MATTSEE | AKTIVIERUNG DER REGION

Vorwort von Landeshauptmann Dr. Wilfried Haslauer
Zur Ortsversammlung in Mattsee
„Aktivierung der Region"

Verehrte MattseerInnen!

Ich bedauere, dass ich an der heutigen Veranstaltung nicht persönlich teilnehmen kann, möchte aber die Gelegenheit nutzen, dem engagierten Team des Vereins Ortsmarketing ein gutes Gelingen für diesen Abend zu wünschen.
Ich kenne die zahlreichen, guten Ideen des Teams und seiner freiwilligen Mitarbeiter und unterstütze diese ausdrücklich.

Erhalten Sie sich Ihren frischen Zugang zur Gestaltung Ihrer Region und auch Ihre Visionen! Versuchen Sie davon soviel als möglich umzusetzen und es wird sich entsprechender Erfolg einstellen.

Beste Grüße

Ihr
Dr. Wilfried Haslauer
Landeshauptmann

www.ortsmarketing-mattsee.at

GEMEINSAM FÜR MATTSEE

PR + Vernetzungsarbeit

- Marketingmaßnahmen
- Gespräche Landesregierung
- Kooperation Fachhochschule
- Gemeinsame PR
- Weekend Magazin + SN + Mittendrin
- Gutscheinheft + Lokalwährung (2017)
- Unterstützung Adventmarkt
- usw.

Aufbruchstimmung in Mattsee

Auftaktveranstaltung des Ortsmarketingvereins Mattsee am 19. Mai 2016

Die Teilnahme von ca. 100 Unternehmerinnen und interessierten Mattseer Bürgern zeigte das hohe Interesse am Ortsmarketing und der Vorstellung des neuen Marketing Managers Immanuel Fiausch MA.

Die Begrüßung erfolgte durch Peter Kriechhammer, der zu Beginn den Vorstand vorstellte und meinte: „Ob das Vorhaben ‚Ortsmarketing' ein Erfolg wird, liegt an uns allen hier im Raum!"

Die Erwartungen seitens der Wirtschaft an den neuen Marketing Manager Immanuel Fiausch MB sind hoch und bedeuten eine besondere Herausforderung in Bezug auf Innovation und soziale Kompetenz.

v.l.n.r. Fabian Schmid, Christine Schöchl, Peter Kriechhammer, Jakob Ighauser, Christoph Plaichinger, Hermann Steiner

Dank einer mehrjährigen Erfahrung im kirchlichen Leitungsdienst und einer wirtschaftlichen Ausbildung (HAK – Schwerpunkt: Marketing und internationale Geschäftstätigkeit) bringt er Erfahrungen in den Bereichen Networking, Organisationsmanagement und Evangelium-orientiertes Gespräch mit. Er sieht in der bisherigen Strategie- und Leitbildentwicklung eine exzellente Grundlage für die Umsetzungsarbeit.

Einheit in Vielfalt

Dabei setzt er voll auf die Abstimmung mit allen Kräften, die vor Ort relevant sind. Denn als Grundlage für eine erfolgreiche Tätigkeit sieht Immanuel Fiausch eine Bündelung und konstruktive Kooperation aller vorhandenen Interessensgruppen und meint:

„Ich sehe mich als Brückenbauer und möchte auf die verschiedensten Interessen im Ort eingehen und sie einbinden. Je mehr wir es schaffen, uns zu verbinden, desto mehr wird Mattsee als eine unverkennbare Marke in der Region und darüber hinaus wahrgenommen werden."

Die Arbeit des Vereins Ortsmarketing setzt dabei auf den Zukunftspfeil auf, welches im Rahmen von „Mattsee 2020" entwickelt wurde. Wesentliche Voraussetzung ist dann die Zusammenarbeit zwischen den Unternehmerinnen, den Vereinen, den Gesundheitsberufen, den Hoteliers, dem Stift, der Gemeinde und dem Tourismusverband.

Es fanden bereits zwei Strategie-Workshops samt Unternehmer-Interviews statt, in denen 35 Projekte herausgearbeitet worden waren. Jedes Projekt wurde in seine „zeitliche Umsetzbarkeit" und seine unmittelbare „Hebelwirkung auf den Wirtschaftsstandort Mattsee" kategorisiert. Der Vorstand wird aus den bisherigen Projektvorschlägen eine engere Auswahl treffen und einen Umsetzungsplan erarbeiten.

Der Vereinsvorstand

Obmann: Christian Wieland, Optik Wieland
Obmann Stv.: Christoph Plaichinger, Stiftskeller
Kassier: Jakob Ighauser, Fahr(T)raum
Kassier Stv.: Fabian Schmid, Selbständig im IT-Bereich
Schriftführerin: Christine Schöchl, Schöchl medical education GmbH
Schriftführerin Stv.: Hermann Steiner, Steiner Nautic
Vertreter der Gemeinde: Herbert Mack, Malermeister

Mattsee Ortsmarketing
Passauer Strasse 30
5163 Mattsee
Tel. 0664/ 5111 404
office@ortsmarketing-mattsee.at
www.ortsmarketing-mattsee.at

Flachgauer Nachrichten

SALZBURGER WOCHE NR. 19 // 19. MAI 2016 // € 2,40

UNSERE EUROPAMEISTER
DIE FORD NUTZFAHRZEUGE. JETZT DIE NUMMER 1 IN EUROPA*
Lampelmaier

SCHÖNE KÜCHEN SCHÖNE MÖBEL ...
Unsolange in Planung & Preis!
Kranawetvogel
www.kranawetvogel-design.at
5411 Oberalm T: 06245/81656

Mattsee setzt auf Ortsmarketing

Das Zentrum beleben, Betriebe ansiedeln und die Kundenbindung fördern, sind Ziele des neuen Marketing-Managers Immanuel Fiausch. Seiten 4/5

Der Zauber von Schloss Mattsee

Stiftskeller Mattsee

Ferdinand Porsche Erlebniswelt

Mattsee

IDYLLE AM SEE

Unikat. Mit der idyllischen Seenlandschaft bietet Mattsee entlang der Promenade ein Flair, wie man es sonst nur vom Urlaub her kennt. Doch der Ort bietet mehr als sommerliche Stimmung – wie am Meer.

Die Nach-Feriensaison startet mit dem Stiftswinzer zur Präsentation hauseigener edler Tropfen aus der Wachau. Ein besonderes kulinarisches Event mit Weltgeiger Benjamin Schmid bietet das feierliche Finale des Dubelfl Sommers. Für alle Gesundheitsbewussten findet im Schloss Mattsee die „Explore 2016" mit zahlreichen Therapie- und Behandlungsmöglichkeiten für Körper, Seele und Geist statt. Demselben versuchen die Ferdinand Porsche Erlebniswelt fahr(T)raum Mattsee interessante Kulturabende wie z.B. „Mozart in Residenz". Geistige Nahrung gibt es im Oktober auch Rahmen der Bildungswoche Fokus:Mattsee – Tage der Zeitgeschichte.

Stilvolles Einkaufserlebnis. Ob moderne Designerbekleidung, exquisite Einrichtungsgegenstände mit professioneller Beratung, besondere Blumenarrangements – in Mattsee lässt sich für den besonderen, individuellen Geschmack das Richtige finden. Auch für den Genuss gibt es hier etwas für jedermann. Von der ausgezeichneten traditionellen Küche bis zu modernen Ansätzen der fürgenen Gastronomie gemischt man hier eine hervorragende, kulinarische Qualität.

Geheimtipps. Wussten Sie, dass im Schloss ein renommiertes Konzertsaal zu ausgewesen ist? Die Konzertsaal-Reihe mit Professoren und inspirierender Landschaft bringt Jahr für Jahr hunderte Studenten von weit und fern in die Lessnitz-Sommerakademie. Vom Kraftbis zum Sagenweg stehen sechs Themenwanderungen wegenpfiedigen Familien zur Verfügung. Tagesaufflüge werden hier mit den herrlichsten Alpenpanorama der Region belohnt.

Buchstabiscation Nr. 1. Nirgendwo im Land Salzburg gibt es so viele Trauungen, wie in Mattsee. 190 teils internationale Hochzeitsgesellschaften werden jährlich von der besonderen Atmosphäre der 3000-Seelen-Marktgemeinde in diesen attraktiven Tourismusort gelockt. Die wunderschöne Stiftskirche, der große Kapitelsaal im Collegialtrakt, das mächtenhafte Schlosshotel, Jagdhauser, das „Seeland" Boot, der romantische Wolf Theatrich Saal sowie der Tassilo Saal des Schlosses bilden für Traumhochzeiten den idealen Rahmen.

TERMINE

EXKLUSIV – optik:wieland

Wohn- und Innenarchitekturstudio

KAPITELWIRT – die Begegnungszone

Wir geben Gas für flotte Finanzen

EXTRA: Blickpunkt Flachgau Nord

blickpunkt

Ferdinand Porsche Erlebniswelt

Beauty- und Lifestylecenter

Einzigartig

MATTSEER ADVENT

Vorweihnachtliche Idylle. Wer genau hinsieht, weiß, dass es in Mattsee auch im Winter wunderschön ist.

Den Advent hier kann man mit einer kostbaren Perle vergleichen. Er will entdeckt werden. So geht es nicht um Kitsch oder Kommerz. Es geht um einen Weg, den schon viele Gemeinden vorher beschritten haben. Es ist kein einfacher Weg. Jede Gemeinde möchte die Ortszentrum beleben und neue, möglichst umweltfreundliche Betriebe ansiedeln. Auch die Nachbargemeinden schlafen nicht. Dennoch ist klar, wer nichts tut, wird am Ende verlieren. Entscheidend ist, dass die Unternehmer mitziehen. An Ideen mangelt es nicht.

Ortsmarketing Mattsee Verein stellt sich vor

Donnerstag, 19. Mai, 20.15 Uhr
Ferdinand Porsche Erlebniswelten fahr(T)raum

Vorstellung des Vorstandes mit Kurzinterviews

impulsreferat des neuen Marketing-Managers Immanuel Fiausch

Offene Diskussion

21.15 Uhr
Ende des offiziellen Teils und Möglichkeit zum Networken in Einzelgesprächen

4 Flachgauer Nachrichten THEMA DER WOCHE 19. MAI 2016

Mit Ortsmarketing will Mattsees Wirtschaft punkten

Mattsee möchte seine Position in der Region stärken. Damit Wirtschaft und Gemeinde profitieren, wurde ein Ortsmarketingverein gegründet und mit Immanuel Fiausch ein Manager eingestellt.

