

PUSSWALD-GANSCHITTER KG
Maria und Werner Pusswald
Unternehmensberatung – Seminare - Coaching
A 5602 Wagrain, Flotensberg 10
Tel. 06413/8766, Fax 06413/8766-4
Mobil: 0664/1269 748
maria.pusswald@aon.at www.spirittrainer.net
ATU 6400 7256



Arbeitstitel
Projekt +Regional
Ein Projekt gefördert von
AMA
und Regionalmanagement Tirol

Projektbegleitung:

AMA:

Mag. Sabine Flöcklmüller

Regionalmanagement Tirol, Hohe Salve - Mittleres Unter-Inntal:

Barbara Loferer-Lainer MSc

Moderation:

Christian Schilcher, Maria Pusswald-Ganschitter,
– Spirit Trainer Netzwerk

Projektmanagement bis Ende 2011:

Barbara Loferer-Lainer MSc

Wagrain, 2011-01-11

Unternehmensberatung:

* Unternehmensstrategie * Marketingkonzepte * Werbemittelkonzepte

Strategische Regions-Kooperationsentwicklung:

* Strategie-Workshops * Trainings-Workshops * Evaluierungs-Workshops

Trainings im Seminar und on the Job:

* Marketing * Verkauf * Receptions -, Service-, Etagenorganisation * Internet

Coaching:

* Systemisch lösungsorientiertes Coaching

- I. Ziel
- II. Zielbetriebe, Zielszenen
- III. Arbeitssystem Workshop-Serie
- IV. Finanzierungsvarianten
- V. Zeitlinie
- VI. Kontakte

Häufig gestellte Fragen:

Frage:

„Ich habe durch +Regional einen höheren Wareneinsatz. Ich habe also höhere Kosten.“

Antwort:

„Das stimmt Sie haben schätzungsweise einen 20 %igen höheren Wareneinsatz, aber könnten dafür einen 10%igen höheren Verkaufspreis erzielen. Ergibt eine höheren Deckungsbeitrag von + 3,4 % z.B. siehe Kalkulationsbeispiel Seite 4“

Frage:

„Wie erziele ich einen 10% höheren Verkaufspreis?“

Antwort:

„Die Werbung ist auf die Qualität +Regional ausgerichtet. Höhere Qualität wird bezahlt!“

Frage:

„Muss ich bei allen 8 Strategie Workshops dabei sein?“

Antwort:

„Ja, jeder Betrieb muss bei allen 8 Workshops dabei sein, je nach Thema können sich KüchenchefIn und/oder UnternehmerIn abwechseln.“

Frage:

„Kann ich selbst wählen ob ich als Mitgliedsbetrieb nach Variante 1 oder Variante 2 sein will?“ (siehe Seite 8)

Antwort:

„Nein, das arbeitende Strategieteam entscheidet im Team während der Workshops in welcher Variante die Kooperation aktiv wird.“

Frage:

„Wenn ich nach 8 Workshops doch nicht in der Kooperation sein will. Was ist dann?“

Antwort:

„Das wäre schade, aber niemand wird zur Mitgliedschaft auf Grund der Workshops gezwungen.“

Frage:

„Wie finanziert sich die Kooperation?“

Antwort:

„Das Startup finanziert die AMA, danach könnte ein Interregg Förderprojekt eingereicht werden. Ab 2016 muss sich die Kooperation selbst aus Mitgliedsgebühren finanzieren.“ (siehe Seite 8)

I. Ziele

I.1. Ziele qualitativ

- ✓ Entwicklung einer Gruppe von Hoteliers 4-5 Sterne (laut österreichischer Hotelkategorisierung) mit einer Profilierung (Qualitätsentwicklung) durch überwiegenden Angeboten von **regionstypischen Produkten bei Speisen - Hotelmenüs, (Getränken, Souvenirs, Give Aways, Merchandisings) usw.**

Das Hotelteam kennt die Produkte der jeweiligen Region, vorzugsweise der eigenen Region. Genaue Kenntnis und Hintergrundinformation über Produzenten, Produkte, Geschichten und Traditionen. Die Veredelung und Wertschöpfung findet in der jeweiligen Region statt. Für Gäste des Hotels ist die jeweilige Region optisch, geschmacklich, akustisch und sinnlich erkennbar, spürbar und erlebbar.

