

3.2 Handlungsfeld Tourismus- und Standortmarketing

Stadt und Landkreis sollen im Bereich Tourismus- und Standortmarketing als Region Landshut wahrgenommen werden. Auf eine gemeinsame Aufstellung im Marketing und eine abgestimmte Angebotsentwicklung sind die Ziele und die Umsetzungsmaßnahmen ausgerichtet.

Handlungsfeld 2 – Tourismus- und Standortmarketing

Ziele	Die Stadt und der Landkreis Landshut vermarkten unter der Marke „Region Landshut“ (Identifikationsmarke) ihre Naherholungs-, Tages- und Mehrtagestourismusangebote sowie festgelegte Standortthemen gemeinsam.
Teilziele	<p>Tourismusmarketing:</p> <ul style="list-style-type: none">» Schaffung eines konzeptionellen, organisatorischen und vertraglichen Rahmens von Stadt und Landkreis.» Vermarktung und Angebotsentwicklung in festgelegten Themenlinien, wie Naturerlebnisse (Rad, Wandern), Kulturerlebnisse und Städtetourismus (inkl. des Angebotes eines Einkaufserlebnisses).» Angebotsentwicklung unter dem Fokus der Impulssetzung für den Tagestourismus / Mehrtagestourismus sowie der Reduzierung der Abhängigkeit vom Geschäftstourismus im Beherbergungssektor (z. B. Mehrtages-Pakete).» Nutzung der EU-Förderlinie LEADER für die touristische bzw. naherholungsorientierte Angebots- und Infrastrukturentwicklung (ggf. ein Förderschwerpunkt). <p>Standortmarketing:</p> <ul style="list-style-type: none">» Standortprofilierung über Branchenstruktur und Kompetenzfelder: Nachhaltige Mobilitätslösungen (u.a. Wasserstoff), Gründungs- & Innovationsregion, Nachhaltigkeit und Engineering, Digitale Transformation und Hochschule, Wohnen und Freizeit, Young Generation (U30).» Das Standortmarketing nach innen ist prioritär und verfolgt die Teilziele der Sichtbarmachung der Hochschule sowie der Arbeitsplätze in Handel, Gewerbe und Wirtschaft, die Identifikation mit der Region und die Stärkung des Bleibe- bzw. Heimkehrerverhaltens.» Das Standortmarketing nach außen richtet sich insbesondere auf die Dialogräume München und Niederbayern und auf die Stärkung des Wirtschaftsraumes Landshut (u.a. über strategische Allianzen Stadt München). Es kommuniziert die Kernkompetenzen und nimmt in hohem Maße potenzielle Fachkräfte in den Blick.» Stadt und Landkreis erstellen und vertreiben gemeinsam zentrale Kommunikationsmedien. Sie setzen abgestimmte Projekte um.

Vorrangige Maßnahmen mit hoher Priorität

Projekt 2.1

Naherholungs- und Tourismuskonzeption (Marketing-Konzept)

Über eine Konzeptentwicklung (Konzeptvergabe oder begleitende Beratung) erfolgt eine Unterstützung hinsichtlich der Klärung der gemeinsamen Aufstellung bei den touristischen Naherholungs- und Kurzzeit-Angeboten mit Themenlinien, Angebotsformen, Vermarktungswegen, Buchbarkeit, Services.

Leistungsinhalte des Konzeptes:

- » Potenzial- und Zielgruppenanalyse für kurzzeittouristische Angebote (z. B. modulare Packages unter Einbindung von kulturellen Events bzw. kultureller Einrichtungen, Stopover-Angebote), mit dem Ziel, den Übernachtungstourismus vor allem an den Wochenenden in der Region zu fördern (1–3 Übernachtungen),
- » Festlegung von Themenlinien, der damit verbundenen Ziele und der vorhandenen vermarktbareren und neuen Angebotsformen,
- » Empfehlungen für die Kommunikation, den Vertrieb (u.a. Buchbarkeit) und die Services sowie ein
- » Vorschlag für zentrale Inhalte eines Kooperations- bzw. Delegationsvertrages.