GEORG FINK

MATTSEE. An schönen Frühlingstagen und Sommertagen, vor allem am Wochenende, ist viel los in Mattsee. Der See, die Weyerbucht mit ihren Freizeitanlagen, das Strandbad, und die Gastronomie ziehen Besucher magisch an. Doch in der Nebensaisonen oder bei Schlechtwetter kehrt oft alltäglichen Leben in der Marktgemeinde ein.

Wie es andere Gemeinden vorgemacht haben, will man nun auch in Mattsee durch ein Ortsmarketing den Wirtschaftsstandort und das Zentrum nachhaltig beleben. Mit Jahresbeginn hat ein eigens gegründeter Ortsmarketingverein seine Arbeit aufgenommen, seit 1. Mai ist der Neo-Mattseer Immanuel Fiausch als Marketing-Manager in Teilzeit im Amt.

Eine treibende Kraft hinter dem Ortsmarketing ist Unternehmensberater Peter Kriechhammer, „Ich sehe mich als Geburtshelfer. Das Ortsmarketing ist ein Ergebnis des Agenda-21-Prozesses und des Leitbildes Mattsee 2020", so der ehemalige Gemeinderat. Im Vereinsvorstand sind Unternehmer verschiedener Branchen, aber auch Vertreter der politischen Parteien vertreten. „Für ein Gelingen ist der Rückhalt in der Gemeindevertretung wichtig", so Kriechhammer.

Bewusst entschieden hat man sich für einen Marketing-Manager, der nicht aus der eigenen Riege der Mattseer Geschäftsleute kommt. „Das kann ein Unternehmer nicht nebenbei machen, das hatten wir schon früher einmal. Und es ist gut, wenn jemand kommt, der einen Blick von außen auf die Situation hat", ist Peter Kriechhammer überzeugt.

Unter 32 Bewerbern hat schließlich Immanuel Fiausch das Rennen gemacht. Der 36-jährige Theologe stammt aus Stockerau und arbeitete zuletzt acht Jahre lang als leitender Pastor einer staatlich anerkannten Kirche in Salzburg und war auch als Religionslehrer tätig. „Die Erfahrungen aus meiner früheren kirchlichen Tätigkeit, die auch viel mit organisatorischen und wirtschaftlichen Belangen zu tun hatte, helfen mir als Marketing-Manager. Ich sehe mich als Brückenbauer und will mich motivierend und gemeinschaftsfördernd einbringen", sagt Fiausch. Die Marktgemeinde Mattsee habe durch ihre einzigartige Lage und die Nähe zu Salzburg viele Standortvorteile. „Wir müssen die Marke Mattsee entwickeln und zu einem unverkennbaren Marktauftritt machen. Ich bin begeistert, was der Vorstand schon an Vorarbeit geleistet hat", so Fiausch, der als HAK-Absolvent auch eine wirtschaftliche Ausbildung vorweisen kann und im Herbst ein MBA-Studium in Puch-Urstein beginnt. „Meine Masterarbeit Weißenseesgleichbleiben für die Mattsee verbinden." Vorrangiges Ziel ist es, neue Unternehmen nach Mattsee zu bringen, die bestehenden Betriebe zu stärken und das Ortszentrum zu beleben. Peter Kriechhammer: „Es wäre fatal, nichts zu tun. Denn die Tendenz geht eher dahin, dass wir Betriebe verlieren, auch wenn derzeit fast alle Lokalitäten im Zentrum belegt sind." Es sei klar, dass Mattsee als Einkaufsort oder Betriebsstandort keine Konkurrenz zu Obertrum, Mattighofen oder Seekirchen sein könne. Mattsee habe zwar wenige Gewerbeflächen, könnte aber durch seine attraktive Lage interessant für die Ansiedlung von Firmenzentralen (Headquarters) oder Start-up-Unternehmen sein.

„Das Ortsmarketing soll zum Projekt aller Unternehmer und Bürger werden."
Immanuel Fiausch

Kriechhammer: „Unser Potenzial sind die Landschaft und die Kultur. Ein Beispiel ist der Dubelfl-Sommer, der sich geradezu für eine Kooperation zwischen Festival und Gastronomie anbietet."

Dem Vorstand liege es sehr am Herzen, die Seepromenade besser zu nutzen, im Strandbad Verbesserungsmöglichkeiten zu schaffen oder den Adventmarkt auszuweiten. „Die Ideen müssen gemeinsam entwickelt werden, kurzfristig soll schon 2016/2017 etwas umgesetzt werden", wünscht sich Kriechhammer.

Finanziell steht das Ortsmarketing auf drei Säulen. Die Gemeinde hat für die nächsten drei Jahre 30.000 Euro zugesichert, ebenso der Tourismusverband. Der Rest muss durch Mitgliedsbeiträge aufgebracht werden. Kriechhammer „Wir haben etwa 200 aktive Unternehmen in Mattsee, davon möchten wir den Großteil für das Ortsmarketing gewinnen. Alle profitieren von einer florierenden Wirtschaft: Gemeinde, Wirtschaft und Bevölkerung."

Im Vorfeld habe man Interviews mit 30 Mattseer Unternehmern gemacht. „Wir haben gestaunt, wie viele Ideen da sind", so Peter Kriechhammer.

Am Donnerstag, dem 19. Mai, um 20.15 Uhr stellen sich der Ortsmarketingverein und der neue Marketing-Manager der Mattseer Bevölkerung und den Unternehmern in der Erlebniswelt fahr(T)raum vor. Dort wurde dem Ortsmarketing auch ein Büro zur Verfügung gestellt.

Unternehmensberater Peter Kriechhammer, Mitglied des Ortsmarketing-Vorstandes, mit dem neuen Marketing-Manager Immanuel Fiausch (r.), der zuletzt im kirchlichen Bereich tätig war.

LIENBACHER

GUTSCHEIN

Bürgerbefragung wackelt

Hofwirt-Abriss: Ungültige Unterschriften könnten Abstimmung kippen.

SEEKIRCHEN. 893 Unterschriften hat die Liste rund um Vizebürgermeister Walter Gugerl für eine Bürgerbefragung für oder gegen den Abriss des Hofwirts im Stadtzentrum gesammelt. Derzeit prüft die Gemeindewahlkommission das Bürgerbegehren. In einer ernsten, nicht öffentlichen Sitzung sollen bereits zahlreiche Unterschriften beanstandet worden sein. Von 126 ungültigen Unterschriften ist die Rede. Diese Zahl wurde ausreichen, die Bürgerbefragung zu kippen, die zehn Prozent der Wahlberechtigten erfordert. Das wäre ein herber Rückschlag für die Leße, die den Abriss des Gebäudes fordert, um an seiner Stelle einen Platz der Begegnung zu schaffen.

Vitebgen. Walter Gugerl will mit Hinweis auf das laufende Verfahren die Angelegenheit nicht kommentieren. „Die Sitzung war nicht öffentlich. Nach Abschluss des Verfahrens werden wir aber ausführlich Stellung nehmen", kündigt Gugerl an. Auch Bürgermeisterin Monika Schwaiger (ÖVP) hält sich bedeckt. „Ich kann noch nichts dazu sagen, das gehört die Fairness." Die Gemeindewahlkommission tagt am 30. Mai erneut. Danach sollte ein endgültiges Ergebnis der Unterschriftenprüfung vorliegen.

Die Stadtgemeinde Seekirchen hat den Hofwirt im Vorjahr erworben und plant um rund zwei Millionen Euro eine Sanierung des Gebäudes. Das Nutzungskonzept sieht einen Gastbetrieb, eine Greißlerei und einen Veranstaltungssaal vor.

Wer nichts tut, wird am Ende verlieren

SCHLAGLICHT
Georg Fink

Die Schönheit und die Lebensqualität, die Mattsee zu bieten hat, sind unbestritten. Doch von Schönheit allein kann auch eine Tourismusgemeinde nicht auf Dauer leben. Es braucht wirtschaftliche Kraft und Arbeitsplätze, um in der Entwicklung nicht zurückzufallen. Mit dem Ortsmarketing geht Mattsee nun einen Weg, den schon viele Gemeinden vorher beschritten haben. Es ist kein einfacher Weg. Jede Gemeinde möchte die Ortszentrum beleben und neue, möglichst umweltfreundliche Betriebe ansiedeln. Auch die Nachbargemeinden schlafen nicht. Dennoch ist klar, wer nichts tut, wird am Ende verlieren. Entscheidend ist, dass die Unternehmer mitziehen. An Ideen mangelt es nicht.

GEMEINSAM FÜR MATTSEE

Aktuelles Projekt : ÄrztInnen / TherapeutInnen-Haus Mattsee

- Gruppen – Gemeinschaftspraxen für FachärztInnen und TherapeutInnen
- Neuansiedelungen von FachärztInnen
- Fachgruppen (Augen, HNO, Gynäkologin, Kieferorthopädie, Interne Medizin, plastische Chirurgie,…)
- neue Location oder Erweiterung von bestehenden Einrichtungen
- barrierefrei, zentral gelegen, gute Erreichbarkeit, Parkplätze
- Mitgestaltung bei neuen Projekten jetzt möglich
- Kontakt mit Standesvertretungen / Ärztekammer / GKK / Ärztehäuser
- Kontakt mit ÄrztInnen…
- Bewerbung Standort Mattsee für Neuansiedelungen / Gruppen – Gemeinschaftspraxen
- Kontakt: Christine Schöchl / Reinhard Maria Damisch

EINLEITUNG

Ortsmarketing – ein Weg um einen Ort zu definieren, lebendig zu machen und zu erhalten.

Die Mission:

- Vernetzung und Förderung der Zusammenarbeit aller aktiven Unternehmen
- Impulse für und Koordination von lebendigen Veranstaltungen
- Unternehmen zu besonderem Service und Schaffung von attraktiven Angeboten anregen und unterstützen
- Bewusstes Kreieren einer Marke „Mattsee" und kontinuierliche Kommunikation dieser Marke
- Standort-Management zur Ansiedlung von Unternehmen

Die Formel des Wohlbefindens.