- ✓ **Was ist +Regional?**
In erster Linie müssen Produkte der umliegenden Region (ca. 50-70 km) des Hotels verwendet werden, welche diese Region widerspiegeln.
- ✓ Wenn Produkte wie z. B. Wein, Obst usw. nicht in der Region produzierbar sind, kann auf andere Regionen ausgewichen werden. Aber die gleiche Erkennbarkeit für die Gäste der jeweiligen Region, die Kenntnisse über die Produzenten, Produkte und Regionen für das Hotelteam müssen ebenfalls vorhanden sein.
- ✓ Wertschöpfung des Produktes findet in der jeweiligen Region statt.
- ✓ CO₂-Fußabdruck für alle Produkte
- ✓ AMA-Produkte = Produktion und Veredelung finden in Österreich statt
- ✓ Profilierung (Qualitätsentwicklung) des Hotels in der Produktpalette und in der Werbung als +Regional

I.2. Ziele quantitativ

- ✓ Mindestens 15 Hoteliers (mindestens 750 Betten = Ø 50 Betten pro Betrieb) aus einer Region z. B. Bundesland Tirol als Pilotprojekt müssen sich bereit erklären sich an der Entwicklung und der Kooperation (Teilnahme an 8 Strategie-Workshops) zu beteiligen.
- ✓ Mindestens 15 Hoteliers (mindestens 750 Betten = Ø 50 Betten pro Betrieb) schließen sich ab 2012 zu einer Region +Regional zusammen um gemeinsam eine Dachmarke zu vertreten.
- ✓ Mindestens eine weitere Region mit mindestens 15 Hotels (mindestens 750 Betten) z. B. in Bayern oder Südtirol finden sich als Projektpartner, damit die Möglichkeit einer Einreichung eines Leader-Interregg-Förderprojektes besteht.

- ✓ Preis-/ oder Frequenzerhöhung für die Mitgliedhotels durch Profilierung +Regional im Verkaufspreis von ca. 10-15 %. Wir gehen davon aus, dass der Wareneinsatz um 5 % steigt.

✓

Kalkulationsbeispiel klassisch:

Ø Wareneinsatz für Hotelpension	15 %
z. B. Verkaufspreis HP	€ 70,00
davon Wareneinsatz für Frühstücksbuffet und Abendessen 15 %	- € 10,50
Deckungsbeitrag nach (nur)Wareneinsatz	€ 59,50

Kalkulationsbeispiel +Regional:






Verkaufspreis HP + 10 % +Regional	€ 77,00
davon Wareneinsatz +Regional 20 %	- € 15,40
Deckungsbeitrag nach (nur)Wareneinsatz	€ 61,60

Erhöhung des Deckungsbeitrages nach (nur)Wareneinsatz **+ € 2,10**
(+3,4 %)

Beispiel 50 Betten Hotel + Regional

50 Betten x 190 Vollbelegstage = 9500 Nächte
 x € 2,10 Deckungsbeitragserhöhung nach (nur)Wareneinsatz
 = € 2,10 x 9500 Nächte **= Umsatz + € 19.950,--**

Beispiel einer Ziel-Modellentwicklung, frei wählbar für jeden Hotelier:

