbesetzungen in frequenzschwachen Zeiten (Bsp. Shop/Gastro)

## **12. Plausibilität der Investitions- und Projektkosten – Angaben zur Kostenstruktur**

Mindestinvestitionskosten-Umfang

- a) Bei Abrundungs-Themenweg ab € 40.000,--
- b) Bei Stand-Alone-Themenweg ab € 80.000,--

### **13. Marketingbudget**

- a) Marketingbudget für die die ersten 3 Geschäftsjahre
- b) Budgetäre Mittel für Vor-Ort-Marketing, Karten etc. sowie für eine adäquate Marketing-Integration bei der Destination (Homepage, gemeinsame Werbemaßnahmen etc.)

## **2 Bei Stand-Alone- Themenwegen ist zusätzlich einzugehen auf:**

### **1. Mindestaufenthalt**

Sicherstellung einer längeren Mindestaufenthaltsdauer um die Anreise zu rechtfertigen, da wenig Anreize im Umfeld vorhanden sind:

- a) mindestens 60 Minuten / 6 km reine Gehzeit
- b) 60-90 Minuten aufbereitete Beschäftigungsdauer (ohne Gastronomie und Rast)
- c) Maximale 2,5 Stunden / 10 km reine Gehzeit

### **2. Inszenierung**

Möglichkeit der interaktiven (entgeltlichen) Partizipation der Besucher durch zB Verkleidungen, Ausrüstungsgegenstände, Denk- und Ratespiele etc. und Möglichkeit des Erwerbs im Shop oder in umliegenden Gastronomie- & Handelsbetrieben

### **3. Maximale Wertschöpfungsorientierung durch den Betreiber mittels Verträgen und plausibler Gebarensrechnung**

- a) Erfolgt eine direkte Bewirtschaftung durch Einnahmen- bzw. Eintrittspflicht (d.h. Eintritte, Hands-On Material etc.) oder
  - b) erfolgt eine indirekte Bewirtschaftung durch unternehmerische Einbindungen? (z.B. Wirte, Bergbahnen, Direktvermarkter etc.)
- Keinesfalls darf die Bewirtschaftung nur über Führungen, Programme, Events etc. erfolgen (ergänzender Wertschöpfungsfaktor)