Damit meinen wir, dass jede Aktivierung des Ortes mit der geografischen Situation und den Bedürfnissen der Einwohner aber auch den wirtschaftlichen Notwendigkeiten und Zielsetzungen in Einklang stehen muss.

Natur + Kultur + Gesundheit = Wohlbefinden.

Für uns bedeutet die Formel des Wohlbefindens Projekte in folgenden Kategorien zu entwickeln:

- **Natur & Wissen**
- **Kultur & Genießen**
- **Gesundheit & Bewegung**

INFRASTRUKTUR

TRUMER.SEENLAND.
Die Seenverbindung.

5*CHALET.HOTEL.
Luxus.Natürlich.Gesund.

3*BOUTIQUE.HOTEL.
Einfach.Cooltur.

SCHÖCHL.WERFT.
Denk.Lebens.Raum.

STRAND.BADEHAUS.
Simple Wellness.

SEE.LOUNGE.
Das Ziel am See.

SEE.UFER.
Der Platz am See.

WOHNRAUM.
Leistbares Angebot an die Jungen.

BARRIERE.FREI.
Frei Sein für alle.

AKTIVITÄTEN

Kultur & Genießen

KULTUR.GEIST.PUR.
Das Stift und das Schloss.

MUSIK.WERKSTATT.
LGT Young Soloists Residence.

ZIRKUS.WERKSTATT.
Kleinkunst und Zirkusfest.

BESTE.FESTE.
Die Hochzeit.
Das Fest am See.
Das Silvesterfest.

Gesundheit & Bewegung

WASSER.RAD.WANDER. FLUG.ARENA.
Bewegung und Sport in Natur pur.

KONGRESS.WISSEN.
Gesundheit und Wohlbefinden in Veranstaltungsform.

BAJUWAREN.GEHÖFT.
Das Dorf im Dorf.

Natur & Wissen

PLANET.MATTSEE.
Die Sternwarte@ Planetarium.

FAHR(T)RAUM.
Kultur bewegt in Natur.

NATURPARK. BUCHBERG.
Das Naturerlebnis im Detail.

FISCHER'S FRITZ FISCHT.
Die interessante Art zu fischen.

KOMMUNIKATION

KOMMUNIKATION. MATTSEE.
Die Marke definieren.

KOMMUNIKATION. MATTSEE.
Unsere Prinzipien.

BEST OF.MATTSEE.
Die Verdienten.

INFRASTRUKTUR

TRUMER.SEENLAND.
Die Seenverbindung.

5*CHALET.HOTEL.
Luxus.Natürlich.Gesund.

3*BOUTIQUE.HOTEL.
Einfach.Cooltur.

SCHÖCHL.WERFT.
Denk.Lebens.Raum.

STRAND.BADEHAUS.
Simple Wellness.

SEE.LOUNGE.
Das Ziel am See.

SEE.UFER.
Der Platz am See.

WOHNRAUM.
Leistbares Angebot an die Jungen.

BARRIERE.FREI.
Frei Sein für alle.

AKTIVITÄTEN

Kultur & Genießen

KULTUR.GEIST.PUR.
Das Stift und das Schloss.

MUSIK.WERKSTATT.
LGT Young Soloists Residence.

ZIRKUS.WERKSTATT.
Kleinkunst und Zirkusfest.

BESTE.FESTE.
Die Hochzeit.
Das Fest am See.
Das Silvesterfest.

Gesundheit & Bewegung

WASSER.RAD.WANDER. FLUG.ARENA.
Bewegung und Sport in Natur pur.

KONGRESS.WISSEN.
Gesundheit und Wohlbefinden in Veranstaltungsform.

BAJUWAREN.GEHÖFT.
Das Dorf im Dorf.

Natur & Wissen

PLANET.MATTSEE.
Die Sternwarte@ Planetarium.

FAHR(T)RAUM.
Kultur bewegt in Natur.

NATURPARK. BUCHBERG.
Das Naturerlebnis im Detail.

FISCHER‘S FRITZ FISCHT.
Die interessante Art zu fischen.

KOMMUNIKATION

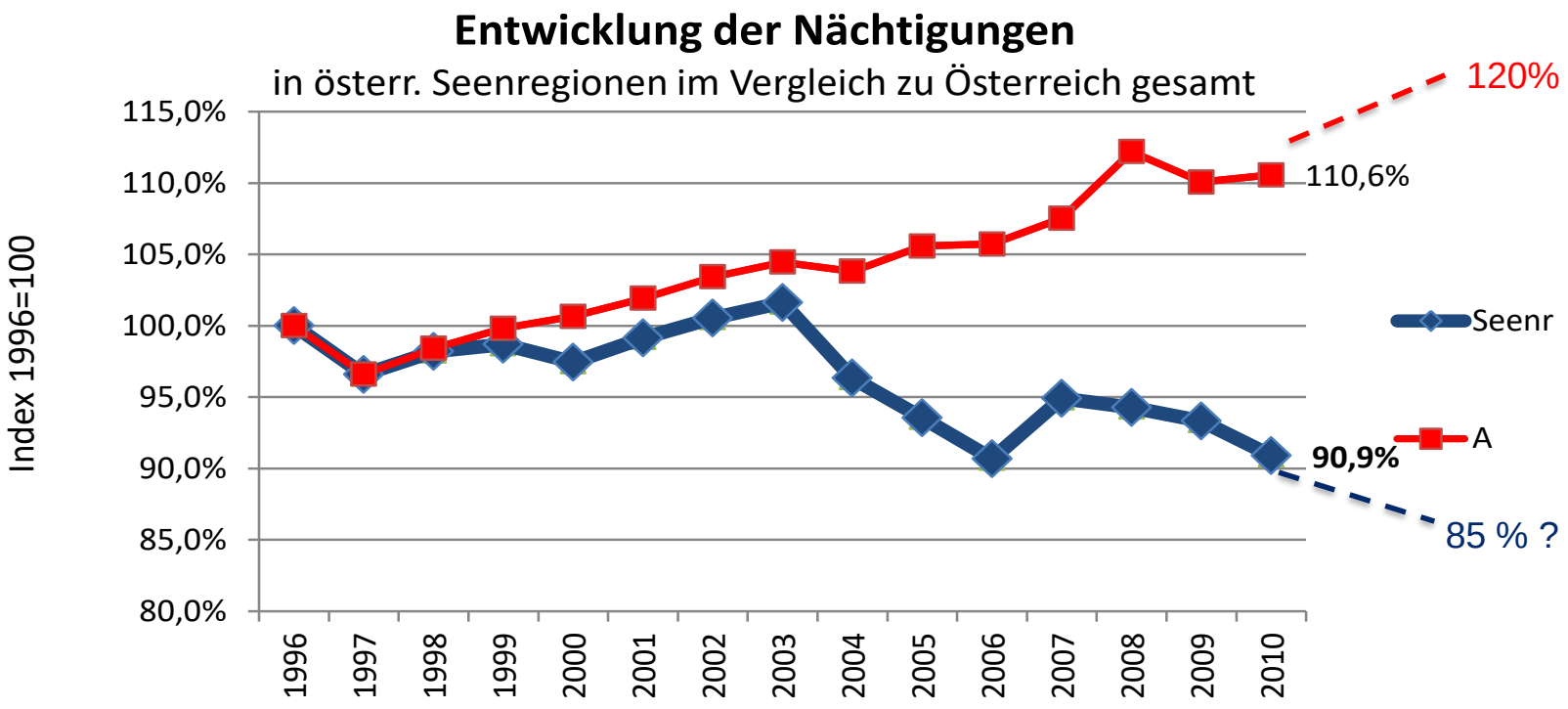
KOMMUNIKATION. MATTSEE.
Die Marke definieren.

KOMMUNIKATION. MATTSEE.
Unsere Prinzipien.

BEST OF.MATTSEE.
Die Verdienten.

Analyse Tourismusentwicklung
Die wichtigsten Erkenntnisse für die österr. Seenregionen

Rückläufige Nächtigungsentwicklung seit dem Jahr 2003 und somit entgegengesetzte Entwicklung zur österreichischen Nächtigungsentwicklung insgesamt.



Quelle: Studie: Erfolgsfaktoren für den Tourismus in österreichischen Seenregionen

KOHL & PARTNER

INFRASTRUKTUR

Trumer.Seenland.

Die Herstellung der ursprünglichen Seenverbindung zwischen Mattsee und Obertrumer See ist die wesentlichste Aufgabe, um der Region einen signifikanten und effizienten Impuls zum Thema Lebensqualität und Erholungsgebiet zu geben.

Ziele:

1. Ein echtes Seenland mit großer Wasserfläche, nutzbar und naturkonform schaffen. Wirtschaftsimpulse bei allen See-Gemeinden erreichen. (Siehe Zusammenschlüsse/ Skiregionen). Alleinstellungsmerkmal etablieren.
2. Verkehrslärmbelastung reduzieren.
3. Die Trennung von Ortsteilen durch die Umfahrungsstraße auflösen (ein Ort, direkt angebunden an zwei Seeufer).
4. Ideale Voraussetzungen bzw. direkten Seezugang für das Chalet-Hotel schaffen.