Modell 1 +Regional Premium	Modell 2 +Regional Sortiment	Modell 3 +Regional Saisonell
+++++Regional	++++  Regional	+++  Regional
Verwendung von +Regional-Produkten: Hauptprodukte 100 % (Fleisch, Fisch, Gemüse, Weine...) Nebenprodukte mind. 25 % (Zucker, Mehl, Salz ...) für Frühstücksbuffet (Jause), Abendmenü, (Getränke, Give Aways, Souvenirs, Merchandising)	Verwendung von +Regional-Produkten: Hauptprodukte 50 % (Fleisch, Fisch, Gemüse, Weine...) Nebenprodukte mind. 25 % (Zucker, Mehl, Salz ...) für Frühstücksbuffet (Jause), Abendmenü, (Getränke, Give Aways, Souvenirs, Merchandising)	Verwendung von +Regional-Produkten bei mindestens 50 % der Öffnungszeit (z. B. Sommersaison): Hauptprodukte 100 % (Fleisch, Fisch, Gemüse, Weine.) Nebenprodukte mind. 25 % (Zucker, Mehl, Salz ...) für Frühstücksbuffet (Jause), Abendmenü, (Getränke, Give Aways, Souvenirs, Merchandising)
		

II. Zielbetriebe / Zielszenen

II.1. Zielbetriebe Ebene 1

15 Hoteliers, ca. 750 Betten der 3-5 Sternekategorie in Tirol - Pilotprojekt.
Ab 2012 mit Ausdehnung auf eine weitere Gruppe von 15 Hotels, ca. 750 Betten in Bayern oder Südtirol

II.2. Zielbetriebe Ebene 2

Landwirte, Produzenten und Händler von regionalen Produkten sowie AMA-Produkten

II.3. Zielszenen Gäste

Gäste der verschiedensten Zielgruppen (Wanderer, Skifahrer, Mountainbiker, Familien, Wellness, Gesundheit,)

- ✓ mit höherem Anspruch auf wertvolle „Genuss“-Mittel zum Essen, Trinken und Verschenken (höherer Qualitätsanspruch)
- ✓ mit ressourcenbezogenen Konsumverhalten (CO₂ Fußabdruck)
- ✓ mit dem Anspruch die Urlaubsregion authentisch zu erleben, kennenzulernen und zu erhalten

III. Arbeitssystem Strategie-Workshop

Strategieteam

Ein Team aus 20 bis max. 30 Personen erarbeitet nach den angeführten Rahmenbedingungen von AMA und eines Interregg-Förderprojektes ein Strategiekonzept.

Strategieteilnehmer

- ✓ 15-20 Hoteliers (ca. 750 Betten) 3-4 Sternekategorie aus Tirol
- ✓ AMA vertreten durch Mag. Sabine Flöcklmüller und Ernst Schmiedhuber
- ✓ Tirol Werbung vertreten durch Kathleen Johné
- ✓ Regionalmanagement Hohe Salve – Mittleres Unter-Inntal vertreten durch Barbara Loferer-Lainer MSc
- ✓ Vertreter der Bauernkammer Tirol
- ✓ Vertreter der Wirtschaftskammer Tirol

8 Strategie-Workshops 2011-2012

Workshop 1:

Termin: Mi 16.03.2011
Ort: Tirol, Raum Kitzbühel
Thema: Kriterien-, Organisationsentwicklung, Produktentwicklung +Regional

Workshop 2:

Termin: Di 19.04.2011
Ort: Tirol, Raum Kitzbühel
Thema: Kriterien-, Organisationsentwicklung, Produktentwicklung +Regional

Workshop 3:

Termin: Di 24.05.2011
Ort: Tirol, Raum Kitzbühel
Thema: Kriterien-, Organisationsentwicklung, Produktentwicklung +Regional

Stop or Go

Workshop 4:

Termin: Di 20.09.2011
Ort: Tirol, Raum Kitzbühel
Thema: Produkte, Angebote, Preise +Regional

Workshop 5:

Termin: Di 18.10.2011
Ort: Tirol, Raum Kitzbühel
Thema: Produkte, Angebote, Preise +Regional

Stop or Go

Workshop 6:

