

StadtUp Bischofshofen

THEMENBEREICH | BASISDIENSTLEISTUNGEN, LEADER, GEMEINDEN | INNOVATION

UNTERGLIEDERUNG | LEADER | STANDORTENTWICKLUNG | LEERSTAND |

WISSENSTRANSFER | INNOVATION

PROJEKTREGION | SALZBURG

LE-PERIODE | LE 14-20

PROJEKTLAUFZEIT | 01.01.2022-31.12.2022 (GEPLANTES PROJEKTENDE)

PROJEKTKOSTEN GESAMT | 119.828,64€

FÖRDERSUMME AUS LE 14-20 | 71897,18€

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

PROJEKTTRÄGER | TOURISMUSVERBAND BISCHOFSHOFEN

KURZBESCHREIBUNG

Das Projekt dient unter anderem einer nachhaltigen Stadtentwicklung, um auftretende ökologische, ökonomische und soziale Probleme einer Stadt langfristig zu verbessern. Ziel ist eine Frequenzsteigerung und Verdichtung des Wirtschaftsbesatzes im innerstädtischen Kernbereich von Bischofshofen und die Reduktion von Leerflächen.

Durch die geplanten Maßnahmen soll der Innenstadt „neues Leben eingehaucht werden“. Langfristig soll mit dem „StadtUp Projekt Bischofshofen“ die Innenstadt-Wirtschaft aufrechterhalten und neue Impulse gesetzt werden. Ebenfalls ist eine langfristige Etablierung neuartiger Betriebe als auch Stärkung bereits ansässiger Unternehmen anvisiert. Das Projekt trägt vornehmlich zur Verbesserung der Wirtschaft bei, da die unterschiedlichen Maßnahmen der Innenstadtbelebung und damit auch zu einer gesteigerten Wertschöpfung führen. Zusätzlich werden Arbeitsplätze geschaffen, Unternehmen gefördert und Kundinnen- und Kundenbindungs-Impulse forciert.

AUSGANGSSITUATION

Der Tourismusverband Bischofshofen initiiert gemeinsam mit einer Beratungsagentur und lokalen Partnerinnen und Partnern vor Ort, Salzburgs erstes Innenstadtförderprogramm.

Die Stadtgemeinde Bischofshofen, im Speziellen die Innenstadt, weist grundsätzlich eine solide Handels-, Gastronomie- und Dienstleistungsstruktur auf. In den letzten Jahren konnte jedoch aufgrund des verschärften Wettbewerbs zu anderen Mitbewerberstandorten (vor allem St. Johann), den Betriebsansiedelungen im Süden Bischofshofens sowie durch den stark boomenden Online-Shopping Bereich eine sukzessive Verringerung des Einzugsgebietes und der Kaufkraftzuflüsse festgestellt werden.

Das angestrebte Projekt soll eine weitere Ausdünnung von Einzelhandels-, Dienstleistungs- und Gastronomiestrukturen in der zentralen Innenstadt verhindern. Durch zielgerichtete Gegenmaßnahmen sollen daher entsprechend neue Wirtschaftskraft in der Innenstadt generiert, bestehende Arbeitsplätze gesichert und neue geschaffen werden.

Zielsetzung dieses Standort-Wettbewerbs ist es, neue Betriebe anzusiedeln und den Betriebsgründerinnen und -gründern mit innovativen Ideen zielgerichtet Unterstützung von der Unternehmensgründung sowie im Verlauf des ersten Geschäftsjahres zu geben. Teil nehmen können auch bestehende Unternehmen, die neuartige Erweiterungen planen. Voraussetzung ist die Eröffnung des Betriebsstandortes in der Bischofshofener Innenstadt. Aus allen Einreichungen werden bis zu fünf Konzepte prämiert und mit Leistungen lokaler Unterstützerinnen und Unterstützern begleitet.