<u>Tunnelführung</u>

Basisvariante: Parkplatz Nord bis Kreuzung Seeham

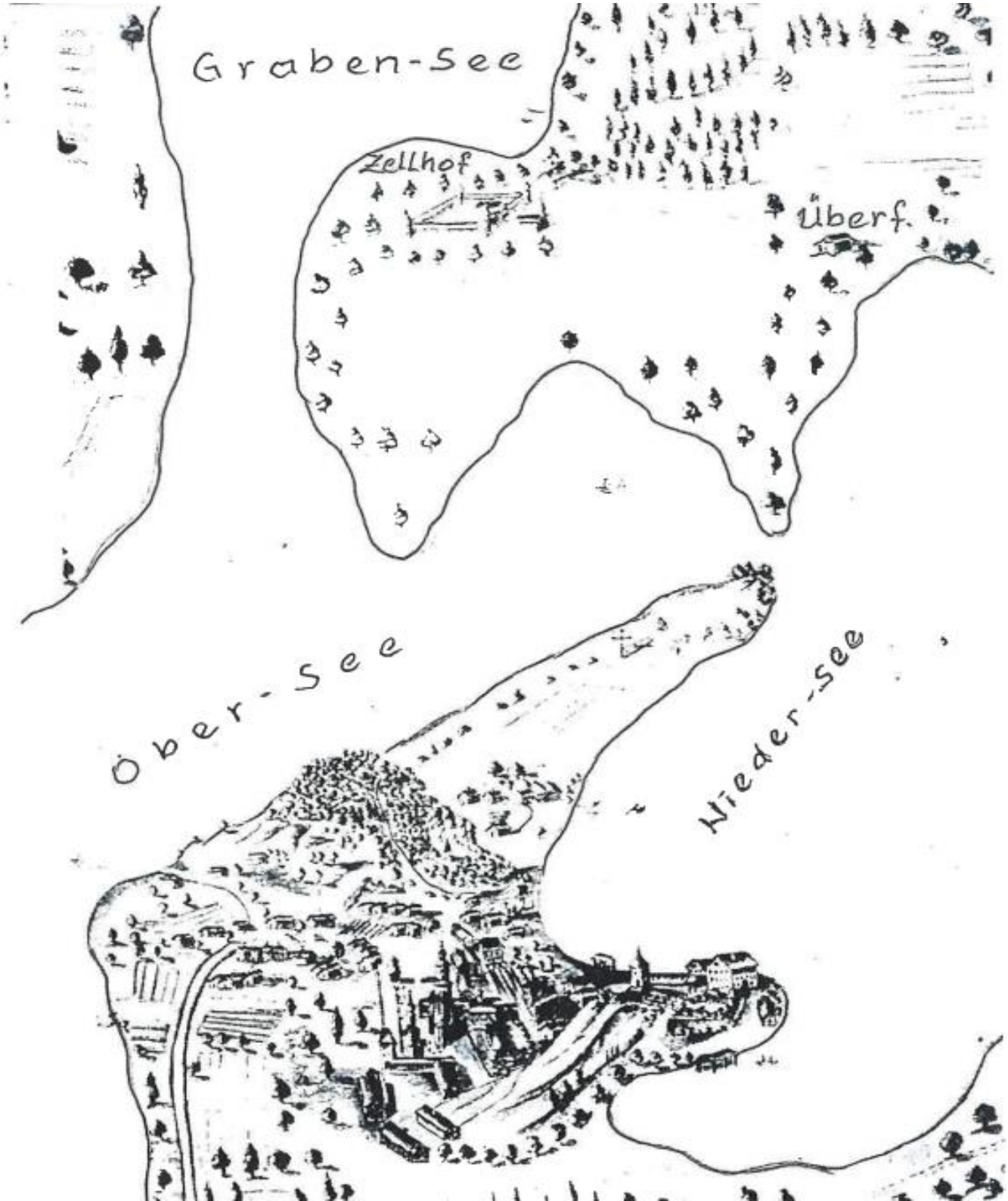
Kleinvariante: Wartsteineingang bis Kreuzung Seeham

Großvariante: Anfang Lärmschutzwand bis Landesgrenze OÖ

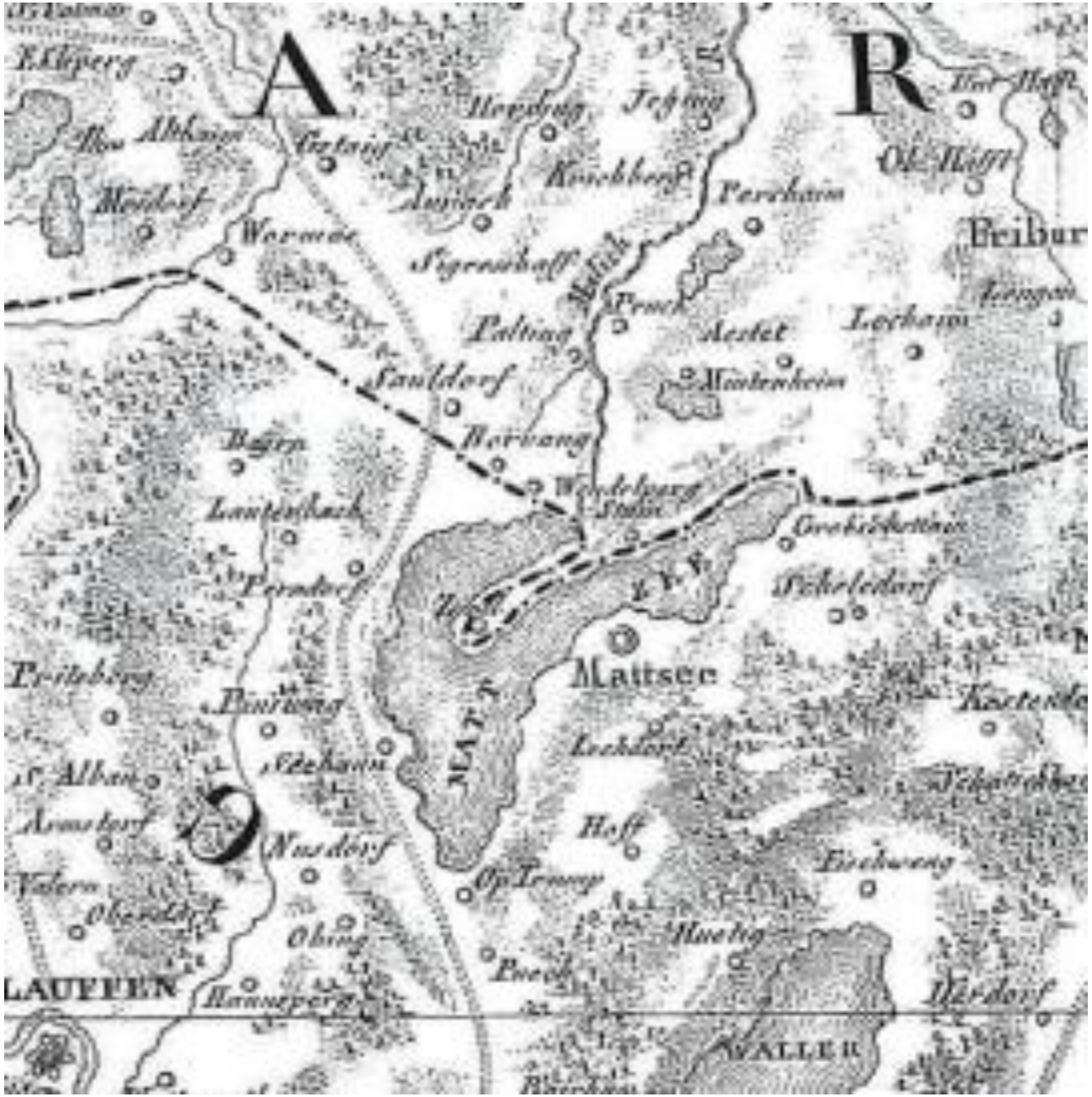
Mattsee: Anfang 18. Jhdt.

KOHL & PARTNER

1721



Um 1800



KOHL & PARTNER

Bereits seit mehreren Jahren gibt es in der Marktgemeinde Mattsee Bestrebungen, einen touristischen Leitbetrieb, vornehmlich im gehobenen Wellness-Gesundheitssegment, anzusiedeln.

Ziele:

1. Gesundheit, Musiktherapie.
2. Dieser Leitbetrieb sollte weitere Investitionen in Unterkunftsstruktur nach sich ziehen.
3. Die kaufkräftige Klientel soll die Umsätze aber auch die Qualität des Gastronomie und Veranstaltungsangebotes erhöhen.

INFRASTRUKTUR

3*.Boutique.Hotel.

3*.BOUTIQUE.HOTEL.
Einfach.Cooltur.

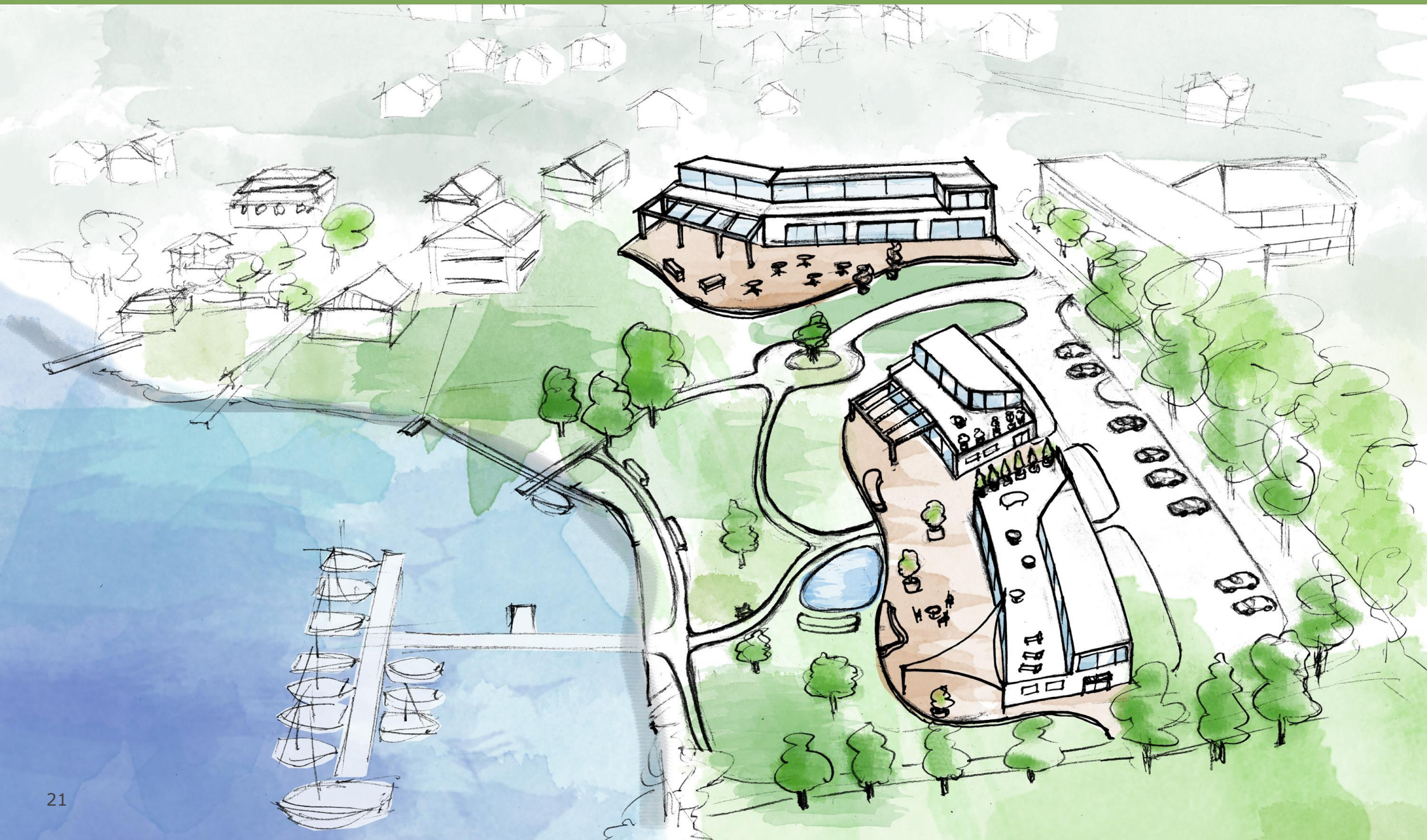
Ein Hotelangebot, dass zusätzlich 250 Betten bringt. Eine Art Boutique Hotel, einfache, moderne Architektur mit natürlichen Materialien aus der Region. Preislich bei EUR 80-120/pro Doppelzimmer liegen.

