

# Digitalisierung der Donauregion

## LEADER-Aktions-Gruppe (LAG) Eferdinger Land

**THEMENBEREICH** | BASISDIENSTLEISTUNGEN, LEADER, GEMEINDEN | INNOVATION  
**UNTERGLIEDERUNG** | TOURISMUS | LEADER |  
GEMEINDEENTWICKLUNG | STANDORTENTWICKLUNG  
**PROJEKTREGION** | OBERÖSTERREICH  
**LE-PERIODE** | LE 14-20  
**PROJEKTLAUFZEIT** | 01.07.2020-31.09.2020  
**PROJEKTKOSTEN GESAMT** | 36.000,00€  
**FÖRDERSUMME AUS LE 14-20** | 21.600,00€  
**MASSNAHME** | FÖRDERUNG ZUR LOKALEN ENTWICKLUNG (CLLD)  
**TEILMASSNAHME** | 19.2. FÖRDERUNG FÜR DIE DURCHFÜHRUNG DER VORHABEN IM  
RAHMEN DER VON DER ÖRTLICHEN BEVÖLKERUNG BETRIEBENEN STRATEGIE FÜR  
LOKALE ENTWICKLUNG  
**VORHABENSART** | 19.2.1. UMSETZUNG DER LOKALEN ENTWICKLUNGSSTRATEGIE  
**PROJEKTRÄGER** | WGD DONAU OBERÖSTERREICH TOURISMUS GMBH, LINDENGASSE 9,  
4040 LINZ

### KURZBESCHREIBUNG

Als touristische Destination ist es unsere Aufgabe, Emotionen bei potentiellen Gästen zu erzeugen und so die Donau Oberösterreich ins beste Licht zu rücken. Webcams sind eine zeitgemäße Maßnahme für ein erfolgreiches Digital Marketing. Image und Bekanntheit der Donauregion und der Regionen Eferdinger Land, Mostland sowie Urfahr West sollen gesteigert werden. Mit vier Webcams an attraktiven Standorten in Haibach (Eferdinger Land), Aschach (Eferdinger Land), Feldkirchen Badeseen und St. Agatha Pyramide (Mostlandl). Die Bilder der Webcams sollen dauerhaft über viele Kanäle ausgespielt werden. Nicht nur über den Tourismusverband, sondern auch kostenlos via Schnittstellen über lokale (Tourismus)Vereine, Nächtigungspartner:innen, Gastronomiepartner:innen, Ausflugsziele, LEADER Büros sowie Flusskreuzfahrtschiffe.

### AUSGANGSSITUATION

Als touristische Destination ist es unsere Aufgabe, Emotionen bei potentiellen Gästen zu erzeugen und so die Donau Oberösterreich ins beste Licht zu rücken. Webcams sind eine zeitgemäße Maßnahme für ein erfolgreiches Digital Marketing.

### ZIELE UND ZIELGRUPPEN

Das Projekt soll zur Ansprache der Zielgruppe in der Inspirationsphase dienen, zur Steigerung der Zugriffe auf der Destination Webseite anregen und der touristischen Marken- und Content Strategie Unterstützung bieten. Dies alles soll zur Neukund:innengewinnung (Ansprache neuer Zielgruppen und Märkte) führen; Letztlich sollen alle Maßnahmen auf die Steigerung des Ausflugstourismus und der Nächtigungen in der gesamten touristischen Wertschöpfungskette hin zielen.

## PROJEKTUMSETZUNG UND MASSNAHMEN

### **Folgende Investitionen wurden getätigt:**

Investitionen in die Infrastruktur für vier Webcams: in Haibach/Schlögener Blick, Aschach, Feldkirchen und St. Agatha. Ausspielung unter anderem auf den Flußkreuzfahrtschiffen für internationale Gäste inklusive der Übermittlung von Zeitraffer-Videos, hochwertigen Live Bildern sowie touristischen Informationen mittels Tourdata Schnittstelle (Angebot, Points of Interest, Touren....).

## ERGEBNISSE UND WIRKUNGEN

Die Effekte dieses Projektes werden über einen längeren Zeitraum gemessen und anschließend evaluiert.



WGD Donau Oberösterreich