ZIELE UND ZIELGRUPPEN

Im Rahmen des „StadtUp Projekts Bischofshofen“ werden folgende Ziele anvisiert:

- professionelle Aufbereitung wichtiger Standortdaten und -fakten
- Präsentation des Standortraums Bischofshofen und hier insbesondere als attraktiver Investitionsstandort
- akzentuierte Darstellung der Bischofshofener Innenstadt zur Umsetzung neuer innovativer Geschäftsideen durch Betriebsgründerinnen und -gründer und Jungunternehmerinnen und -unternehmer
- eine Erhöhung der Passantinnen und Passanten- und Kundinnen- und Kundenfrequenzen in der Innenstadt mittels zielgruppenspezifischer Marketingmaßnahmen
- Ansiedelung neuer Konzepte, Erweiterung Branchen- und Gastronomiemix

Folgende Zielgruppen stehen im Fokus des Projektes:

- Jungunternehmerinnen und Jungunternehmer und Betriebsgründerinnen und Betriebsgründer, insbesondere im Handel-, Gastronomie-, Dienstleistungs- und Handwerkssektor
- Bevölkerung aller Altersgruppen, welche im derzeitigen Bischofshofener Einzugsgebiet wohnhaft sind
- Lokale und regionale Bevölkerung im Einzugsgebiet von Bischofshofen

PROJEKTUMSETZUNG UND MASSNAHMEN

Die ausgewählte Beratungsagentur wird für das gesamte Projektmanagement zuständig sein. Neben Ansprache und Akquisition von möglichen Netzwerkpartnerinnen und -partner und Unterstützungsstrukturen findet auch eine sogenannte „StadtUp“-Eignungsbegutachtung möglicher Immobilien in der Bischofshofener Innenstadt beziehungsweise die regelmäßige Kontakthaltung zu den Immobilienbesitzerinnen und -besitzern statt.

Im Rahmen des „StadtUp“ Projektes in Bischofshofen wird sowohl für die werblich-kommunikative Ausgestaltung und Umsetzung des Projektes als auch für die marketing-technische Beratung der prämierten Unternehmensgründerinnen und -gründer eine erfahrene und leistungsfähige Werbeagentur benötigt. Die ausgewählte Werbeagentur wird für folgende Tools benötigt:

- Entwurf - Kampagnen-Titel
- CD-Linie für StadtUp
- Entwurf – mehrseitiger Bewerbungsfolder
- Entwurf – 4-6 seitiger Infofolder
- Entwurf – 16- oder 24-Bogen-Plakat
- Inseratsvorlage für Printmedium
- „landing page“-Programmierung
- Konzeption „Social Media-Kampagne“

Nach Prämierung der fünf besten, eingereichten Unternehmenskonzepte sollen die Preisträgerinnen und Preisträger marketing- und werbetechnisch (= strategische Marketingberatung, Umsetzung von diversen Marketing- und Werbemaßnahmen etc.) durch die Werbeagentur begleitet werden.

Der dritte Posten ist die Unternehmensberatung. Die Unternehmensberaterinnen und -berater begleiten die Preisträgerinnen und -träger, seien es Neugründerinnen und -gründer oder bestehende Unternehmen, die ein neues Konzept entwickeln. Sie koordinieren den Ansiedelungsprozess mit weiteren lokalen Netzwerkpartnerinnen und -partnern und unterstützen zum Beispiel dabei, die Konkurrenzsituation zu analysieren, Stimmen sich mit der ausgewählten Werbeagentur bezüglich Markenaufbau ab, schätzen die Marktsituation ein, schauen welches Einzugsgebiet vorhanden ist oder geben den Neugründerinnen und -gründerinnen in der Anfangsphase eine konkrete Struktur.



TVB Bischofshofen



TVB Bischofshofen

LINKS

[TVB Bischofshofen](http://www.bischofshofen.com) (<http://www.bischofshofen.com>)

[LEADER Lebens.Wert.Pongau](http://leader.pongau.org/) (<http://leader.pongau.org/>)