

## Konzepterstellung Aufbau Stadt- und Tourismusmarketing Struktur Schärding

Projektträger:	Tourismusverband Schärding		
Projektzeitraum	Jänner 2019 – Juni 2019		
Projekttyp:	Direkt wertschöpfend	Fördersatz	40%
Aktionsfeld	AF1: Steigerung der Wertschöpfung		
Handlungsfeld	Tourismus		



### Kurzbeschreibung:

Aufgrund des neuen OÖ. Landestourismusgesetzes 2018 wird sich die Struktur des Tourismusverbandes Schärding spätestens mit 1.1.2020 geändert haben. Der Verband wird aufgelöst und Teil eines größeren Verbandes werden. Die hohe tagestouristische Kompetenz von Schärding soll gesichert und die über mehrere Jahre hart erarbeitete „Qualitätsmarke“ Schärding aufrecht erhalten bleiben. Dazu ist eine neue, schlagkräftige Organisation in Form eines professionellen Stadt- und Tourismusmarketings notwendig, die diese Agenden größtenteils übernimmt. Neben dem Erhalt der hohen tagestouristischen Qualitäten geht es aber auch um eine Einbindung aller weiteren Akteure in der Stadt Schärding, die Vermarktungsaktivitäten für den Standort betreiben. Im Rahmen des Projekts wird auch das Leitprojekt „Etablierung einer überregionalen, touristischen Vermarktungs- und Buchungsplattform“ aus der Lokalen Entwicklungsstrategie 2014-2020 in Ansätzen aufgegriffen und kann zumindest auch in Teilbereichen umgesetzt werden.

### Projekthalte- und – ziele:

Der Tourismusverband Schärding beauftragt einen externen Dienstleister, ein passendes Konzept für den Aufbau einer professionellen Stadt- und Tourismusmarketing Struktur für Schärding zu erstellen.

Eine Projektsteuerungs- und -lenkungsgruppe aus den wichtigsten Entscheidungsträgern aus Politik, Verwaltung, Tourismus, Wirtschaft und Kultur wird zusammengestellt. In dieser Gruppe werden die wesentlichen Schritte im Stadt- und Tourismusmarketing getroffen.

Mit allen wichtigen Akteuren von Schärding werden Einzel- und Kleingruppengespräche durchgeführt, welche dazu dienen, die Meinungen und Ansichten zum Thema Tourismus- und Stadtmarketing in folgenden Punkten zu evaluieren: eine generelle Einschätzung und Beurteilung einer neuen Stadt- und Tourismusmarketingeinheit; Wünsche Ziele und Intentionen für die zukünftige Weiterentwicklung ausloten; beachtenswerte Rahmenbedingungen bzw. Forderungen an eine neue Stadt- und Tourismusmarketingeinheit aus Sicht der Gesprächspartner; Bereitschaft zur inhaltlichen und finanziellen Mitwirkung an einer neuen Stadt- u. Tourismusmarketingeinheit.

Sämtliche themennahe Studien und Unterlagen, welche eine Rolle spielen könnten, werden durchgesehen und gesichtet. Alle bisherigen nach innen und außen gerichteten Aktivitäten im Stadtmarketing werden bewertet.

Auf Basis der Analyse-Ergebnisse wird eine Feinkonzeption für die inhaltliche Weiterentwicklung und Professionalisierung im Schäringer Stadt- und Tourismusmarketing erstellt.

Ein Planungsworkshop stellt eine interne Sitzung der Projekt-Steuergruppe dar. Kerninhalt sind die Präsentation sowie eine anschließende Bewertung und Priorisierung des ausgearbeiteten Feinkonzeptes sowie die Erarbeitung erster strategischer Leitlinien.

Ziel des Projektes ist es, im Rahmen des zu erarbeitenden Konzeptes, entscheidende Erkenntnisse zu gewinnen, wie eine neue professionelle Organisationsstruktur im Bereich Stadt- und Tourismusmarketing – als Nachfolge für den Tourismusverband Schäringer – aufgebaut werden kann. Dabei sollen mehrere Organisationsmodelle unter Berücksichtigung aller Vor- und Nachteile dargestellt werden. Im Zuge eines Konzeptes soll die bestmögliche Trägerschaft für Schäringer gefunden werden.

Hierbei ist es notwendig, alle wesentlichen lokalen Akteursgruppen (Tourismusverband, Stadtgemeinden Schäringer, Schäringer innovativ und Aktiwirte, u.a.) bereits von Beginn an in den Prozess einzubinden.

Mehrjährig ausgerichtete Entwicklungsziele sowie konkrete jährliche Aktionspläne sind im Konzept ebenso zu erarbeiten, wie ein klares Aufgabenprofil samt Definition der Kompetenzen und Schnittstellen zu anderen Organisationen. Finanzierungsaspekte und budgetäre Rahmenbedingungen sind ebenfalls miteinzubeziehen.

Alle Kräfte zur zielgerichteten Vermarktung der Stadt Schäringer nach innen und außen sollen stärker gebündelt werden. Auch wenn die Schwerpunkte bei der touristischen Ausrichtung liegen, sind auch andere Aspekte, wie Stadtwerbung und Kundenbindung, Standortmanagement, Eventmarketing, Unternehmer-Service, usw. zu berücksichtigen.

Auch andere LEADER-Initiativen können von der Stadt- und Tourismusmarketingeinheit in Schäringer Know How und konkrete Arbeitsleistungen erhalten und diese professionelle Organisation nutzen.

---

Unterstützt von der LEADER-Region

Sauwald-Pramtal

[www.sauwald-pramtal.at](http://www.sauwald-pramtal.at)



REGION  
SAUWALD  
PRAMTAL

MIT UNTERSTÜTZUNG VON BUND, LAND UND EUROPÄISCHER UNION



Europäischer  
Landwirtschaftsfonds für  
die Entwicklung des  
ländlichen Raumes  
Hier investiert Europa in  
die ländlichen Gebiete



[office@sauwald-pramtal.at](mailto:office@sauwald-pramtal.at)