

Qualifizierungsprozess der Nationalpark Partnerbetriebe

THEMENBEREICH | BASISDIENSTLEISTUNGEN, LEADER, GEMEINDEN

UNTERGLIEDERUNG | TOURISMUS | LEADER | INNOVATION

PROJEKTREGION | TIROL

LE-PERIODE | LE 14-20

PROJEKTLAUFZEIT | 10.02.2017-31.12.2019 (GEPLANTES PROJEKTENDE)

PROJEKTKOSTEN GESAMT | 82.320,00€

FÖRDERSUMME AUS LE 14-20 | 41.160,00€

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 | VEREIN DER NATIONALPARK PARTNERBETRIEBE OSTTIROL

KURZBESCHREIBUNG

Was braucht es alles, um im Wettbewerb mit Vergleichsregionen konkurrenzfähig zu sein und vor allem um sich am Markt mit seinem Angebot Alleinstellungsmerkmale zu sichern? Dafür braucht es eine klar entwickelte und definierte strategische Positionierung die von allen Kooperationsbetrieben geteilt wird. Die Angebotsgruppe Nationalpark-Partnerbetriebe Osttirol überarbeitet und definiert ihre Qualitätskriterien entsprechend neu.

AUSGANGSSITUATION

Der Verein lebt die Nationalpark-Philosophie und arbeitet stetig daran, sich in der Vermarktung und in der Alleinstellung weiterzuentwickeln.

Der Verein besteht aus 62 Mitgliedsbetrieben mit 1.700 Betten unterschiedlicher Kategorien.

Es handelt sich dabei um

23 Vermieter - Ferienwohnungen, gewerbliche

Frühstückspensionen und klassifizierte

Privatzimmervermieter,

17 Urlaub am Bauernhof – Bauernhöfe,

10 Gasthöfe mit Übernachtungsmöglichkeit,

3 Gastwirte,

8 Hotels (3x 3* und 4 x 4* Hotel);

ZIELE UND ZIELGRUPPEN

Ziel des Projektes ist es, Alleinstellungsmerkmale zu definieren und weiterzuentwickeln, um sich strategisch am Markt zu positionieren. Dafür ist es wichtig, Qualitätskriterien regelmäßig zu überarbeiten bzw. neu zu definieren.

PROJEKTUMSETZUNG UND MASSNAHMEN

Aus dieser Arbeit resultiert letztendlich eine Qualitätssteigerung der gesamten Angebotsgruppe, die eine Steigerung der Nächtigungszahlen in der Region, eine Anhebung der Wertschöpfung und eine verstärkte Positionierung zum Potenzialthema Nationalpark Hohe Tauern bewirkt.

ERFAHRUNG

Durch das Projekt und die intensive Zusammenarbeit erwarten sich die Partnerbetriebe eine Steigerung der Nächtigungszahlen und der Wertschöpfung in der Region. Wichtig ist ihnen auch eine Qualitätssteigerung des Vereins der Partnerbetriebe selbst aber vor allen eine verstärkte Positionierung zum Potenzialthema Nationalpark Hohe Tauern.



Foto: Nationalpark Osttirol