

Projektplan "Marke Färberdorf"

Ergebnis der Projektwerkstatt vom
Samstag, 12. Mai 2007

Projektleiterin Christa Oberfichtner



**Es gehört schon eine Größe dazu,
nach den Sternen zu greifen
und mit beiden Füßen am Boden zu bleiben**
(Anna Weiß)

Erwünschter Auftraggeber

- 🌀 Verschönerungsverein Gutau

Erwünschter Auftragnehmer

- 🌀 Projektgruppe
 - verstärkt durch externe MitarbeiterInnen

Erwünschter Nutzer dieses Angebotes

- 🌀 Einheimische und BesucherInnen von Gutau

Konkreter Anlass

- 🌀 Thema Färbermarkt soll sich nicht "totlaufen"
- 🌀 Chancen von "Agenda 21" und "Leader" nutzen
- 🌀 Gute Basis vorhanden
 - "nachscharfen" ist leichter als ein Neuanfang

Projektplan "Marke Färberdorf"

Ergebnis der Projektwerkstatt vom
Samstag, 12. Mai 2007

Warum gerade jetzt?

- ☞ Durch die vielen Veränderungen und die neu zu begehenden Wege ist ein generelles Marketingkonzept für den Entwicklungsprozess zu erarbeiten
 - für Gutau evtl. zwei Projekte vorsehen
 - ein eigenes Projekt zum Färberdorf
 - ein Projekt übergreifendes Projekt für ein Marketingkonzept

Zielklarheit

Daran werden wir (bis Ende 2007/2008) messen, dass wir erfolgreich waren:

- ☞ **Messlatte:**
 - Das "Marketingkonzept neu" erstellen
 - Verkaufsstelle für Blaudruck errichten
 - Sichtbarmachung des Themas
 - im Ortsbild
 - bei den Partnern des Färberdorfes
 - Nutzen für Partner aufzeigen

Abgrenzung

- ☞ Wir sind nicht die Umsetzer für die Wirtschaft
- ☞ Wir sind nicht für das gesamte Marketing in Gutau zuständig
- ☞ Wir sind nicht die alleinigen Finanziere

Mögliche Hindernisse / Schwierigkeiten / Widerstände

- ☞ Konkurrenzdenken in der Wirtschaft
- ☞ Zu wenig Kommunikation nach innen und nach außen
- ☞ Fehlende Identifikation in der Bevölkerung

Dem begegnen wir folgend:

- ☞ Durch aktive Kommunikation
 - zum Beispiel "Infokasten"
- ☞ Best practice - Beispiele

Projektplan "Marke Färberdorf"

Ergebnis der Projektwerkstatt vom
Samstag, 12. Mai 2007

Projektleiterin

- ☞ Christa Oberfichtner

Projektteam

- ☞ Aistleitner Patrizia
- ☞ Engelmann Josef
- ☞ Kiesenhofer Charly
- ☞ Klaner Christian
- ☞ Lindner Hannelore
- ☞ Mayr Elfie
- ☞ Primetshofer Edi jun.
- ☞ Bäuerliche/r VertreterIn/nen
- ☞ Team Färbermuseum

Projektlauf (Meilensteine)

- ☞ Brainstorming Projektgruppe
- ☞ Start ja / nein
- ☞ Termine festlegen

Zwischenentscheide:

- ☞ Start ja/ nein?
- ☞ Konzept selber erstellen

Öffentlichkeitsarbeit:

- ☞ Start
- ☞ Schaukasten
- ☞ Wenn es etwas zum Herzeigen gibt.

Projektpräsentation:

- ☞ Jahreshauptversammlung Verschönerungsverein März 2008

Evaluation:

- ☞ Bei jeder Vorstandssitzung im Verschönerungsverein
- ☞ Bei der Jahreshauptversammlung 2008

Projektplan "Marke Färberdorf"

Ergebnis der Projektwerkstatt vom
Samstag, 12. Mai 2007

Projektende:

- ☞ Jahreshauptversammlung März 2008

Dialog und Marketing

- ☞ Offene Runden im Gasthaus
- ☞ Meilensteine auf der Homepage sichtbar machen

Öffentlichkeitsarbeit, die Menschen bewegt

- ☞ Maibaum in Blau
- ☞ Hausgärten mit Färberpflanzen

Mit wem ist zu kooperieren?

- ☞ Andere Arbeitskreise
- ☞ Museum
- ☞ Wirte
- ☞ Wirtschaftstreibende
- ☞ Gemeinde
- ☞ Kernland
- ☞ Verschönerungsverein

Zusätzliche Anregung Ihres Projektbegleiters, Karlo M. Hujber:

Kooperation mit den Projektträger "Impulsgemeinden laden ein"

MentorInnen

- ☞ Karlo Hujber
- ☞ Landwirtschaftskammer
- ☞ Wirtschaftskammer
- ☞ VolkskundlerIn (Landesmuseum, VBB)

Erwartungen an die MentorInnen

- ☞ Ideen
- ☞ Fachlichen Rat
- ☞ Blick über den Tellerrand

Projektplan "Marke Färberdorf"

Ergebnis der Projektwerkstatt vom
Samstag, 12. Mai 2007



Kostenplan

- ⦿ Beratertätigkeit
- ⦿ Materialkosten
- ⦿ Exkursionen

Finanzierungsplan

- ⦿ Rücklagen des Verschönerungsvereins
- ⦿ Sponsoring
- ⦿ Öffentliche Förderung
- ⦿ Gemeinde

Anmerkung Ihres Projektbegleiters, Anton Bauer:

Bitte auch den Kosten- und Finanzierungsplan erarbeiten. Dies ist für die Förderansuchen notwendig.