



FÖRDERKRITERIEN FÜR TOURISMUSMARKETINGMASSNAHMEN

im Rahmen von LEADER 2007-13 - Version 1.0

Grundvoraussetzungen:

Es gilt wie bisher die grundsätzliche Arbeitsteilung zu Marketingmaßnahmen (Anhang 1)

- Projektträgerschaft nur durch Destinationsgesellschaft; falls dies nicht möglich ist, hat die Destination eine fachlich geeignete (Ersatz-) Organisation mit ausreichenden Personalkapazitäten zu nominieren und bevollmächtigen sowie dies zu begründen.
- Vorlage und Darstellung (hinsichtlich Inhalt und Umfang) jener Kernaufgaben/-leistungen, die über das jährliche Marketingunterstützungspaket der WST3 abgewickelt werden; nur darüber hinausgehende bzw. diese Maßnahmen verstärkende Aktivitäten können anerkannt werden. ferner sind diese Maßnahmen bei der Durchführung und Abrechnung klar nachvollziehbar zu gestalten/kennzeichnen
- Beziehung des Projektes zur Lokalen Entwicklungsstrategie (LES), Darstellung und eindeutige Zuordnung der Maßnahmen zu Destinationsgeschäftsfeld, Maßnahmen als Teil von „Verbundaktionen“ (Veranstaltungen, Messebesuche, NÖ-W-Beteiligungen, Ausflugskarten..) können nur anteilig und nachvollziehbar anerkannt werden
- Spiegelprojekte mehrerer LAG´s sind möglich

Qualitätskriterien (die Erfüllung ist im Rahmen der Projektbeschreibung bzw. eines Betriebskonzeptes nachzuweisen):

- **Marketingmaßnahmen:** Es werden nur Marketingmaßnahmen mit konkretem Angebots/Produkt/Themenbezug anerkannt. Ferner ist der sachliche Bezug zu regionalem Kursbuch bzw. Produktentwicklungsleitfaden darzustellen. Keine gesamtheitliche / pauschale (LEADER-)Regions- oder Destinationsvermarktung, bis Frühjahr 2008 sind die dzt. gültigen Vorgaben des „grafischen Handbuches der NÖ Tourismusabteilung“ (bei Abteilung Marketingservices der NÖW erhältlich) nachweislich einzuhalten - voraussichtlich neue Vorgaben auf Basis des dzt. laufenden Markenentwicklungsprozesses
- **Medienproduktionen** (TV, Radio, Video..): die themenbezogenen Maßnahmen sind nur anteilig anerkannt (nachvollziehbare Zuordnung und Kalkulation ist vorzulegen zB.: Sendezeitanteil, Seitenanteil bei Drucksorten)
Medienproduktionen sind nur als Teil eines größeren Maßnahmenpaketes förderbar (keine Medieneinzelprojekte); Zielgruppen, Zeitpunkt und Ort/Programm der Ausstrahlung, Reichweite, Nutzungsregelungen (zB. Nutzungsrechte bei Destination) sind nachvollziehbar darzustellen, wenn möglich ist die Detailkalkulation der Produktion darzustellen



- **Veranstaltungen:** Es ist jedenfalls ein Veranstaltungskonzept vorzulegen, aus dem Ziele, Inhalte, Zielgruppen, Zeitpunkt und Ort nachvollziehbar hervorgehen, eine nachvollziehbare Einnahmen-Ausgaben-Kalkulation ist vorzulegen - bei Eintrittsen reduzierten Mehreinnahmen die Förderung anteilig; bei Mindereinnahmen trägt der Projektträger den Ausfall. Im Falle von thematisch breiteren Veranstaltungen, sind Kosten nur anteilig anerkennbar (nachvollziehbare Zuordnung bzw. Abgrenzung ist vorzulegen)

Förderbare Kosten:

zB.: Projektmanagement, externe Beratung, Konzepterstellung, Planungskosten, Produktionskosten Ausstellungsgestaltung, Investitionen, Layout, Marketingmaterial, Internetauftritt, Öffentlichkeitsarbeit, etc.

Förderhöhe:

70% der anerkennbaren Projektkosten