

INTERREG Bayern - Österreich 2007 - 2013

LP-RK Amt d. OÖ LReg. - Abt. Raumordnung (für Interreg Bayern-Österreich)
Priorität P.1 Wissensbasierte und wettbewerbsfähige Gesellschaft durch Innovation und Kooperation
Aktivitätsfeld AF.1.2 Tourismus
Projekttitel **Auf den Spuren der Römer-Raddestination OÖ-Bayern**
Projektcode J00281
Monitoring-Nummer JABAAA_00281
Status Vorlage BA
Datum des BA
Themennummer

Lead-Partner:

Name Oberösterreich Tourismus
Anschrift Freistädter Straße 119, 4041 Linz, AT
Telefon 43 732 7277
E-Mail georg.bachleitner@lto.at
Rechtsform Körperschaft öffentlichen Rechts
Ansprechpartner Georg Bachleitner
Zuständige RK RK Oberösterreich

Projektpartner:

1 *Name* Landratsamt Passau -Landkreis Passau mit Städten/Märkten/Gemeinden
Anschrift Domplatz 11, 94032 Passau, DE
Telefon 49 851 397-6 00
E-Mail edith.bottler@landkreis-passau.de
Rechtsform Körperschaft öffentlichen Rechts
Ansprechpartner Edith Bottler
Zuständige RK RK Niederbayern

Zusammenfassende Projektbeschreibung:

Ausgangslage Aufgrund der Topografie, der landschaftlichen wie auch kulturellen Besonderheiten und nicht zuletzt durch die verstärkte Nachfrage von Radtouristen im Allgemeinen, soll sich der Radtourismus sowohl in Oberösterreich als auch in Bayern in den kommenden Jahren zusehends entwickeln. Naturerlebnis, sportliche Betätigung und der Genuss regionaltypischer Kulinarik spielen bei den Gästen in OÖ und Bayern eine wesentliche Rolle. Folglich sollen diese Themen auch im Tourismusmarketing verstärkte Beachtung finden und zu hochwertigen radtouristischen Urlaubsprodukten entwickelt werden. Dabei sollen die Gemeinsamkeiten in der geografischen Lage (z.B. Flüsse) ebenso wie in der Geschichte (z.B. Römer) verstärkt Berücksichtigung finden.

Projektziele Ziel ist es die grenzüberschreitende Region als DIE Raddestination zu positionieren. Radtouristische Einzelaktivitäten sollen zukünftig harmonisiert, aufeinander abgestimmt und in einer konzertierten Marketingstrategie dazu beitragen, eine nachhaltige, radtouristische Entwicklung zu forcieren, mit dem Ziel Bayern/OÖ als Radkompetenzzentrum unter dem Aspekt des gemeinsamen geschichtlichen Bezuges (Römer) zu installieren. Die Projektaktivitäten werden daher mit der ARGE Römerradweg abgestimmt. Strategische Ziele im Detail: Produktmarkenstrategie inkl. Implementierung einer umfassenden Qualitäts-Strategie Herausarbeitung sogenannter Leuchttürme mittels transparenter und nachvollziehbarer Kriterien Optimierung der radtouristischen Infrastruktur besonders im Bereich noch zu definierender, touristischer hot spots Entwicklung von radspezifischen Angeboten sowie Perfektionierung der Dienstleistungskette unter Berücksichtigung der marktseitigen Relevanz Steigerung der Wertschöpfung durch innovative Ansätze im Tourismusmarketing mit speziellem Fokus auf Online-Marketing und Vertrieb Ausweitung des Marktpotenzials trotz Nahmarktfokus Professionalisierung durch touristische Aus- und Weiterbildung