Ziele:

1. Ein Bettenangebot für die Zielgruppe jüngere Leute, Sport- und Naturinteressierte bzw. auch Businessgäste und Familien schaffen.
2. Muss auch Businessseminar-, Kongressteilnehmer und Busreisen aufnehmen können.
3. Muss der Inbegriff von „Preiswert" sein.

INFRASTRUKTUR

Schöchl.Werft.



Im Hinblick auf die Grundpositionierung des Ortes sollte der Fokus der Betriebsansiedelung auf Unternehmungen aus dem Bereich Planung, Kreativ, Konstruktion, IT, Technologie und ähnlichen Unternehmungen liegen.

Ziele:

1. Know-How-orientierte Betriebe mit nationalem bzw. internationalem Potential im Bereich Smart-Jobs ansiedeln, d.h. Büro- und nicht produktionsorientierte Infrastruktur, flächenschonende Infrastruktur.
2. Zukunftsorientiert junge Leute ansiedeln, die aufgrund ihrer geistigen Aktivitäten den Ausgleich unseres natürlichen Umfeldes und Infrastrukturangebotes suchen bzw. familienorientiert sind.

Unser Angebot:

- Natur- und Kulturangebot
- Arbeiten wo andere Urlaub machen
- Stadt-, Flughafen- und Bahnhofsnähe
- Antizyklischer Verkehr
- Denk- und kreativförderndes Umfeld
- Exzellentes Freizeitangebot für Mitarbeiter
- Kompetenter Servicepartner für Betriebsansiedelungen

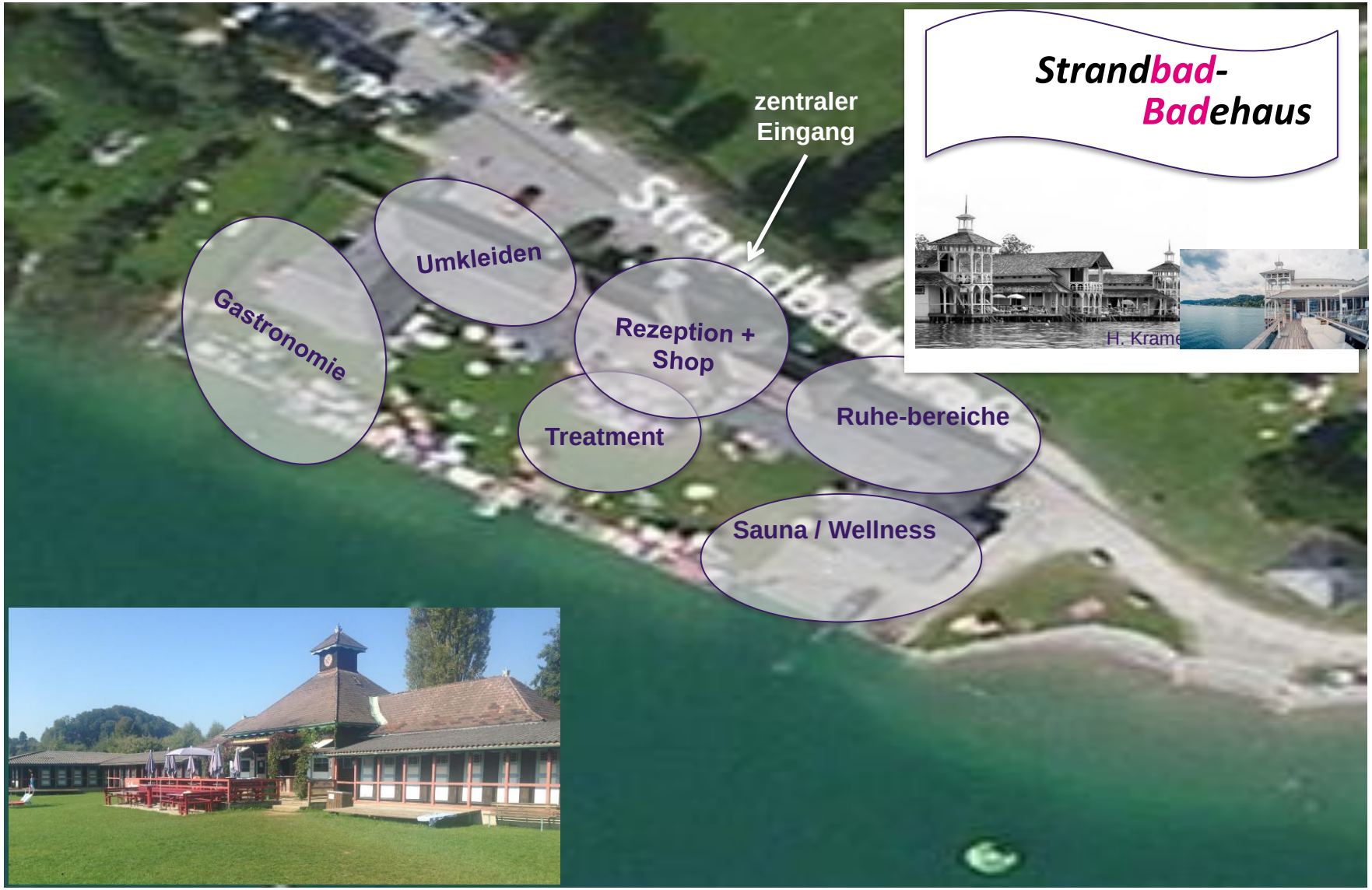
Alternativ wäre die Schöchl Werft auch ein Standort für das Boutique Hotel bzw. ist das Postgebäude eine Alternative für einen Bürostandort.

Strand.Badehaus.

Das heutige Strandbad ist ein Juwel, das nur wenige Tage im Jahr genutzt ist. Wir sollten seine Qualitäten nicht nur an warmen Sommertagen, sondern auch an Regentagen und in der Nebensaison wahrnehmen.

Ziele:

1. Das Thema aktive Gesundheit und Wellness für die ganze Saison und sowohl Gäste als auch Einwohner anbieten können und damit unser Angebot deutlich erweitern.
2. Aktive Gesundheitsangebote nicht alleine der Luxusgastronomie überlassen, sondern einer breiteren Öffentlichkeit zugänglich machen.
3. Alles authentisch und im Stil der aktuellen Architektur. Einfach, komfortabel, gastronomisches vernünftigen Niveau.


Strandbad-
Badehaus
H. Krame
zentraler
Eingang
Gastronomie
Umkleiden
Rezeption +
Shop
Treatment
Ruhe-bereiche
Sauna / Wellness

Quelle:Bing

INFRASTRUKTUR

See.Lounge.

Ein Ziel für alle Wassersportler am gegenüberliegenden Seeufer schaffen.

Ziele:

1. Integration und Ausbau der Infrastruktur in Gebertsham (in Kooperation mit Lochen).
2. Ausbau eines Steges mit entsprechender Landemöglichkeiten für Wassersportler der den Zugang am Land ermöglicht.
3. Anlegestelle für die Seen-Schifffahrt schaffen.

Fazit: bestehende Angebote am Markt

Mole West

Herausforderungen:
- Erreichbarkeit (Zugang – sofern am See)
- Sicherheit („Kapitänspatent")
- Ver- und Entsorgung (Getränke, Speisen, Sanitäranlagen etc.)

Weissensee

Fix verankerte Gastronomiebetriebe

Floß-Gastronomie

See.Lounge

Fahrende oder fixierte Schiffe

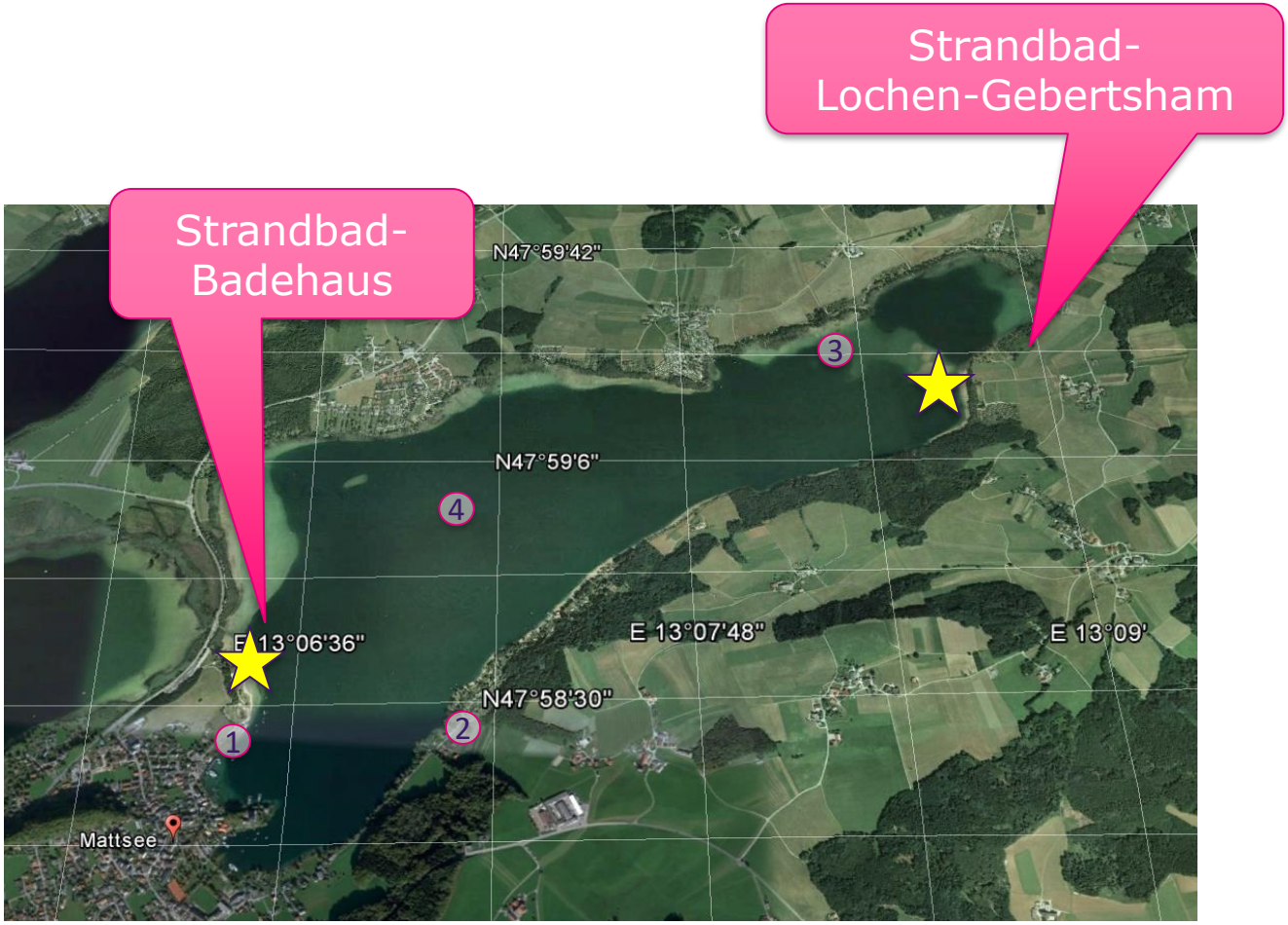
Servisierte Plattformen

Klipper Berlin

KOHL & PARTNER

Kollers

Mögliche Standorte am Mattsee



Standort-Ideen

1. Nähe Musikpavillon
2. Ramooser Straße
3. Richtung Lochen am See
4. Am See schwimmend
5. Sonstige???

Quelle:Bing

KOHL & PARTNER

Konzept-Varianten

V1: fix verankerte Floß-Gastronomie	V2: Bistro am See	V3: Floß-Gastronomie am See

- Sitzplätze: mind. 60
- In- und Outdoor
- Ganzjähriger Betrieb

Restaurant im Strandbad-Badehaus

- Sitzplätze: ab 20
- Getränke-Fokus
- Snacks (Prosciutto)
- An ausgewählten Tagen mit kleiner Karte

In Werft integrieren?!

In Spitzenzeiten eine Zielgastronomie am See

Als Tageweise Angebots-ergänzung

Quelle: Kap 4613 // Lakesidelounge // Weissensee

INFRASTRUKTUR

See.Ufer.

SEE.UFER.
Der Platz am See.

Die vielleicht wichtigste, weil typische und schönste Zone im Ort, die wir aktivieren müssen.
Das Ufer muss „inszeniert" werden, einen bleibenden Eindruck hinterlassen.

Ziele:

1. Das See-Ufer muss in mehrere Veranstaltungen und andere Aktivitäten als Platz mit dem attraktivsten Hintergrund und Umfeld eingebunden werden.
2. Den Musikpavillon für eigenständige Veranstaltungen bzw. auch in Kombination mit der Schifffahrt aktiv nutzen.
3. Ein Spaziergang vom Strandbad bis zur Schöchlwerft muss ein einzigartiges, in Erinnerung bleibendes Erlebnis sein.

INFRASTRUKTUR

Wohnraum.

WOHNRAUM.
Leistbares Angebot an die Jungen.

Wir müssen Wohnraum schaffen, für Mattseer oder eben für junge Leute die nach der Ausbildung zurück kommen, zu Hause ausziehen wollen oder hier im Rahmen des Projektes Wirtschaftsstandort Wohnraum suchen. Das ist kein neues Thema und daher gilt es hier auch Benchmarking mit diesbezüglich erfolgreichen Gemeinden zu machen.

Ziele:

1. Abwanderung der jungen Mattseer verhindern, denn Jugend ist Zukunft.
2. Wohnraum für Mitarbeiter neuer Betriebe schaffen.
3. Die damit verbundene Wertschöpfung im Ort halten.

INFRASTRUKTUR

Barriere.Frei.

Seit 1.1.2016 müssen alle öffentlichen Gebäude, per Gesetz, für jedermann zugänglich gemacht werden. Bisher ist Barriere-Freiheit in den wenigsten Betrieben der Fall. Spontan fallen nur 4 positive Beispiele auf: Sparkasse, Optik Wieland, Fahr(t)raum und Raiba. Obwohl es einige gute Ansätze gibt, haben fast alle Betriebe Aufholbedarf.

Ziele:

Unter barrierefrei ist zu verstehen:

1. Breite Türen und Gänge, um mit Rollstuhl oder Kinderwagen hindurch zu kommen.
2. Keine Stufen um ins Geschäft zu gelangen.
3. In Gasthöfen und Unterkünften, keine Stufen um auf die Toilette zu gelangen.
4. Geräumige barrierefreie Toiletten, mit genügend Platz für den Rollstuhl, und Haltegriffen neben den Toiletten.
5. Parkmöglichkeiten in unmittelbarer Nähe zum Geschäft.

INFRASTRUKTUR

TRUMER.SEENLAND.
Die Seenverbindung.

5*CHALET.HOTEL.
Luxus.Natürlich.Gesund.

3*BOUTIQUE.HOTEL.
Einfach.Cooltur.

SCHÖCHL.WERFT.
Denk.Lebens.Raum.

STRAND.BADEHAUS.
Simple Wellness.

SEE.LOUNGE.
Das Ziel am See.

SEE.UFER.
Der Platz am See.

WOHNRAUM.
Leistbares Angebot an die Jungen.

BARRIERE.FREI.
Frei Sein für alle.

AKTIVITÄTEN

Kultur & Genießen

KULTUR.GEIST.PUR.
Das Stift und das Schloss.

MUSIK.WERKSTATT.
LGT Young Soloists Residence.

ZIRKUS.WERKSTATT.
Kleinkunst und Zirkusfest.

BESTE.FESTE.
Die Hochzeit.
Das Fest am See.
Das Silvesterfest.

Gesundheit & Bewegung

WASSER.RAD.WANDER. FLUG.ARENA.
Bewegung und Sport in Natur pur.

KONGRESS.WISSEN.
Gesundheit und Wohlbefinden in Veranstaltungsform.

BAJUWAREN.GEHÖFT.
Das Dorf im Dorf.

Natur & Wissen

PLANET.MATTSEE.
Die Sternwarte@ Planetarium.

FAHR(T)RAUM.
Kultur bewegt in Natur.

NATURPARK. BUCHBERG.
Das Naturerlebnis im Detail.

FISCHER'S FRITZ FISCHT.
Die interessante Art zu fischen.

KOMMUNIKATION

KOMMUNIKATION. MATTSEE.
Die Marke definieren.

KOMMUNIKATION. MATTSEE.
Unsere Prinzipien.

BEST OF.MATTSEE.
Die Verdienten.

AKTIVITÄTEN | KULTUR UND GENIESSEN

Kultur.Geist.Pur.

Die zentrale Rolle des Stiftes und des Schlosses, als einerseits geistiges andererseits Kunst und Genuss-Zentrum, aber insbesondere als Raumgeber für Veranstaltungen, muss manifestiert und noch ausgebaut werden.

Ziele:

1. Neben den existierenden Aktivitäten, neue Angebote im Bereich geistige und mentale Betätigung sowie Musik, Kleinkunst und anderen Genres entwickeln.
2. Bestehende Angebote noch verfeinern, professionalisieren bzw. insgesamt aufwerten und in das Gesamtangebot des Ortes stimmig einfügen.
3. In Kombination mit den Veranstaltungen auch die Stiftsgastronomie nutzen. (Stiftskeller, Weinkeller)

AKTIVITÄTEN | KULTUR UND GENIESSEN

Zirkus.Werkstatt.

Wir wollen das Kulturangebot im Ort um Programme erweitern, die sich in unser Thema Kultur und Bewegung perfekt einfügen und einem hohen Qualitätsanspruch gerecht werden.

Ziele:

1. In Kooperation mit den Österreichischen Zirkusschulen und dem Winterfest Salzburg eine einzigartige, nur für Mattsee typische Veranstaltung kreieren, die langfristig etabliert werden kann.
2. Einwohner und Gäste begeistern, neue Besucher gewinnen.
3. Lokale Gastronomie – und Veranstaltungsorte einbinden. (Wirtshaus-Tour)
4. Einen Beitrag zum Image und Qualitätsprofil des Ortes leisten. Großes PR Potential.
5. Engagement durch Sponsoren und Mäzene

Sympathiewert durch Engagement für junge Leute forcieren.

Beste.Feste. Die Hochzeit.

Bei uns wird gerne geheiratet. Das Potential ist aber bei weitem nicht ausgeschöpft, also noch ein breites Betätigungsfeld für alle Gewerbetreibenden und Gastronomen!

