

## Wirkungsmessung NRP- und Interreg-Projekte 2012:

# Wirkungsmessung «Ausbau & Professionalisierung Appenzellerland Regionalmarke- ting AG»

Das Projekt in Kürze	
Kanton	Appenzell Innerrhoden
Projektträger	Appenzellerland Regionalmarketing AG
Beginn des Förderprojekts	2009
Ende des Förderprojekts	2010
NRP-Finanzierung	40'000 (je zur Hälfte Kanton AI und Bund)
Projektkosten	40'000 für den Strategieplan; weitere rund 60'000 intern bis zum Start der Umsetzung
Inhalt Gesamtprojekt	Die Appenzellerland Regionalmarketing AG fördert die Vermarktung von Produkten regionaler Handwerker und Gewerbebetriebe unter einem gemeinsamen Label. Ziel ist es eine starke gemeinsame Marke aufzubauen und Massnahmen umzusetzen, die insbesondere den Kleinbetrieben einen höheren Absatz ermöglichen.
Inhalt NRP-Projekt	Beim NRP-Projekt handelt es sich um das Erstellen eines Strategieplans für das Regionalmarketing durch einen externen Experten.

## Projektaufbau und -umsetzung

- Bestehende Regionalmarketingorganisation sehr breit aufgestellt, Fokus zu wenig klar.
- Aufbau durch ein Team von ca. 10 Personen

- Vor 2010: Regionalmarketing der beiden Kantone Appenzell Innerrhoden und Ausserrhoden hat eine Vielzahl mit Mitgliedern aus unterschiedlichen Bereichen (Handwerker, Gewerbebetriebe, aber auch touristische Dienstleister und Seilbahnen) aber ein kleines Budget.
- Idee: Klarere Strategie entwickeln, um knappe Ressourcen zielgerichteter einsetzen zu können.
- Umsetzung mittels eines externen Beraters, um eine Aussen-sicht ohne politischen Einfluss zu erhalten.
- In Projektaufbau und -Begleitung waren die zwei Mitarbeitenden der Appenzellerland Regionalmarketing AG und sowie der Verwaltungsrat beteiligt. Insgesamt rund 10 Personen.

## Strategiepapier

- Strategiepapier wurde durch externen Experten erstellt

### Ergebnis NRP-Projekt:

- Im Rahmen des Projekts wurde ein Strategiepapier inkl. Massnahmenplan erstellt. Das Projektziel ist somit erreicht.
- Dafür wurden 40 Unternehmen persönlich befragt (alle damaligen Partner im Regionalmarketing)
- Das Ergebnis (Strategiepapier) ist dem VR zwar zu wenig kritisch und detailliert; der Prozess zur Strategieentwicklung und insbes. der Einbezug aller Partner wird aber insgesamt als sehr positiv empfunden.
- Aufbauend auf die Studie konnte eine detailliertere Strategieformulierung vorgenommen werden.
- Ohne die NRP-Mittel hätte man den Strategieprozess sehr wahrscheinlich nicht in diesem Umfang anstossen können.

### Empfehlungen im Strategiepapier bez. Regionalmarketing:

- Klare Vorgehensstrategie entwerfen
- Mittelaufstockung
- Mehr Partner finden: im Papier vorgesehen sind dabei Handwerker UND Tourismus-Dienstleister (→ Die tatsächliche heutige Strategie sieht aber eine Trennung von (handwerklichen) Produkten und touristischen Dienstleistungen vor!)
- Enge Abstimmung mit überregional tätigen Firmen, die das Bild des Appenzellerlands massgeblich mitprägen
- Gemeinsame Qualitätskriterien der Hersteller festlegen
- Bessere Medienarbeit
- Effektiverer Auftritt bei Messen und Promotionen

## Betriebsphase

### Geplante Aktivitäten

- Verschiedene gemeinsame Aktivitäten geplant

Die Ideen im NRP-finanzierten Papier wurden wie folgt konkretisiert bzw. angepasst:

- Klare Trennung von Produktherstellern und touristischen Dienstleistungen: Erstere können Mitglied im Regionalmarketing sein; zweitere werden durch die bereits bestehenden kantonalen Tourismusorganisationen betreut.
- Neues Partnerschaftsmodell mit 3 verschiedenen Partnermodellen, die sich in Jahresbeitrag, Rechten und Pflichten unterscheiden (Handwerker, Produzenten A (gross) und Produzenten B (kleiner))

Die folgenden Massnahmen sollen zukünftig gemeinsam umgesetzt werden:

- Gemeinsame Messeauftritte
- Gemeinsame Promotionen
- Gemeinsame Werbung
- Gemeinsame Marketingkoordinationssitzung (Appenzellerland Regionalmarketing AG, die 5 grössten Partnerfirmen, sowie die kantonalen Tourismusorganisationen)
- Koordinierte Medienbetreuung
- Gastkantonsauftritte
- Gastregionsauftritte

### Beteiligung Unternehmen

- 25-30 Unternehmen beteiligt
- Potenzial für Ausbau

- Die Anzahl Partner sank von 48 im Jahr 2007 auf heute rund 25- 30 Unternehmen.
- Dies hängt zum einen damit zusammen, dass die Anbieter vor dem Strategiewechsel unzufrieden mit dem Kosten-Nutzen-Verhältnis ihrer Mitgliedschaft in der Organisation waren.
- Zum anderen ist es auch Resultat der Neuorientierung: keine touristischen und andere Dienstleister mehr im Regionalmarketing
- Es gibt noch regionale Unternehmen, die ihre Produkte unter dem Schirm des Regionalmarketings anbieten könnten, dies aber noch nicht tun.
- Schwierigkeit: die Produzenten haben alle ganz unterschiedliche Kulturen; es ist nicht einfach, z.B. einen gemeinsamen Auftritt an einer Messe zu planen.
- Die 5 grössten Anbieter produzieren Käse, Bier, Mineral, Alpenbitter, Biberli.

### Finanzierung

- Zu 20% über Beiträge der Unternehmen finanziert

- Das Regionalmarketing finanziert sich heute zu 80% über gleich hohe Beiträge der beiden Kantone und zu 20% über die Beiträge der Unternehmen.
- Knapp 30 Prozent der Kosten fallen für Löhne und Infrastruktur an
- Damit stehen rund 70 % des Budgets für Marketingmittel zur Verfügung.

## Auswirkungen

### Produktionserweiterungen

- Vor allem bei kleineren Partnern erwartet

- Insbes. bei den kleineren Unternehmen werden Absatzsteigerungen erwartet
- Ziel: in der Grössenordnung von 10% Umsatzsteigerung
- Bei den grösseren Unternehmen geht es eher um Imagepflege
- Die Appenzellerland Regionalmarketing AG kann z.B. handeln, wenn andere Anbieter die Marke wiederrechtlich nutzen.

### Weitere Auswirkungen des Projekts

- Gemeinsame Produktideen werden entwickelt

- Dadurch, dass man vermehrt miteinander zu tun hat, werden auch ausserhalb des Projekts gemeinsame Ideen entwickelt.
- Aus der Reorganisation heraus entstand z.B. die Idee von Geschenkkörben mit Produkten aus dem Appenzellerland

## Informationen zur durchgeführten Wirkungsmessung

Typ	Ex-Post Wirkungsmessung
Durchführung	Sarah Werner / regiosuisse / sarah.werner@regiosuisse.ch
Projekträgerschaft	Appenzellerland Regionalmarketing AG
Einbezogene Personen:	<ul style="list-style-type: none"> <li>– Guido Buob, Geschäftsführer Appenzellerland Regionalmarketing AG, regionalmarketing@appenzell.ch</li> <li>– Markus Walt, NRP-Verantwortlicher Kanton Appenzell Innerrhoden, markus.walt@vd.ai.ch</li> </ul>
Projekt-Website	www.appenzeller-produkte.ch
Zeitraumen	September–Oktober 2012