Projekthalt Evaluierung Analyse der Marktposition in Bezug auf Angebot, Nachfrage, tourist. Bedeutung, Entwicklungspotenzial Definition der Leitprodukte: Radweg, Beherbergungsbetriebe, etc. Motivationskampagne für die Marke/das Marken Rollout Infrastrukturelle Optimierungsmaßnahmen Beschilderungen, Rastplätze, Radboxen, E-Bike-Stationen Angebots- und Produktentwicklung unter der Prämisse der Originalität (Affinität zum regionstypischen) Qualität (Zielgruppenspezifische und CI konforme Informationen im Print-, digitalen und im AV-Bereich inkl. Schaffung einer Rad Community, GPS Optimierung, Forcierung eines Netzwerkes an radfreundlichen und -kompetenten Betrieben, Qualitätsmonitoring mit Coaching und Qualitätssicherungskriterien Spezialisierung E-Mobilität/Pedelec Internes Marketing Lobbying Motivationskampagne Leistungsträger Installation einer Radexperten Community Start up Event und jährliches Get Together mit Info und Schulungsinhalten Vertrieb Servicierung von Tour Operators und Buchungsplattformen Online-Verkaufsförderung Beteiligung Angebotsgruppen u. Nutzung Vertriebskanäle ÖW/DT Kooperationen Wirtschafts- u. Medienpartnern Kombiprodukte mit tourist. Partnern Fach- und Publikumsmessen Werbung Umsetzung einer impactstarken CI (Marke) u. unverwechselbaren Fotowelt Koordinierte Werbemittel, Filme Kommunikation in Fach- und Publikumsmedien Kommunikation Print & AV Pressearbeit u. Pressefahrten Beilagen, Mailings Redaktionstouren, Pressekonferenzen Webkommunikation Interaktive Rad Serviceplattform mit Reiseführer-Content Integration einer Landing Page u. Produkt-Marken konforme Kommerzialisierung laufende Optimierung/ Bildung von communities via social networks, mobiles Internet, Apps Cross Marketing Bündelung spezifischer Kompetenzen u./od. Ressourcen Events Start up Event mit Promis, VIPs und Medien Evaluierung und Neuinszenierung bestehender Events (Kinder)radveranstaltung Touristische Aus- und Weiterbildung

Räumlicher Innviertel

Wirkungsbereich Linz-Wels (20%)

des Projekts Mühlviertel

Traunviertel (20%)

Passau (Kreisfreie Stadt)

Passau (Landkreis)

Rottal-Inn

Projektphasen von 01. Jan. 2012 bis 30. Sep. 2012 : In einer ersten Phase soll der Marken

- Markt Check (Marktanalyse, Mystery Guestings, Qualifizierungsprogramme, etc) erfolgen und die Leitprodukte definiert werden
Infrastrukturelle Neuanforderungen sollen gefunden bzw. umgesetzt werden
Beginn der Angebots- und Produktentwicklung mit dem Ziel Markenerlebniswelten zu schaffen u. sich vom Wettbewerb zu differenzieren
Motivationskampagne und Marketingmaßnahmen im Bereich Vertrieb, Werbung und Kommunikation
- von 01. Okt. 2012 bis 30. Sep. 2013 : Produktweiterentwicklung: Themen und Angebote werden zu spannenden Produkten verknüpft und verdichtet sowie offensiv vertrieben. Vertrieb u. Marketing sind durch einen Innovationsschwerpunkt gekennzeichnet und fokussieren alle Aktivitäten auf den „online“-Bereich. Die Kommunikation konzentriert sich auf die Nahmärkte. Mittels Bündelung spezifischer Kompetenzen sollen zusätzliche Marktpotenziale ausgeschöpft werden (Cross Marketing). Professionalisierung durch Aus- u. Weiterbildungsangebote
- von 01. Okt. 2013 bis 31. Dez. 2014 : Die Online-Kommunikation rückt in den Fokus aller Marketing- und Vertriebsmaßnahmen. Die Kommunikation konzentriert sich überwiegend auf virtuelle Kanäle (Homepages, Buchungs- und Bewertungsplattformen, Social Web, etc). Die Offline-Kommunikation (Prospekte, Messen, Plakataktionen,...) wird selektiv beibehalten. Optimierungsmaßnahmen im Bereich Marketing allgemein, Events, Qualifizierung.

Durchführungszeitraum:

01. Jan. 2012 bis 31. Dez. 2014

Kosten:

	Personal- kosten	Sachkosten	Investitions- kosten	Unbare Leistungen	EFRE- förderfähige Projekt- Gesamtkosten	davon in 20%- Gebieten	FLC-zuständige Stelle
LP	90.000	750.000	0	0	840.000	0	AT4105-RK Oberösterreich
PP1	3.000	46.000	26.000	0	75.000	0	DE1002-RK Niederbayern
Gesamt	93.000	796.000	26.000	0	915.000	0	

Finanzierung der EFRE-kofinanzierungsfähigen Kosten:

	Eigenmittel	projekt- bezogene Einnahmen	Nationale öffentliche Mittel	Nationale private Mittel	EFRE- Mittel	EFRE- Quote	Projektfinan- zierungsmittel
LP	210.000	0	126.000	0	504.000	60,00%	840.000
PP1	30.000	0	0	0	45.000	60,00%	75.000
Gesamt	240.000	0	126.000	0	549.000	60,00%	915.000

Nationale Kofinanzierung - Details:

Projektteilnehmer	Kofinanzierende Stelle	Öffentliche Kofinanzierung	Private Kofinanzierung
LP	Finanzielle Eigenmittel	210.000	
LP	OÖ Landesregierung Abt.Raumordnung; 15%	126.000	
PP1	Finanzielle Eigenmittel	30.000	
Gesamt		366.000	0

EFRE-Mittel pro Regionale Koordinierungsstelle (dient zur Information):

Regionale Koordinierungsstelle	EFRE- Mittel*	Förderfähige Projektgesamtkosten
RK Oberösterreich	504.000	840.000
RK Salzburg	0	0
RK Tirol	0	0
RK Vorarlberg	0	0
RK Niederbayern	45.000	75.000
RK Oberbayern	0	0
RK Schwaben	0	0
	549.000	915.000

*Rundungsdifferenzen aufgrund Verwendung ganzer EUR - Beträge möglich.

