Die Wirtschaftsagentur des Landes Niederösterreich

Förderkriterien für Tourismusmarketingmaßnahmen im Rahmen von LEADER 2007-13 - Version 4.0

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

ecoplus. Niederösterreichs Wirtschaftsagentur GmbH
3100 St. Pölten, Niederösterreichring 2, Haus A, Österreich
Tel. +43 2742 9000-19600, Fax -19609
headoffice@ecoplus.at, www.ecoplus.at, www.wirtschaftszentrum.at

- **Medienproduktionen** (TV, Radio, Drucksorten...): die themenbezogenen Maßnahmen sind nur anteilig anerkennbar (nachvollziehbare Zuordnung und Kalkulation ist vorzulegen zB.: Sendezeitanteil, Seitenanteil bei Drucksorten)
  Medienproduktionen sind nur als Teil eines größeren Maßnahmenpaketes förderbar (keine Medieneinzelprojekte.

  Zur Filmförderung über LE/LEADER 07-13 ist insbesondere Folgendes zu beachten:

  - Deckelung der förderbaren Kosten mit max. € 50.000,-
  - Förderbar sind lediglich Imagefilme, Werbespots und Doku-Fernsehformate
  - Förderung ausschließlich im Rahmen der gegenständlichen Förderkriterien Tourismusmarketingmaßnahmen

  Schriftlich nachzuweisen sind:

  - vollständige Gesamtkostenübersicht des Films inkl. Finanzierungsplan (Angabe etwaiger sonstiger Förderungen z.B. Kulturabteilung)
  - LOI der Sendestation zur Veröffentlichung des Films
  - Sicherstellung der Nutzungsrechte der Destination
  - Bestätigung der Markenrelevanz durch Destination (falls Destination nicht selbst Projektträger ist)
  - Keine weitere kommerzielle Verwendung des Films (z.B. durch DVD-Verkauf)
  - Einhaltung der Publizitätsvorschriften im Rahmen des Programms LE/LEADER 07-13 (Manual)

- **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 Eintritten reduzieren 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). Grundsätzlich förderbar sind einmalig (max. 1 Projektjahr) die Kosten für neue Veranstaltungen oder Relaunch von Veranstaltungen. Die Finanzierung einer standardisierten Veranstaltungsreihe ist nicht förderbar.

Unter folgenden Voraussetzungen können auch Marketingmaßnahmen einzelner Gemeinden gefördert werden:

- Das Projekt ist auf die Schwerpunktthemen der zuständigen Destination ausgerichtet und im Sinne der Destinationsstrategie gestaltet. Eine diesbezügliche schriftliche Abstimmung mit der Destination, in der der Beitrag zur Umsetzung der Destinationsstrategie, insbesondere die Unterstützung bzw. Stärkung einzelner oder mehrer von der Destination bewirtschafteten strategischer Geschäftsfelder bestätigt wird, liegt vor (diese ist im Zuge der Abstimmung/Antragstellung an ecoplus zu übermitteln).
- Der maßgebliche Projekt- und Kostenschwerpunkt liegt in der Entwicklung von innovativen marktfähigen Produkten/Angeboten zur nachhaltigen Gewinn- und nutzbringenden Qualitätssicherung. Die markenkonforme und profilbildende Erlebnis- und Leistungsqualität des Projektes als Grundlage für Marketingentscheidungen ist gegeben.
- Die begleitenden bzw. aufbauenden Marketingmaßnahmen des Projektes werden über die Destination umgesetzt.

Förderbare Kosten:

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

Förderhöhe:

70% der anerkennbaren Projektkosten