Projektträger

Stadt (Amt für Wirtschaft, Marketing & Tourismus) und Landkreis Landshut (Sachgebiet für Wirtschaft, Kreisentwicklung, Regionalentwicklung, Tourismus)

Kooperationspartner

Tourismusverband Ostbayern e. V., Bayerischer Hotel- u. Gaststättenverband e. V. (Dehoga), IHK Niederbayern, Hopfenland Hallertau Tourismus e. V., Kommunen mit Tourist-Infos, Wirtschafts- und Tourismus-Club, Gastronomie- und Beherbergungsbetriebe

Kosten / Finanzierung

Kostenschätzung:

- » Tourismuskonzept mit externem Dienstleister: ca. 40.000–50.000 Euro, Beratungsmodell ca. 15.000–20.000 Euro

Finanzierungsinstrumente:

- » Haushaltsmittel der Projektträger
- » „FörLa“-Richtlinie des Freistaates (im Rahmen der Fortschreibung des Regionalmanagements-Antrages)

Projekt 2.2

Wirtschaftsregion Landshut – Standortprofil und -services

Im Rahmen der Erstellung der gemeinsamen Medien wird die tatsächliche und künftige Standortpositionierung definiert und kommuniziert. Neben einer Abstimmung des Corporate-Designs (ggf. im Zusammenhang 2.1) werden Maßnahmen wie diese erstellt:

- » Standortprofilierung der Wirtschaftsregion,
- » Standortbroschüre,
- » Messestand, -theke / Banner,
- » Newsletter, Unternehmens-Infodienst.

Darüber hinaus werden für eine Startphase folgende unternehmensbezogene Formate für zwei bis drei Jahre wie z. B. diese angeboten:

- » Innovationstage,
- » (digitales) Unternehmerfrühstück mit aktuellen bzw. Hochschul-Transfer-Themen,
- » Fortführung des gemeinsamen Wirtschaftsempfangs.

Projektträger	Stadt (Amt für Wirtschaft und Marketing) und Landkreis Landshut (Sachgebiet für Wirtschaft, Kreisentwicklung, Regionalentwicklung, Tourismus)
Kooperationspartner	Hochschule Landshut, Hidden Champions, Kreativbranche, Innovative Startups
Kosten / Finanzierung	<p>Kostenschätzung:</p> <ul style="list-style-type: none"> » Gesamt ca. 25.000–30.000 Euro <p>Finanzierungsinstrumente:</p> <ul style="list-style-type: none"> » Sachgebietsbezogene Haushaltsmittel, im Rahmen der bestehenden Marketing- und Projektbudgets der Projektträger » „FörLa“-Richtlinie des Freistaates
Projekt 2.3	<p>Kooperationsvertrag Tourismus- und Standortmarketing</p> <p>Erstellung eines Kooperationsvertrages, der eine Mandatierung oder Delegation der Kommunikationsmaßnahmen an die Stadt Landshut regelt. Die touristische Infrastrukturentwicklung und die teilräumliche Angebotsentwicklung werden weiterhin von Stadt und Landkreis geleistet.</p> <p>Ein Steuerungsgremium in Form eines Marketingausschusses berät und stimmt die Media- und Aktionsplanung sowie die Schwerpunktsetzungen bei der Angebotsentwicklung, unabhängig vom Regionalausschuss, ab.</p> <p>Die Bereiche der Zusammenarbeit im Standortmarketing sind ebenfalls Teil des Kooperationsvertrags. In beiden Fällen sind Aufgaben, Ressourcen und Steuerung zu definieren.</p>
Projektträger	Stadt (Amt für Wirtschaft, Marketing & Tourismus) und Landkreis Landshut (Sachgebiet für Wirtschaft, Kreisentwicklung, Regionalentwicklung, Tourismus)
Kooperationspartner	Keine
Kosten / Finanzierung	<p>Kostenschätzung:</p> <ul style="list-style-type: none"> » Keine externen Kosten für die Vertragserstellung » Einschätzungen zu den Folgekosten bzw. den Synergieeffekten können erst nach der Verständigung auf die konkret übertragenen Leistungen erfolgen <p>Finanzierungsinstrumente:</p> <ul style="list-style-type: none"> » Bestehende Mittel im Rahmen der sachgebietsbezogenen Haushaltsmittel der Projektträger sowie der Nutzung der aktuellen personellen Ressourcen in der Umsetzungsphase
Projekt 2.4	<p>Tourismus-Region Landshut – Corporate Design & Medien</p> <p>Die vereinbarte Kooperation muss sich auch in der medialen Aufstellung der Region widerspiegeln. Ziel ist es, mit einem einheitlichen Auftritt nach innen wie außen am Markt aufzutreten. Es sind alle zentralen Medien hinsichtlich Grafik und Content zu überarbeiten.</p> <p>Die damit verbundenen Leistungen sind:</p> <ul style="list-style-type: none"> » Corporate Identity mit Logo und grafischen Entwürfen, » Neugestaltung Internetseite (Technik, Texte, Bilder, Einpflege), » Print-Medien, Themenlinien-Broschüren und (Familien-) Ausflugsziele (Layout, Texte, Bilder, Druck).
Projektträger	Stadt (Amt für Wirtschaft und Marketing) und Landkreis Landshut (Sachgebiet für Wirtschaft, Kreisentwicklung, Regionalentwicklung, Tourismus)
Kooperationspartner	Touristische Leistungsträger und Handel

Kosten / Finanzierung	<p>Kostenschätzung:</p> <ul style="list-style-type: none"> » 40.000 Euro: CI (8.000 Euro), Internetseite / Landingpage (12.000 Euro), vier Printmedien (20.000 Euro) <p>Finanzierungsinstrumente:</p> <ul style="list-style-type: none"> » Sachgebietsbezogene Haushaltsmittel, im Rahmen der bestehenden Marketing- und Projektbudgets der Projektträger » „FörLa“-Richtlinie des Freistaates » EU-LEADER-Förderung der Lokalen Aktionsgruppe Landshut
------------------------------	--

Nachrangige Maßnahmen	
Projekt 2.5	<p>Young Generation Region Landshut (Think Tank)</p> <p>Ziel ist eine für die junge Generation attraktive Standortentwicklung. Grundlage für einen solchen Prozess ist eine Konzept- und Maßnahmenentwicklung in ausgewählten Themenfeldern, in Zusammenarbeit mit jungen Menschen der Region. In moderierten Workshops oder einem Jugend-Bürgerrat-Modell, z. B. zu den Bereichen</p> <ul style="list-style-type: none"> » Jugendkultur, » Wohnen und » Neues Arbeiten <p>werden Vorschläge entwickelt und dem Regionalausschuss vorgestellt (Think Tank). Dabei können ein regionsweites Modell oder drei dezentrale Ansätze (Raum Landshut, Raum Rottenburg a.d.Laaber, Raum Vilsbiburg) gewählt werden.</p> <p>Best-Practice: Young Planners (StMWi), Jugend-Bürgerrat-Vorarlberg.</p>
Möglicher Projektträger	Stadt- und Kreisjugendring
Kooperationspartner	Hochschule Landshut, LEADER-Aktionsgruppe Landshut, Stiftungen (z. B. Hans Linder-, Bruckmayer-Stiftung)
Projekt 2.6	<p>Schule connects Hochschule – Hochschule connects Schule</p> <p>In der Berufsorientierungs- und Berufsentscheidungsphase soll das Angebot der regionalen Hochschule in den neun Gymnasien den Klassenstufen 11 und 12 präsentiert werden. Hierfür werden zwei Formate entwickelt: eines vor Ort in den Schulen, eines am Hochschulstandort zum Schnuppern oder Projektieren. Ziel ist es, dass alle jungen Menschen mit einer Zugangsberechtigung zur Hochschule deren Angebote kennen. Bei der Präsentation der Hochschule können neben den Professoren auch Studierende eingesetzt werden.</p> <p>Best-Practice: HiLLumi (HS Heilbronn), Studierende werben Studierende bbw Berlin.</p> <p>Die damit verbundenen Leistungen sind:</p> <ul style="list-style-type: none"> » Info- / Projekttag an den Gymnasien (neun pro Jahr), » Projekte an der Hochschule (neun pro Jahr).
Projektträger	Hochschule Landshut
Kooperationspartner	Agentur für Arbeit, unternehmensnahe Stiftungen, Unternehmen (Sponsoring)

Projekt 2.7	<p>Angebotsentwicklung Wochenendtourismus – Pauschalen & Events</p> <p>Angebotsentwicklung Wochenendtourismus – Pauschalen & Events Zur Kompensation des zurückgehenden Geschäftsreisetourismus und zur Diversifizierung des Gesamtangebotes sind in den vereinbarten Themenlinien, zusammen mit den Leistungsträgern, Angebote (Pauschalen, Führungen, Events) zu erarbeiten und für die Vermarktung vorzubereiten. Inhaltliche Aufhänger können sein:</p> <ul style="list-style-type: none"> » Leuchttürme (KOENIGMuseum, Burg Trausnitz, Mittelalter-Events), » der Ausbau der Themenlinie „Kultur“ mit Vor- und Frühgeschichte / Archäologie, Mittelalter, Industriegeschichte (u. a. Keramik), » die Profilierung des Angebotes „Regionale Kulinarik“ (z. B. Führungen, Koch-, Back- & Bierbrauerkurse, Events, Gastronomieführer), » spezifische Zielgruppenangebote (U30, Familien). <p>Die damit verbundenen Leistungen sind:</p> <ul style="list-style-type: none"> » Workshops zur kooperativen Angebotsentwicklung, moderiert mit unterstützender Beratung und Angebotsaufbereitung (Module, Wording), » mediale Aufbereitung für Social Media, Webseite, ggf. Flyer.
Projektträger	Stadt und Landkreis Landshut
Kooperationspartner	Touristische Leistungsträger (Beherbergung, Gastronomie, Museen, Eventmanagement etc.)
Projekt 2.8	<p>Projektierung von Infrastrukturmaßnahmen – Konzept- und Machbarkeitsstudien</p> <p>In den o. g. Angebotslinien sind z. T. weitere Infrastrukturmaßnahmen anzudenken und konzeptionell aufzustellen, wie z. B. die (weitere) Projektierung und Umsetzung von Premium-Spazierwegen, Premium-Stadtwanderwegen bzw. -Wanderwegen.</p> <p>Leistungen:</p> <ul style="list-style-type: none"> » Potenzialstudie Premiumwege Stadt- und Landkreis, » Detailkonzept und Umsetzung.
Mögliche Projektträger	Stadt (Amt für Wirtschaft und Marketing) und / oder Landkreis Landshut (Wirtschaftsförderung und Tourismus, SG 18)
Kooperationspartner	Städte und Gemeinden, LEADER-Aktionsgruppe Landshut, touristische Leistungsträger
Weitere Projektvorschläge	<p>Heimkehrerkampagne: Crossmedia-Maßnahmen für drei Jahre (Beispiele z. B. Münsterland, Oberlausitz, Arberland, Heimathelden).</p> <p>MyLandshut: Aufbau eines Botschafterkonzeptes für die Region. Engagierte Bürger und Bürgerinnen sowie Unternehmensvertreter werben im regionalen, überregionalen, nationalen und internationalen Raum für die Region (u. a. Entwicklungsagentur Fichtelgebirge, Markenbotschafter Allgäu).</p> <p>Innovationsregion: Über das Programm „Startup Teens“ wird unternehmerisches Handeln in Zusammenarbeit mit Mentoren gefördert, www.startupteens.de.</p>