

Standortentwicklung in Richtung attraktive Lebensräume, in denen sich Einheimische wohlfühlen, gewinnt an Bedeutung. Gäste suchen verstärkt intakte und authentische Lebensräume.

Die DMO entfernt sich von der Dominanz des Marketings und wird zu einer Netzwerkorganisation mit Entwicklungsaufgaben. **These 2:** Die Mindestgröße der DMO wächst, um den zunehmenden Anforderungen gewachsen zu sein. Die komplexen Anforderungen an eine DMO 2030 werden nur größere DMO schaffen – jedenfalls keine unter einer Mio. Nächtigungen.

Daraus folgt die Notwendigkeit, größere touristische Regionen zu schaffen, die vom Gast noch als *Einheit* (Destination) gesehen werden und die intern Identität schaffen. Im Zweifelsfall geht Identität und Abgrenzung der Destination vor Größe.

These 5: Die DMO wird zum Kompetenzzentrum für ausgewählte Themen und zum Innovationsmotor. 2030 garantieren nur Spitzenleistungen einen dauerhaften Erfolg, da sich Zufriedenheit und Unzufriedenheit noch stärker als heute über Social Media verbreitet.

These 6: Die DMO wird zum Support-Center für Mitgliedsbetriebe (Support nach innen). Ein Support-Center der DMO unterstützt vor allem Kleinbetriebe.

These 7: Die DMO wird zum Freizeit-Hub mit „Personal Support“ (Support nach außen). Die DMO bietet Gästen tiefgreifende Unterstützung im Freizeit-Hub.

These 8: Die DMO initiiert eigene privatwirtschaftliche Gesellschaften als Investoren und Betreiber von Infrastruktur und Betrieben. Die Standortentwicklung wird nicht externen Treibern überlassen.



© Kohl & Partner

„Die Zukunft liegt in der Standortentwicklung in Richtung attraktiver Lebensräume.“

Claudia Kohl
Kohl & Partner

These 3: Die DMO braucht mindestens drei bis fünf starke Treiber bzw. Leistungsträger in der Destination; von ihnen geht das „Netzwerk der Netzwerke“ (siehe These 1) aus und sie garantieren schnelle Entscheidungen.

These 4: Die DMO erhält eine völlig neue Führungsstruktur mit drei gleichwertigen „Bereichsleitern“ bzw. Themenverantwortlichen. Die Organigramme der DMO müssen in Zukunft verändert werden. Marketing ist in der DMO nur noch ein Teilbereich. Vor allem der Bereich „Produktentwicklung, Erlebnisdesign & Wartung“ und „Service & Integration“ wird an Bedeutung gewinnen.

Das Fazit

Diese acht Thesen zur touristischen Organisation in der Destination 2030 zeigen im Kern die Notwendigkeit, dass sich eine erfolgreiche regionale DMO von der Dominanz des Marketings entfernen und zu einer Netzwerkorganisation mit Entwicklungsaufgaben mutieren muss. Touristische Organisationen wird es auch 2030 geben, aber die Strategie der DMO geht eindeutig in Richtung Destinations- und Standortentwicklung.

Kohl & Partner haben mehr als 35 Jahre Erfahrung in der Beratung und Entwicklung von Tourismusprojekten. www.kohl.at

Angerichtet

Eierschwammerlsülzchen

Zutaten

250 g Eierschwammerl
1 Jungzwiebel
1 gelber Paprika kleinwürfelig
1 EL Petersilie gehackt
1 TL Knoblauch fein gehackt
1 EL Balsamicoessig
0,25 l Gemüsefond
15 Blatt Gelatine, Salz, Pfeffer



Zubereitung

Gelatine in kaltem Wasser einweichen. Eierschwammerl grob zusammenschneiden und scharf anrösten. Paprika, Jungzwiebel, Knoblauch, Petersilie und Balsamico dazugeben und durchrühren. Mit Salz und Pfeffer abschmecken. Gemüsefond auf ca. 40 Grad erhitzen und die Gelatine darin schmelzen

lassen. Mit den Pilzen vermischen, in die Terrinenform gießen und über Nacht im Kühlschrank stocken lassen. Mit Blattsalat und Zwiebeln anrichten.

Genießen Sie köstliche Herbstschmankerl und mehr im Hotel & Restaurant Stefanie. Wir freuen uns auf Sie!



www.schick-catering.at
Schick Hotels & Restaurants Wien
Taborstraße 12, 1020 Wien
Tel. +43 1 211 50 520
bankett@schick-hotels.com

Ihr Catering-Spezialist für Firmenfeiern und Events

medianet

Brehmstraße 10/4, A-1110 Wien, www.medianet.at

Das Team von medianet sucht Verstärkung! Wir besetzen die Position:

AssistentIn des Herausgebers (m/w)

Ihre Aufgaben:

- Unterstützung des Herausgebers bei der Ansprache und Betreuung von Kunden
- Terminvereinbarung und -Koordination
- Vorbereitung von Präsentationen, Erstellen von Statistiken/Auswertungen

Ihr Profil:

- Starke Verkaufsorientierung und professionelles Telefonverhalten
- Genauer, effizienter Arbeitsstil mit hohem Qualitätsanspruch
- idealerweise 3-5 Jahre Erfahrung in einer vergleichbaren Position
- Ausgezeichnete MS Office-Kenntnisse (Word, Excel, Powerpoint)
- Teamplayer/in mit Freude an der Arbeit und guter Prioritätensetzung

Ihre Tätigkeit:

- abwechslungsreicher Aufgabenbereich in einem erfolgreichen Unternehmen
- angenehme Arbeitsatmosphäre in einem sehr dynamischen Team

Wenn Sie Freude an der Arbeit in einem dynamischen Umfeld haben und ein Teil des medianet Teams sein möchten, dann freuen wir uns auf Ihre aussagekräftigen Bewerbungsunterlagen. Bitte senden Sie diese per Mail an: o.jonke@medianet.at

Jahresbruttogehalt: ab ca. EUR 28.000, Bereitschaft zur Überzahlung je nach Qualifikation, Leistung und Berufserfahrung. Vollzeit.

Bewerberprozess:

Sie bekommen innerhalb von 14 Tagen ein Feedback und werden über den aktuellen Status Ihrer Bewerbung und die weitere Vorgehensweise zeitnah informiert.