Ziele:

1. Unmittelbare Belebung des Gastronomie und Service Geschäftes für maximal viele Gewerbetreibende im Ort.

2. Deutliche Verbesserung des Angebotes durch alle angedachten Infrastruktur und Veranstaltungsprojekte.

3. Neue und individualisierbare Hochzeits-Packages, basierend auf den dann neuen Möglichkeiten im Ort.

4. Zukünftige Urlaubsklientel heranziehen.

Beste.Feste. *Das Fest am See.*

**Dieses Fest beeinflusst das Image von Mattsee signifikant.
Das heutiges Seefest muss in ein echtes „Fest am See" mutieren, bei dem hohe Musik und Kulinarik Qualität Voraussetzung für ein neues, deutlich gehobenes Niveau sind.**

Ziele:

1. Das Fest am See sollte inhaltlich zu unserer Positionierung passen und einen Qualitätsstandard im Land Salzburg setzen.
2. Es sollte nach wie vor den Vereinen als wirtschaftliche Stütze dienen, noch mehr muss es aber auch das Image, den Bekanntheitsgrad und die Wirtschaft im Ort unterstützen.
3. Hohe Musik- bzw. Showqualität und Aktivierung der heimischen Vereine.

Einige Beispiele dafür: Schlechtwetter stellt kein Problem dar, da in mehreren überdachten Bereichen Live Musik gespielt wird.

AKTIVITÄTEN | KULTUR UND GENIESSEN

Beste.Feste. *Das Silvesterfest.*

Silvesterfeste/ Themenfeste finden im Schloss einen ideale und festlichen Platz. Qualitativ hochwertige Musik, ein toller Rahmen und außergewöhnliches Kulinarik.

Ziele:

1. Ein Veranstaltungs-Highlight für die Nebensaison setzen, vor allem aber auch für die Bewohner der Region, um Bekanntheit, Image und Aktualität für Mattsee zu prolongieren.
2. Dem Fest über Sponsoren zu einem Budget verhelfen, das echte Qualität erlaubt.
3. Eintrittspreise um die 80-100 EUR etablieren.

INFRASTRUKTUR

TRUMER.SEENLAND.
Die Seenverbindung.

5*CHALET.HOTEL.
Luxus.Natürlich.Gesund.

3*BOUTIQUE.HOTEL.
Einfach.Cooltur.

SCHÖCHL.WERFT.
Denk.Lebens.Raum.

STRAND.BADEHAUS.
Simple Wellness.

SEE.LOUNGE.
Das Ziel am See.

SEE.UFER.
Der Platz am See.

WOHNRAUM.
Leistbares Angebot an die Jungen.

BARRIERE.FREI.
Frei Sein für alle.

AKTIVITÄTEN

Kultur & Genießen

KULTUR.GEIST.PUR.
Das Stift und das Schloss.

MUSIK.WERKSTATT.
LGT Young Soloists Residence.

ZIRKUS.WERKSTATT.
Kleinkunst und Zirkusfest.

BESTE.FESTE.
Die Hochzeit.
Das Fest am See.
Das Silvesterfest.

Gesundheit & Bewegung

WASSER.RAD.WANDER. FLUG.ARENA.
Bewegung und Sport in Natur pur.

KONGRESS.WISSEN.
Gesundheit und Wohlbefinden in Veranstaltungsform.

BAJUWAREN.GEHÖFT.
Das Dorf im Dorf.

Natur & Wissen

PLANET.MATTSEE.
Die Sternwarte@ Planetarium.

FAHR(T)RAUM.
Kultur bewegt in Natur.

NATURPARK. BUCHBERG.
Das Naturerlebnis im Detail.

FISCHER'S FRITZ FISCHT.
Die interessante Art zu fischen.

KOMMUNIKATION

KOMMUNIKATION. MATTSEE.
Die Marke definieren.

KOMMUNIKATION. MATTSEE.
Unsere Prinzipien.

BEST OF.MATTSEE.
Die Verdienten.

AKTIVITÄTEN | GESUNDHEIT UND BEWEGUNG

Wasser.Rad.Wander.Flug.Arena.

Ist das Zentrale Thema und Angebot unserer Region. Was die Natur uns bietet gilt es zu nutzen: Seen, Wald und Hügelland zum Genießen und Nutzen im Sinne sanfter Mobilität.

Ziele:

1. Das vorhandene Angebot ausbauen und in Richtung bewusster, beruhigter Nutzung entwickeln.
2. Fokus auf sanfter Mobilität mit profundem Elektrobike-Angebot. Dazu brauchen wir einen Betreiber für Leih-Fahrräder, der auch mindestens 25 E-Bikes im Angebot hat.
3. Kartenangebot und Beschilderungen verbessern bzw. in Form neuer, digitaler Produkte anbieten.
4. Die Region von Oben erleben lassen – Paragleiten, sogar über den Sternen des Planetariums.

Beispiel

Fachhochschule Salzburg University of Applied Sciences

Produktentwicklung Destination-Management
WASSER.WANDER.RAD.ARENA. – Bewegung und Sport in Natur pur
4. Semester, IMTB B4 – SS 2017/2018
LV-Leiter Mag. Werner Taurer

- **Ziel:**
  - Frische und innovative (Produkt)ideen für die Destination „Mattsee“ bzw. rund um die die Thematik Wasser.Wander.Rad.Arena.
  - Ableitung von Vorschlägen, die in Form von Projekt- bzw. Produktbeschreibungen aufbereitet werden.
- **Methode:**

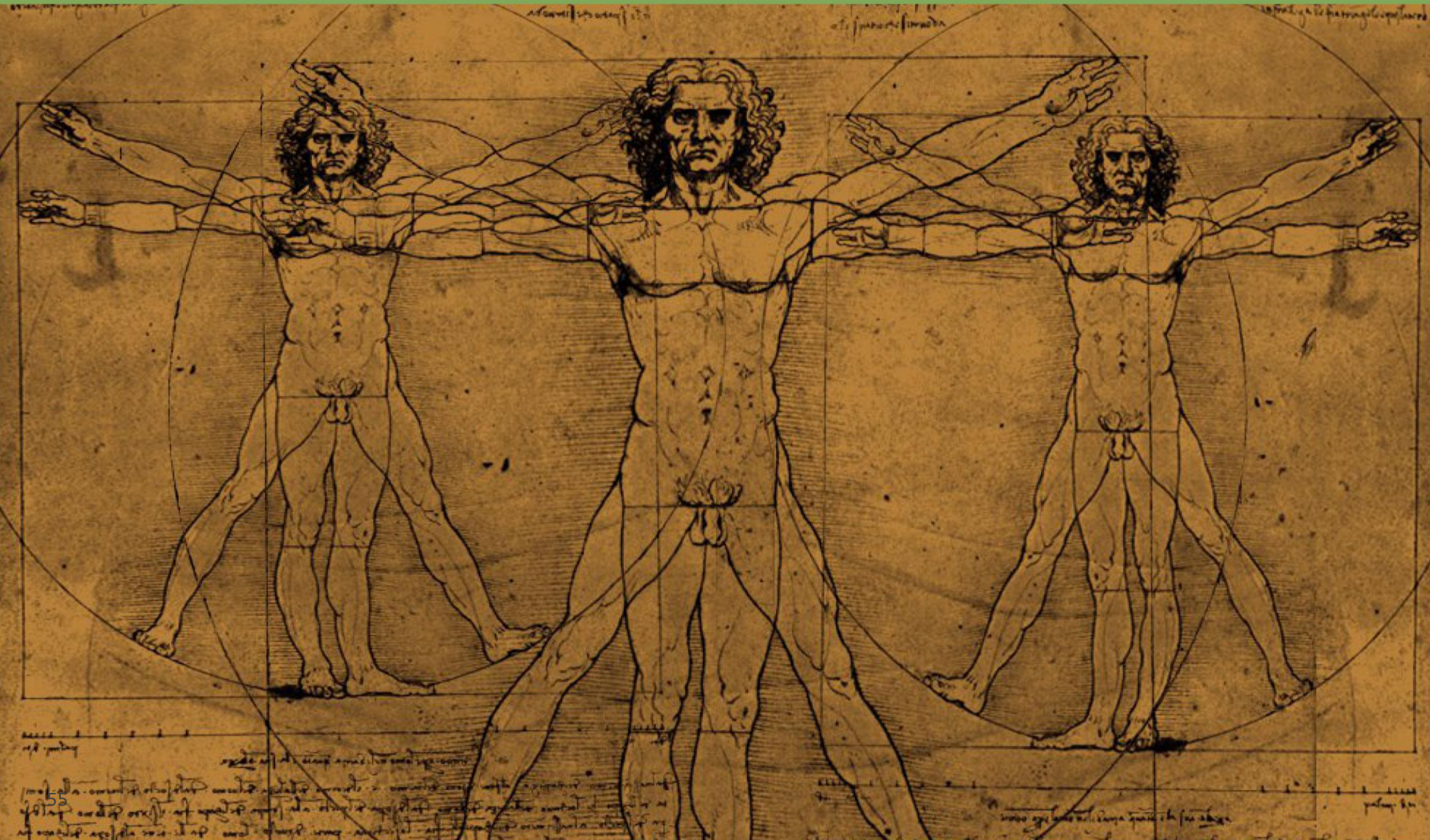
  Exkursion mit Begehung und Befahrung der betreffenden Bereiche. Analyse, Ideenentwicklung, Produkt-/Projektentwicklung im Detail durch Studierende in Kleingruppen; Nutzung von Produktentwicklungstools wie z.B. Service Design bzw. Design Thinking.
- **Zeitrahmen:**

  Sommersemester 2017, Ende Februar 2017 bis Juni 2017.
- **Studierende:**

  4. Sem., ca. 15 – 20 Personen, berufsbegleitend

BRAUHAUS

Fachhochschule Salzburg University of Applied Sciences



Zur Auslastung der Gastronomie und neuer Hotels brauchen wir Veranstaltungen die mit Gesundheit, Bewegung aber auch Astronomie und Astrologie, sowie E-Technologie zu tun haben.
Alle existierende und geplante Infrastruktur (vom Fahr(t)raum bis zum Planetarium, vom Strand.Badehaus bis zu den Hotels) spielt hier eine zentrale Rolle.

Ziele:

1. Hochwertigen, qualitativ, anspruchsvollen, ganzjährigen Thementourismus im Fortbildungssektor etablieren.
2. Auslastung für ein neues Bettenangebot und unsere Einrichtungen schaffen.

Bajuwaren.Gehöft.

BAJUWAREN.GEHÖFT.
Das Dorf im Dorf.

Das, im Rahmen der Landesausstellung 1988 errichtete Bajuwaren-Dorf, ist ein auffälliger und momentan hauptsächlich auf Privatinitiative hin betriebener, markanter Teil unseres Ortes.