Qualität der grenzüberschreitenden Zusammenarbeit:

Gemeinsame Entwicklung / Ausarbeitung: erfüllt
 Gemeinsame Durchführung: erfüllt
 Gemeinsames Personal: erfüllt
 Gemeinsame Finanzierung: erfüllt

Anzahl der erfüllten Kriterien: 4

Grundvoraussetzung für die Förderung aus INTERREG erfüllt: JA

Indikatoren:Allgemeine Indikatoren

Y001	Sind an dem Projekt KMU beteiligt?	X
Y002	Trägt das Projekt zu einem sozialen oder kulturellen Austausch bei?	X
Y003	Ist das Projekt auf ökologische Nachhaltigkeit (Schutz der Umwelt, Energieeffizienz, Umweltmanagement) ausgerichtet?	X
Y004	Trägt das Projekt zur Verbesserung der Wettbewerbsfähigkeit und Innovationskraft der Region bei?	X
Y005	Leistet das Projekt einen Beitrag zur Entwicklung und Umsetzung gemeinsamer Standards oder hat es den gegenseitigen Informationsaustausch zum Ziel?	X

Indikatoren gemäß Priorität / Aktivitätsfeld

Y006	Trägt das Projekt zur Förderung von Stärkefeldern, Clustern und sonstigen Netzwerken bei?	X
Y007	Leistet das Projekt einen Beitrag zur Vernetzung und Kooperation von Betrieben (KMU) und / oder F&E Einrichtungen?	X
Y008	Verfolgt das Projekt die Strategie der Innovation und Markterschließung sowie der integrierten Angebotsentwicklung?	X
Y009	Leistet das Projekt einen Beitrag zur gemeinsamen Nutzung der Ressourcen und der Vermarktung der Region?	X
Y010	Trägt das Projekt zur Stärkung des grenzüberschreitenden Arbeitsmarktes bei?	X
Y011	Trägt das Projekt zur Förderung der Informationsgesellschaft (e-commerce, ...) bei?	X
Y012	Ist das Projekt auf die Bereiche Bildung und Qualifikation ausgerichtet?	X
Y013	Ist das Projekt auf den Bereich Tourismus ausgerichtet?	X

Ausgabenkategorien:

57 Verbesserung der touristischen Dienstleistungen

Indikatoren für die Projektauswahl:Nachhaltigkeit

Beurteilung des Projektes hinsichtlich Nachhaltigkeit	groß
Welchen Nutzen hat das Projekt in Hinblick auf eine nachhaltige Entwicklung?	
Das Projekt hat dauerhafte positive Auswirkungen auf die Umwelt.	X
Das Projekt hat dauerhafte positive wirtschaftliche Auswirkungen.	X
Das Projekt hat dauerhafte positive soziale und gesellschaftliche Auswirkungen.	X

Gleichstellung und Nichtdiskriminierung

Beurteilung des Projektes hinsichtlich Gleichstellung und Nichtdiskriminierung	neutral
Welchen Nutzen hat das Projekt im Bereich Gleichstellung und Nichtdiskriminierung?	
Das Projekt hat positive Auswirkungen auf die Geschlechtergleichstellung.	nein/no
Das Projekt hat positive Auswirkungen auf weitere Aspekte der Nichtdiskriminierung.	nein/no

Grenzüberschreitende Integration

Beurteilung des Projektes bzgl. seiner Wirkung auf die grenzüberschreitende Integration	positive Wirkung
---	------------------

Verbesserung der grenzüberschreitenden Struktur

Beurteilung des Projektes hinsichtlich seines Beitrags zur Verbesserung der grenzüberschreitenden Strukturen	positiver Beitrag
--	-------------------

Umwelt

Flora, Fauna, Biodiversität Lebensräume

positiv

Luft

sehr positiv

Klima

sehr positiv

Mobilität

positiv

Energieeffizienz

neutral

Ressourceneffizienz

neutral

Gesamtbewertung: ++

Förderfähigkeit ist gegeben: JA

Ergebnis der Projektprüfung:

Prüfung auf Vollständigkeit und Kohärenz mit dem Programm durchgeführt: ja

Stellungnahmen der beteiligten RKs vorhanden: nein/no

Zusammenfassendes Prüfergebnis:

Empfehlungen der LP-RK: nein/no

Auflagen der LP-RK: