

STÖCKL SUMMEREDER KONSULENTEN

Masterplan
Dachstein Salzkammergut
Überblick - Vollversammlung am 21. 11. 2023

Plan-Entwicklung

**Top-Level
Interviews**

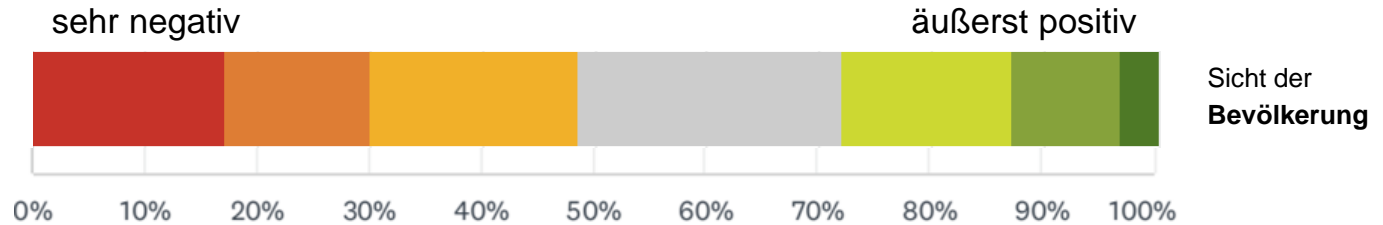
**Stakeholder
Befragung**

**Strategie-
Workshop**

**Der
Masterplan**



Wirkt sich der Tourismus
negativ auf die Lebensqualität aus?



■ äußerst positiv

■ positiv

■ eher positiv

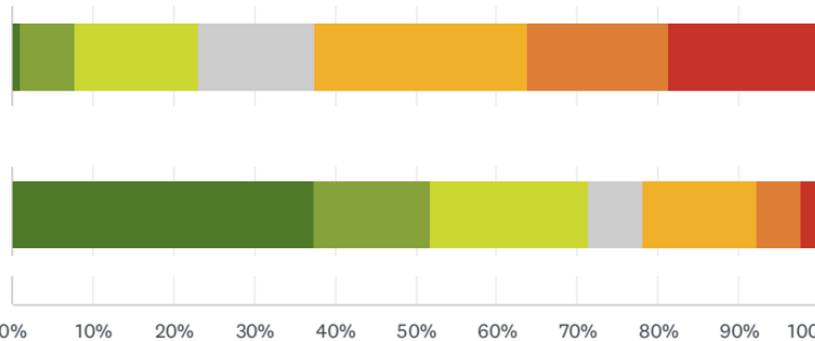
■ weiß nicht / neutral

■ eher negativ

■ negativ

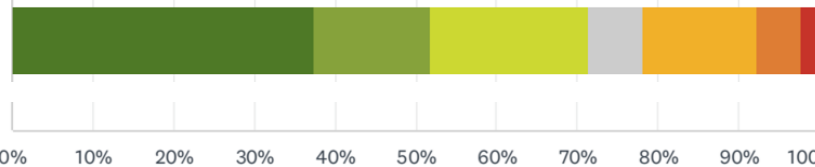
■ sehr negativ

"Bei der Tourismusstrategie und -kommunikation wird **auf Einheimische Rücksicht genommen.**"



Sicht der
Bevölkerung

"Wir haben **zu viele Touristen** in unserer Region"



- stimme absolut zu
- stimme zu
- stimme eher zu
- weiß nicht / neutral
- stimme eher nicht zu
- stimme nicht zu
- stimme absolut nicht zu

Fühlen Sie sich gut über die **Tätigkeiten des Tourismusverbandes** informiert?



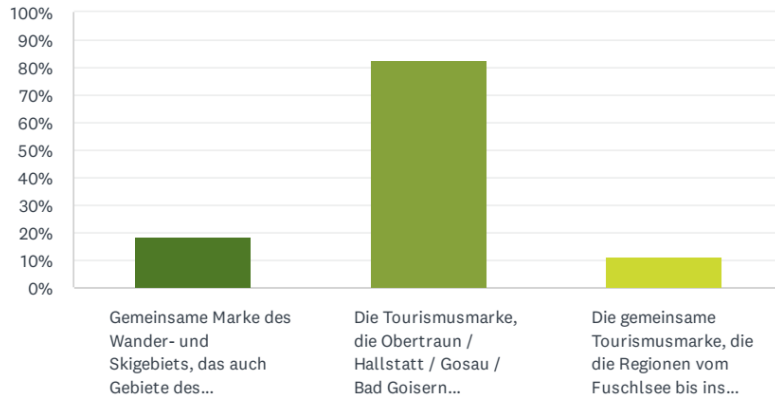
Fühlen Sie sich gut über die **wichtigsten Entwicklungen in der Region** informiert?