Ziele:

1. Professionelle Aktivierung durch Musik und Zirkus Werkstatt bzw. für permanente und temporäre Veranstaltungen, zum Beispiel Weihnachtsmarkt.
2. Eventuell idealer Marktplatz
3. Einbindung der Anlage in den Ortskern über Restrukturierung des alten Postgebäudes.
4. Teil der Inszenierung der Ufer Promenade und Zentrum Folklore- Veranstaltungen. (z.B. Maibaumaufstellen, Musikkapelle usw.)

INFRASTRUKTUR

TRUMER.SEENLAND.
Die Seenverbindung.

5*CHALET.HOTEL.
Luxus.Natürlich.Gesund.

3*BOUTIQUE.HOTEL.
Einfach.Cooltur.

SCHÖCHL.WERFT.
Denk.Lebens.Raum.

STRAND.BADEHAUS.
Simple Wellness.

SEE.LOUNGE.
Das Ziel am See.

SEE.UFER.
Der Platz am See.

WOHNRAUM.
Leistbares Angebot an die Jungen.

BARRIERE.FREI.
Frei Sein für alle.

AKTIVITÄTEN

Kultur & Genießen

KULTUR.GEIST.PUR.
Das Stift und das Schloss.

MUSIK.WERKSTATT.
LGT Young Soloists Residence.

ZIRKUS.WERKSTATT.
Kleinkunst und Zirkusfest.

BESTE.FESTE.
Die Hochzeit.
Das Fest am See.
Das Silvesterfest.

Gesundheit & Bewegung

WASSER.RAD.WANDER. FLUG.ARENA.
Bewegung und Sport in Natur pur.

KONGRESS.WISSEN.
Gesundheit und Wohlbefinden in Veranstaltungsform.

BAJUWAREN.GEHÖFT.
Das Dorf im Dorf.

Natur & Wissen

PLANET.MATTSEE.
Die Sternwarte@ Planetarium.

FAHR(T)RAUM.
Kultur bewegt in Natur.

NATURPARK. BUCHBERG.
Das Naturerlebnis im Detail.

FISCHER'S FRITZ FISCHT.
Die interessante Art zu fischen.

KOMMUNIKATION

KOMMUNIKATION. MATTSEE.
Die Marke definieren.

KOMMUNIKATION. MATTSEE.
Unsere Prinzipien.

BEST OF.MATTSEE.
Die Verdienten.

Unsere Seenregion liegt an der Grenze des Gebietes Kobernausserwald, das im österreichischen Atlas zur Lichtverschmutzung als noch relativ gering belastet ausgewiesen ist. Ideal, um ein neues, interessantes Thema zu schaffen: Astronomie und Astrologie in der Seenregion.

Ziele:

1. Ein neues Thema - naturnahe, erholungsrelevant - für alle Tourismusbetriebe einfach nutzbar machen.
2. Themenführerschaft etablieren, Mediale- und Kontaktreichweite nutzen.
3. Ein neues Ziel schaffen, das Leute aus der Stadt und einem erweiterten Einzugsgebiet nach Mattsee und in das Seenland holt.

„Themen statt Thermen". Erholung für Körper und Geist

4. In Summe ein großes Potenzial um junge und alte Leute anzusprechen und in den Ort zu bringen, den Tourismusbetrieben ein zusätzliches Thema zu geben und unserem Kultur-/Natur-/Wirtschaftsanspruch gerecht zu werden.
5. Ein noch viel größeres Medien- und PR-Potential.

Eine einzigartige, hochwertige Einrichtung.
Wir müssen in der Kommunikation die Brücke von Automobil-Historie zur E-Technologie-Zukunft schlagen und hier mögliche Synergien im Ortsmarketing nutzen.

Ziele:

1. Einen außergewöhnlichen Platz für Freunde und Interessierte der automobilen Kultur bieten.
2. Das Interesse zum Wiederbesuch durch regelmäßige Veranstaltungen wecken.
3. Ein hochwertiges Regenprogramm für Gäste mit längerem Aufenthalt und die Bevölkerung in der Region schaffen.
4. Eventuell das Thema E-Bikes hier eingliedern (Betrieb eines Elektro-Bike Verleihs).
5. Diesen Platz auch im Sinne des Projektes Kongress.Wissen nutzen.

Der Naturpark Buchberg ist vorhanden, aber nur bedingt genutzt. Ein Angebot für alle Einwohner des Seenlandes und der Umgebung erstellen und die Einheimischen den Wert dieser Einrichtung erleben lassen. Auch die Nutzung durch Gäste ankurbeln.

Ziele:

1. Verständnis für die Einrichtung im unmittelbaren Umfeld schaffen.
2. Know-How aus der Region nutzen und erleben lassen.
3. Bekanntheitsgrad der Einrichtung fördern und langfristig über das Thema Sternwarte@Planetarium fördern.

Fischer‘s Fritz fischt.

Neben dem Naturpark Buchberg haben wir auf eine andere Art und Weise einen „Seepark“ Mattsee.
Hier können wir ein echtes, von Fischern und Wissenschaftlern geführtes Natur-Programm anbieten, das nebenbei auch noch perfekte Regenwetter-Eignung hat.

Ziele:

1. Den See erleben lassen, Natur und deren Betreuung und Bewirtschaftung verstehen lassen. Für Einheimische, Gäste, Schulen.

2. Regenprogramm anbieten können.

INFRASTRUKTUR

TRUMER.SEENLAND.
Die Seenverbindung.

5*CHALET.HOTEL.
Luxus.Natürlich.Gesund.

3*BOUTIQUE.HOTEL.
Einfach.Cooltur.

SCHÖCHL.WERFT.
Denk.Lebens.Raum.

STRAND.BADEHAUS.
Simple Wellness.

SEE.LOUNGE.
Das Ziel am See.

SEE.UFER.
Der Platz am See.

WOHNRAUM.
Leistbares Angebot an die Jungen.

BARRIERE.FREI.
Frei Sein für alle.

AKTIVITÄTEN

Kultur & Genießen

KULTUR.GEIST.PUR.
Das Stift und das Schloss.

MUSIK.WERKSTATT.
LGT Young Soloists Residence.

ZIRKUS.WERKSTATT.
Kleinkunst und Zirkusfest.

BESTE.FESTE.
Die Hochzeit.
Das Fest am See.
Das Silvesterfest.

Gesundheit & Bewegung

WASSER.RAD.WANDER. FLUG.ARENA.
Bewegung und Sport in Natur pur.

KONGRESS.WISSEN.
Gesundheit und Wohlbefinden in Veranstaltungsform.

BAJUWAREN.GEHÖFT.
Das Dorf im Dorf.

Natur & Wissen

PLANET.MATTSEE.
Die Sternwarte@ Planetarium.

FAHR(T)RAUM.
Kultur bewegt in Natur.

NATURPARK. BUCHBERG.
Das Naturerlebnis im Detail.

FISCHER'S FRITZ FISCHT.
Die interessante Art zu fischen.

KOMMUNIKATION

KOMMUNIKATION. MATTSEE.
Die Marke definieren.

KOMMUNIKATION. MATTSEE.
Unsere Prinzipien.

BEST OF.MATTSEE.
Die Verdienten.

Mattsee

?

Der Name Mattsee muss für eine moderne Positionierung stehen, die wir entwickeln und kommunizieren müssen.

Die Klarheit in unserer Positionierung bezieht sich nicht auf eine Simplifizierung auf ein einziges, sogenanntes Alleinstellungsmerkmal, sondern auf die Vielfalt unseres Angebotes.

Kultur + Natur + Gesundheit = Wohlbefinden.

FÜR ALLE – unsere Gäste, unsere Einwohner und unsere Betriebe.

Das ist die Formel für unser Aller Wohlbefinden, wirtschaftlich, geistig und körperlich.

Dies wollen wir in einem einfachen Positioning-Statement zum Ausdruck bringen und dieses gemeinsam entwickeln und formulieren.

KOMMUNIKATION

Best of.Mattsee. | Die Verdienten.

Ehrung von Mattseer FH-/Studien-/Meister-Abgängern, Kontaktpflege, Multiplikatoren, tragen Mattsee in die Welt hinaus, einladen z.B. für Ordination.

Ziele:

1. Erfolgreiche Mattseer zu lokalem Engagement motivieren bzw. an den Ort binden und damit ein Netzwerk für die Zukunft schaffen.
2. Durch regelmäßige Veranstaltungen erhält sich dieser Personenkreis eine dauerhafte Bindung zu Mattsee.

INFRASTRUKTUR

TRUMER.SEENLAND.
Die Seenverbindung.

5*CHALET.HOTEL.
Luxus.Natürlich.Gesund.

3*BOUTIQUE.HOTEL.
Einfach.Cooltur.

SCHÖCHL.WERFT.
Denk.Lebens.Raum.

STRAND.BADEHAUS.
Simple Wellness.

SEE.LOUNGE.
Das Ziel am See.

SEE.UFER.
Der Platz am See.

WOHNRAUM.
Leistbares Angebot an die Jungen.

BARRIERE.FREI.
Frei Sein für alle.

AKTIVITÄTEN

Kultur & Genießen

KULTUR.GEIST.PUR.
Das Stift und das Schloss.

MUSIK.WERKSTATT.
LGT Young Soloists Residence.

ZIRKUS.WERKSTATT.
Kleinkunst und Zirkusfest.

BESTE.FESTE.
Die Hochzeit.
Das Fest am See.
Das Silvesterfest.

Gesundheit & Bewegung

WASSER.RAD.WANDER. FLUG.ARENA.
Bewegung und Sport in Natur pur.

KONGRESS.WISSEN.
Gesundheit und Wohlbefinden in Veranstaltungsform.

BAJUWAREN.GEHÖFT.
Das Dorf im Dorf.

Natur & Wissen

PLANET.MATTSEE.
Die Sternwarte@ Planetarium.

FAHR(T)RAUM.
Kultur bewegt in Natur.

NATURPARK. BUCHBERG.
Das Naturerlebnis im Detail.

FISCHER'S FRITZ FISCHT.
Die interessante Art zu fischen.

KOMMUNIKATION

KOMMUNIKATION. MATTSEE.
Die Marke definieren.

KOMMUNIKATION. MATTSEE.
Unsere Prinzipien.

BEST OF.MATTSEE.
Die Verdienten.