

Projekt "Donauperlen"

(Arbeitstitel)

1. Beschreibung

Entlang der Donau, möglichst von Deutschland bis zur Mündung, sollen historisch oder kulturell bemerkenswerte Objekte gefunden werden, aus denen durch behutsame Restaurierung, eventuell auch Zubau, Stützpunkte für den Donautourismus entstehen (Vorbild: Klosterhof in Spitz an der Donau, Österreich). Damit werden zwei Ziele erreicht – wertvolle Bausubstanz wird erhalten und in Wert gesetzt und der Tourismus entlang der Donau wird gefördert.

Im Idealfall sollte jeder Stützpunkt folgende Bereiche umfassen:

- Hotel mit Restaurant, komfortabel ausgestattet
- Anlegestelle sowohl für Yachten als auch zumindest für ein großes Schiff bzw. zwei große Schiffe nebeneinander liegend
- Radgarage, eventuell auch Rad – Reparatur- Werkstätte
- Evtl. touristische Attraktion (Naturpark, historische Gebäude, histor. relevanter Platz, etc.)

Im Prinzip können diese Objekte bei ihren gegenwärtigen Eigentümern verbleiben, diese verpflichten sich jedoch vertraglich zu den entsprechenden Umbau- und Restaurierungsarbeiten. Diese werden durch günstige Kredite seitens der EU, der Europäischen Entwicklungsbank und anderen Institutionen wie GTZ sowie dem jeweiligen Land unterstützt.

Für die Vermarktung wird eine eigene (Dach)Marke inkl. Logo kreiert und geschützt. Diese Marke bildet die Klammer für die definierten „Perlen“ entlang der Donau.

Es wird eine klare Markenstruktur und Qualitätsanforderung für die Markenteilnehmer erstellt und vertraglich abgesichert („Franchising“). Diese Marke wird durch das Konsortium an eine der großen weltweit agierenden Vertriebsnetzwerke (z.B. Best Western) angebunden und somit auch die wirtschaftliche Basis für eine internationale Vermarktung gelegt.

Im Zuge der Entwicklung werden auch in Kooperation mit erfolgreichen Tourismusschulen die erforderliche touristische Ausbildung in den Regionen (Tourismusschulen), aber auch die Trainings in den Betrieben aufgebaut.

Gemeinsam mit einem erfahrenen Architektenteam werden die Planungen und notwendigen baulichen Qualitätsverbesserungen für die definierte Mindestqualität für die internationale Marke angeboten.

Gemeinsame Projektrealisierungen schaffen auch Synergien nicht nur im Vertrieb, sondern auch beim Einkauf von standardisierten Produkten, Werbematerialien, etc., ohne die Individualität des einzelnen Betriebes aufgeben zu müssen.

2. Vorgang

2.1. **Erhebung**, gefördert von einer oder mehreren der oben genannten Institutionen. Es wird eine Auflistung möglicher Objekte und deren Eigentümer sowie eine erste Evaluierung der grundsätzlichen Eignung

vorgenommen. Dazu werden entsprechende Objekte seitens der einzelnen Länder genannt, die dann besichtigt werden.

2.2. Gründung einer Entwicklungsgesellschaft, welche Verträge mit den Eigentümern abschließt, Kredite/ Förderungen abwickelt und Vorgaben für den Umbau macht, die auch überwacht werden.

2.3. Gründung einer Vertriebsgesellschaft. In den Verträgen seitens der Eigentümer mit der Vertriebsgesellschaft verpflichten sich die Eigentümer zur Zusammenarbeit mit ihr und zur Bezahlung einer Markengebühr (bzw. zum Abschluss eines Franchise-Vertrages).

3. Zeithorizont

3.1. Vorgespräche im Sommer 2015, Vorgespräche mit möglichen Kooperationspartnern, Präsentation des Projekts bei der Donaukonferenz in Ulm im Oktober 2015.

3.2. Erhebung bis Mitte 2016; Ergebnis: fundierte Liste der Objekte mit erster Evaluierung.

3.3. Gründung der oben genannten Gesellschaften und Abschluss der Verträge beginnend in Frühjahr 2016, wenn bereits Teile der Liste vorliegen (z.B. für einzelne Länder/Regionen).

3.4. Beginn der Bauvorbereitungen und des Umbaus Mitte 2016 mit Ziel des Betriebsbeginns spätestens im Frühjahr 2018. Beginn der Vermarktung im Winter 2016/17.

Der Ausbau kann selbstverständlich stufenweise erfolgen, doch sollte als Endziel eine Dichte von 2-4 "Donauperlen" pro Land, je nach Länge der Donaustrecke, angestrebt werden.

4. Partner/Gesellschafter

Mögliche Partner eines Konsortiums (eher auf Beratungs- und Dienstleistungsebene):

Mögliche Gesellschafter der Entwicklungsgesellschaft:

Mögliche Gesellschafter der Vertriebsgesellschaft/ des Franchise-Unternehmens:.....

Wien, am 6.7.2015

4



Dr. Helmut Zolles
Zolles Tourismusberatung



Mag. Franz Pasler
PK & Partner Hotel Specialists