-
- | | | | |
|--|---|---|--|
|  stimme absolut zu |  stimme zu |  stimme eher zu |  weiß nicht / neutral |
|  stimme eher nicht zu |  stimme nicht zu |  stimme absolut nicht zu | |

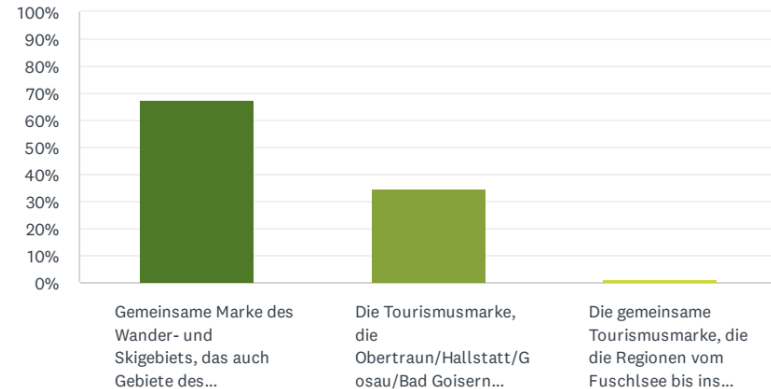
Markenkenntnis in der Bevölkerung

Was bedeutet die Marke "Dachstein Salzkammergut"?



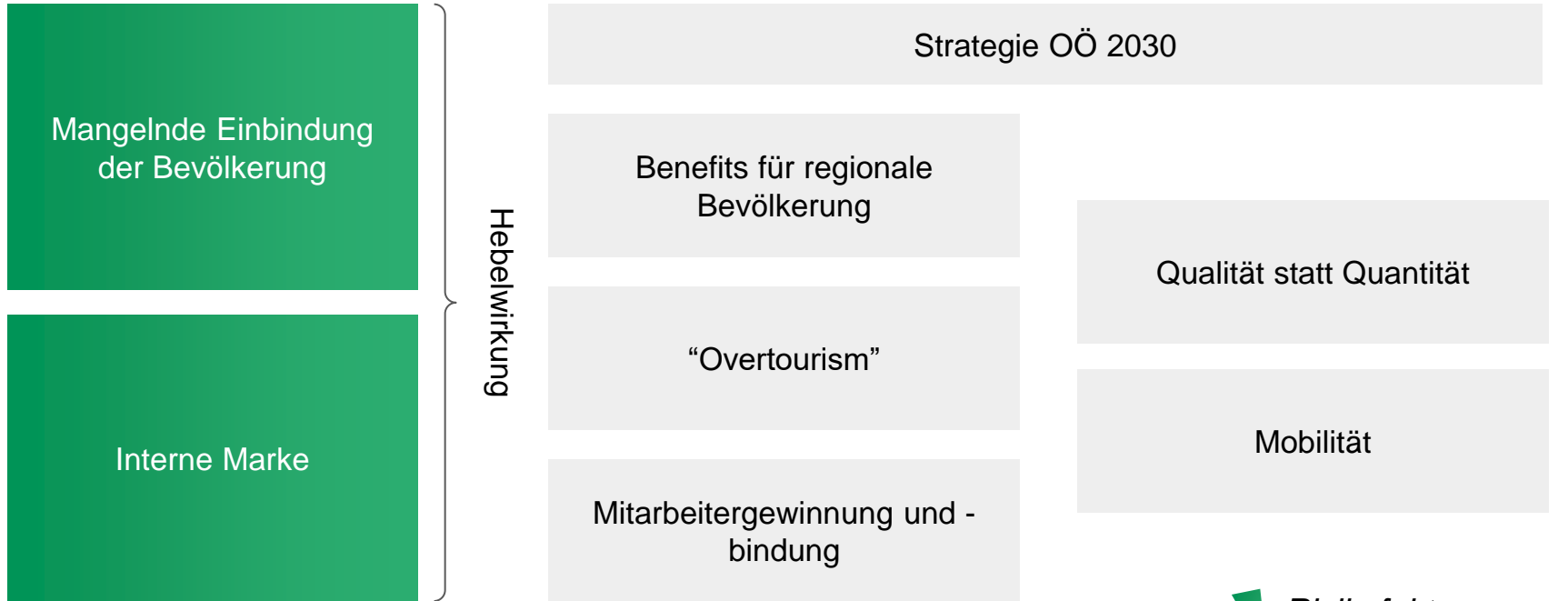
Ca. 30% können die Marke "Dachstein Salzkammergut" nicht korrekt zuordnen.

Was bedeutet die Marke "Dachstein West"?



Ca. 35% halten Dachstein West für die Tourismusmarke des Inneren Salzkammerguts.

Prioritätenfelder X Potenziale



Strategischer Ansatz

Vertrauen stärken

durch regelmäßiges, frühzeitiges, **transparentes Erklären** von Motiven und Strategien des Handelns

Menschen erreichen, wo sie stehen

durch **Segmentierung** und **anschauliche** Formate, die den Mehrwert der Arbeit des TVB vermitteln

Wir-Gefühl heben

durch Pushen und **Aufladen** der internen Marke auf Basis der gemeinsamen Werte und des gemeinsam Erreichten

Mehrwert und
“Warum?” aktiv
vermitteln

Interne Markenperspektiven



Interne Marke

DACHSTEIN
salzkammergut

Heimat - Natur - Tradition

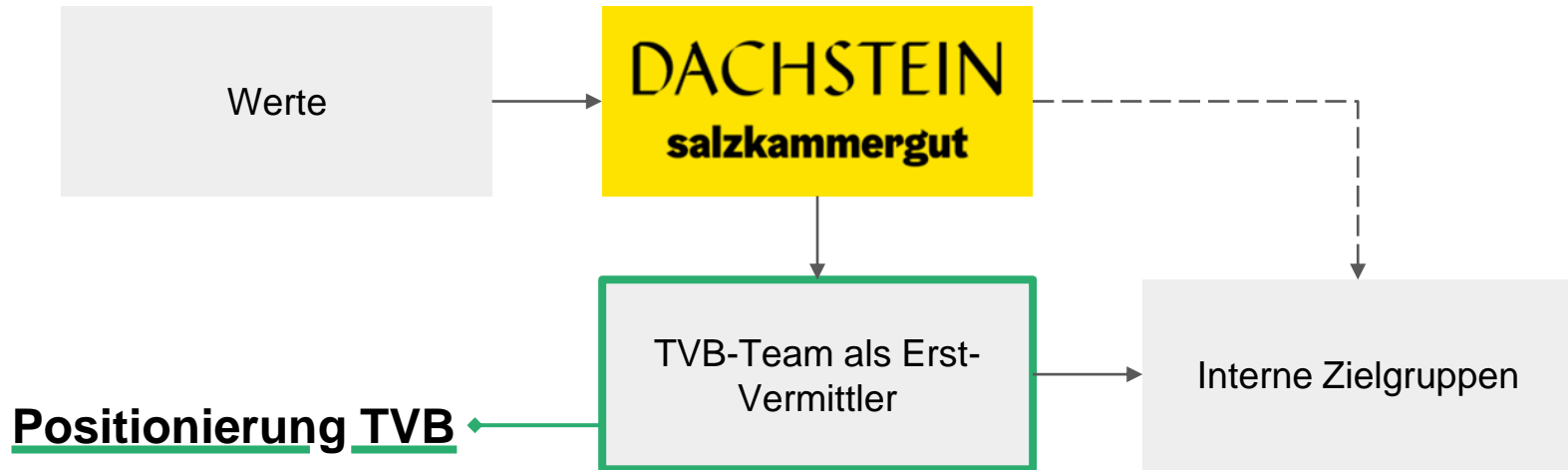
Gemeinsamer Nenner: Zeitlose Werte

Inneres Salzkammergut

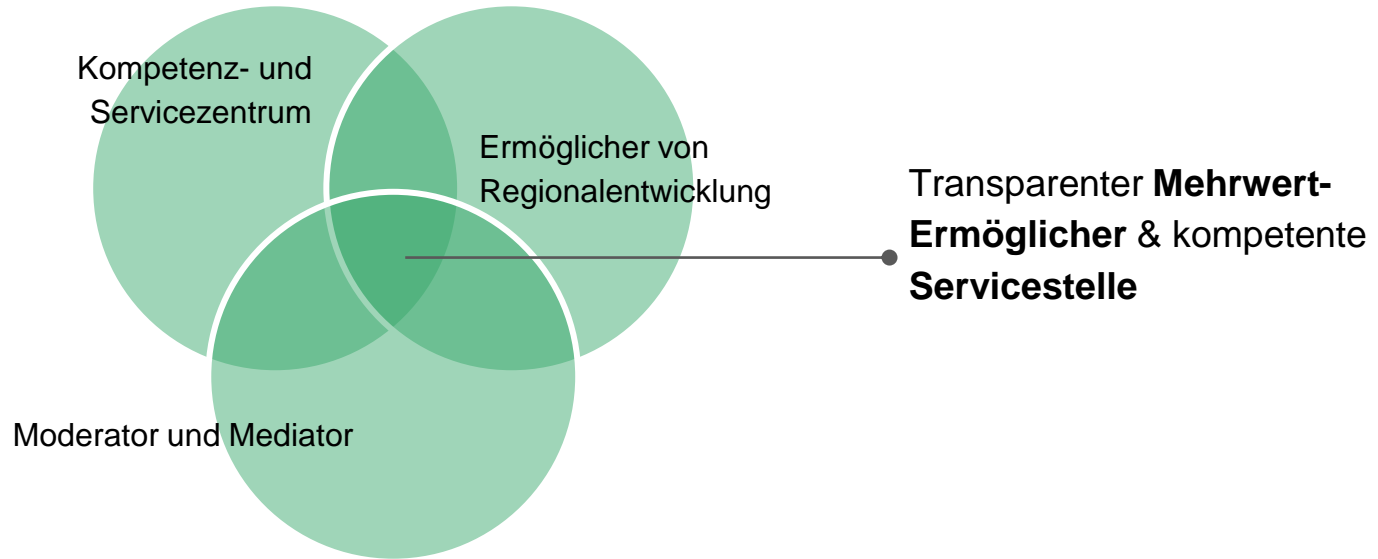
Die Marke und der TVB decken sich mit
der Region

Unabhängig von offizieller Bezeichnung der
Ferienregion und ihrer Organisation.

Interne Markenperspektiven



Positionierung TVB



Masterplan: Abgeleitete Maßnahmen

Strategische Ausrichtung
Newsletter

Fokus
Bevölkerung

Transparenz-Boost
Vollversammlung

Basis

Ergänzung **Markenleitlinien**
um **interne Perspektive**

Change-Strategie
Tourismusgesetz 2025

Masterplan: Abgeleitete Maßnahmen

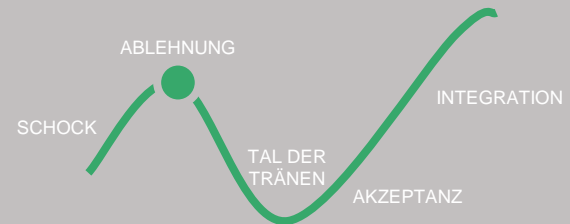
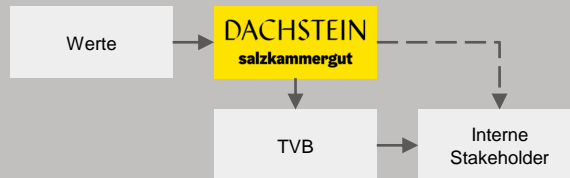
Basis

Ergänzung Markenleitlinien um interne Perspektive

*Partizipativ erarbeitete Guidelines: Unser **Selbstverständnis** für Push des **WIR** und **WARUM***

Change-Strategie Tourismusgesetz 2025

- **Change-Szenarien**, -Roadmap, -Managementsystem,...
- **Transparenz** und zeitnahe, aktive Information



Abgeleitete Maßnahmen

Exzellenz

Strategische Ausrichtung Newsletter

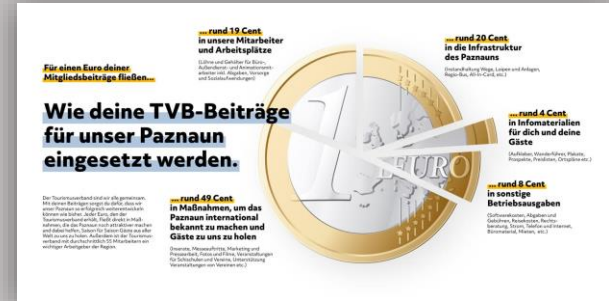
- Mitglieder-Monatsmailings
- Fokus auf **“Warum”** und Mehrwert

Fokus Bevölkerung

- Zeitschrift
- Landing Page
- Newsletter-Abo

Transparenz-Boost Vollversammlung

- Pressegespräch
- Bürgerfragestunde
- Aufbereitung Key-VV-Inhalte



Wie dein TVB Gäste in unser Paznaun bringt.

Z.U.B.B.



Soviel in aller Kürze.

Vieles ist bereits aufgesetzt.

Aber einige **Hebel** gilt es noch zu betätigen, um

- das Vertrauen zu stärken
- die Menschen zu erreichen, **wo sie stehen**
- und das **Wir-Gefühl** zu heben.