Termin: Di 15.11.2011
Ort: Tirol, Raum Kitzbühel
Thema: Markenentwicklung +Regional

Workshop 7:

Termin: Mi 11.04.2012
Ort: Tirol, Raum Kitzbühel
Thema: Kommunikation, Werbung +Regional

Workshop 8:

Termin: Di 15.05.2012
Ort: Tirol, Raum Kitzbühel
Thema: Kommunikation, Werbung +Regional

Moderation aller Workshops

Christian Schilcher

Maria Pusswald-Ganschitter

UnternehmensberaterIn, TrainerIn und Systemischer Coach
Marketingbegleitung von Betrieben, Kooperationen und Regionsentwicklung,
Spirit Trainer Netzwerk



CHRISTIAN SCHILCHER MBA

Akademischer Tourismusmanager, Email: ch.schilcher@webspeed.at

- * HBLA für Tourismusberufe Bad Ischl
- * Berufserfahrung in Hotellerie- und Gastronomie
- * Marketing-Managementtätigkeit in verschiedenen Tourismusorganisationen
- * Universitätslehrgang für Tourismusmanagement JKU Linz /Abschluss MBA
- * 5-jährige Tätigkeit im Bereich Marketing des Oberösterreich Tourismus (Landes Tourismus Organisation)
- * Entwicklung und Umsetzung von Qualifizierungsprojekten/Co-Trainer
- * Privatvermieter in Oberösterreich
- * Themenmanagement Gesundheit und Wellness in OÖ
- * Regionalentwicklung/Leader Management



MARIA PUSSWALD-GANSCHITTER

Unternehmensberatung, Seminare **CCT**, Coaching, Firmeninhaberin Pusswald-Ganschitter & Partners, Email: maria.pusswald@aon.at www.spirittrainer.net

- * Höhere Lehranstalt für Fremdenverkehrsberufe Klessheim
- * Reception und Direktion in internationalen Hotels
- * Wien, Austro Top Hotels – Sales & Marketing Management
- * Innsbruck, Knabl & Schrott – Unternehmensberatung, Trainerin
- * Unternehmensberater-Ausbildung und -Prüfung
- * Unternehmensberaterin und Trainerin mit eigener Firma seit 1995
- * Marketingkonzept-Entwicklung und begleitende Umsetzung
- * Marketingbegleitung von Betrieben und Kooperationen
- * Seminare und Workshops im Bereich Marketing; Markt- und Produktpositionierung, Werbung, Verkauf, Reception, Etage
- * Systemisches, lösungsorientiertes Coaching

IV. Finanzierungsvarianten

- ✓ Moderations-Kosten der Workshops 1-8:
2010 bis 2012 – 100 % durch die AMA
- ✓ Kosten der Markenentwicklung, Logo, CD-Entwicklung und regionale Öffentlichkeitsarbeit
2011 – 100 % durch die AMA
- ✓ Kosten der Kooperation und der Kommunikation (Werbung)
ab 2012 bis 2014 – Antrag und Versuch Positionierung als Interegg-Projekt –
Förderprojekt

Interegg Förderchancen

Work-Package Marketing und Öffentlichkeitsarbeit

Prospekte, Homepage, Pressearbeit, Menükarten, Etiketten, Werbung,
für 3 Jahre 60 % Fördermöglichkeit als Rückvergütung

Work-Package Projektmanagement

Geschäftsführung, Projektbegleitung, Organisation,
für 3 Jahre 60 % Fördermöglichkeit als Rückvergütung

Work-Package bauliche investitive Maßnahmen

Buffet Marktstand, Schauvitriolen, Markenschilder,
für 3 Jahre 60 % Fördermöglichkeit als Rückvergütung

Anmerkung:

Alle Maßnahmen des Interegg Projektes müssen durch die Mitgliedsbetriebe durch eine Mitgliedsgebühr vorfinanziert werden. Eine mögliche Förderung wird nach Prüfung nach ca.1-2 Jahren als Förderung rückvergütet. **Eine Förderung wird nicht im Vorhinein zugesichert!**

Kooperationsvariante 1 + Regional Soft

- ✓ Produktentwicklung sowie +Regionalbroschüre und +Regional-Homepage.
Die Bewerbung der Dachmarke +Regional wird von den Hoteliers in Eigenverantwortung durch Eigenfinanzierung in den eigenen Betrieben durchgeführt.

Geschätzte jährliche Mitgliedsgebühr 15 Hoteliers, 750 Betten
jährliche Mitgliedsgebühr pro Bett € 50,-- = Gesamtbudget Pilotgruppe = € 37.500,--
x 2 Kooperationsgruppe Interegg = € 75.000,--
z. B. Jahresmitgliedsgebühr eines 50 Betten Hotels € 2.500,--

Kooperationsvariante 2 + Regional Full Service

- ✓ Produktentwicklung
- ✓ +Regionalbroschüre
- ✓ +Regional-Homepage Suchmaschinen-optimiert und verlinkt von themenorientierten Plattformen mit koordiniertem Webmarketing
- ✓ Pressearbeit und Medienkooperationen
- ✓ Gemeinsame Messeauftritte
- ✓ Geschäftsführung und Sekretariat

Geschätzte jährliche Mitgliedsgebühr 15 Hoteliers, 750 Betten, je Kooperation
jährliche Mitgliedsgebühr pro Bett € 250,-- Gesamtbudget Pilotgruppe =€ 187.500,-
-x 2 Kooperationsgruppe Interegg = € 375.000,--
z. B. Jahresmitgliedsgebühr eines 50 Betten Hotels € 12.500,--

Das Strategieteam entscheidet in welcher Variante die Kooperation aktiv wird. Es wird nur nach einer der beiden Varianten gearbeitet.

V. Zeitlinie

März 2011	April 2011	Mai 2011
Workshop 1	Workshop 2	Workshop 3
Strategieentwicklung: Kriterien- Organisationsentwicklung, Produktentwicklung +Regional, begleitete Pressearbeit 100 % gefördert durch die AMA		

Stop or Go

Juni 2011	Juli 2011	August 2011	September 2011
Auswahl und Abstimmung Produzenten und Produkte +Regional jedes Hoteliers für sein Speise-, Getränke-, Souvenir-, Give Aways-, Merchandising-Angebot – ohne Begleitung Eigenverantwortung der Strategie-Teilnehmer (Hoteliers)			

September 2011	Oktober 2011
Workshop 4	Workshop 5
Strategieentwicklung: Produkte, Angebote, Preise +Regional begleitete Pressearbeit 100 % gefördert durch die AMA	

Stop or Go

November 2011
Workshop 6
Strategieentwicklung, Markenentwicklung 100 % gefördert durch die AMA

Dezember 2011	Jänner 2012	Februar 2012
Strategieentwicklung: Name, CD, Markendesign durch externen Anbieter 100 % gefördert durch die AMA		

April 2012	Mai 2012
Workshop 7	Workshop 8
Strategieentwicklung, Kommunikation (Werbung) +Regional begleitete Pressearbeit, Fotoserien 100 % gefördert durch die AMA	

Mai 2012	Juni 2012
Finden einer 2. Projektgruppe in Bayern oder Südtirol, Antrag auf Interegg-Förderprojekt Antragsorganisation € 5000 durch die Pilotgruppe	

2013	2014	2015
Gründung eines Vereins mit Mitgliedsgebühr nach Variante 1 oder 2 Budget Variante 1 Soft: Pilotgruppe € 37.500,-- + Interegg Kooperationspartner € 37.500,-- = ca. € 75.000,-- Budget Variante 2 Full Service: Pilotgruppe € 187.500,-- + Interegg Kooperationspartner € 187.500,-- = ca. € 375.000,--		

