

Kurverwaltung Meran: Die strategische Ausrichtung 2017-2020

1. Die Vision und der Auftrag und die Aufgaben der Kurverwaltung Meran laut Satzung
2. Der Strategieprozess der Kurverwaltung für Meran
 - a. Die strategische Vision und das Profil für Meran
3. Die strategischen Ziele der Kurverwaltung Meran für den Zeitraum 2017-2020
4. Der Maßnahmenplan für das Jahr 2017

1. Die Vision und der Auftrag und die Aufgaben der Kurverwaltung Meran laut Satzung

Die Vision

Die Kurverwaltung Meran ist eine **Drehscheibe für die touristischen Akteure in Meran**, sie fördert die Synergien und die Kooperationen zwischen diesen, sie ist die **treibende Kraft** für die **Wirtschaftskategorien** dieser Branche und eine **Plattform für die touristische Entwicklung der Stadt**.

Die Aufgaben der Kurverwaltung Meran laut Satzung

Die Kurverwaltung Meran hat die Aufgabe, den Tourismus in Meran zu fördern und zu stärken und die Entwicklung der Stadt im Allgemeinen zu gestalten.

Sie hat folgende Aufgaben:

- Die Einrichtung von touristischen Informations- und Betreuungsdiensten.
- Die Schaffung und Verbesserung von Einrichtungen und Diensten im Interesse des Tourismus.
- Die Förderung, Durchführung und Koordinierung von Veranstaltungen im Interesse des Tourismus.
- Die Wahrung und Aufwertung der landschaftlichen, künstlerischen und geschichtlichen Werte.
- Die Durchführung statistischer Erhebungen über Nächtigungen in gastgewerblichen und nicht gastgewerblichen Betrieben.
- Die Erfüllung der ihr vom Land oder von der Gemeinde zur Erreichung der angestrebten Ziele des Tourismus übertragenen Aufgaben, unter Verwendung der von den erwähnten Körperschaften jeweils bereitgestellten Geldmittel.
- Die Ausarbeitung von erweiterten und zusammengefassten Tourismusprodukten, die der Gebietsbewerbung dienen.
- Die Ausübung von Tätigkeiten, die den bisher aufgelisteten ähnlich, gleichartig und zugehörig sind, einschließlich der Handelstätigkeit in Verbindung zu den oben angeführten Tätigkeiten.

2. Der Strategieprozess der Kurverwaltung für Meran

Die Strategie der Kurverwaltung Meran leitet sich von ihrer strategischen Vision für Meran ab. Die Themen und Ziele beziehen sich sowohl auf die touristische Situation Merans wie auch auf die strukturellen Gegebenheiten der Kurverwaltung Meran.

a. Die Vision für Meran

Meran steht für Lebensqualität und das Zusammentreffen unterschiedlicher Kulturen. Meran ist für alle (Bürger und Gäste) lebenswert und hat erlebbare Strukturen, die leicht zugänglich und greifbar sind.

b. Hohe Lebensqualität mit Eleganz und Leichtigkeit – Das Profil von Meran

Auf großzügig angelegten Parks, im dichten Netz von Promenaden und inmitten der Architektur der Belle Époque mit ihren herrschaftlichen Villen entdecken Sie den **unvergleichlichen Charme der Kurstadt Meran**.

Das ganzjährig milde Klima und der allgegenwärtige Bezug zum **Wasser** inmitten mediterraner und alpiner Vegetation verleihen der Stadt eine **Natur und Landschaft**, die mit ihren sanften, hügeligen Weinbergen und ihrer eindrucksvollen Bergkulisse erlebbar wird. Dies alles prägt das historisch gewachsene Stadtbild und **Wohlbefinden**.

Eleganz und mediterrane Leichtigkeit machen das einzigartige Bild der Stadt aus und sind Ausdruck der Begegnung der deutschen und italienischen Kulturen.

3. Die strategischen Ziele der Kurverwaltung Meran für den Zeitraum 2017-2020

3.1 Die strategischen Ziele im Bereich Produktentwicklung

Auf Grund der immer zahlreicher werdenden Anforderungen an die Kurverwaltung Meran, bei gleich bleibenden – vor allem organisatorischen - Ressourcen, wurden die einzelnen Produkte und deren touristischen Wert analysiert.

Bei der Analyse und auf Grund des Profils der Stadt Meran wurden drei wichtige Themen definiert, unter denen die verschiedenen Produkte kategorisiert wurden.

Es wurden pro Thema die bestehenden Highlights und die Nebenveranstaltungen definiert. Es ist aufgefallen, dass für das Thema „Natur|Wohlbefinden|Bewegung“ ein dediziertes Highlight fehlt. Daher wird der Schwerpunkt auf die Weiterentwicklung der Veranstaltung Meraner Frühling gelegt, indem die Aspekte des Wohlbefindens und der Natur ausgebaut werden, weniger der Aspekt der Kunst.

NATUR WOHLBEFINDEN BEWEGUNG	TRADITION & KULTUR
Highlight: Meraner Frühling „Meran blüht“ (Arbeitstitel) Merano in Yoga Südtirol Balance	Highlight: Meraner Weihnacht Traubenfest Asfaltart Großer Preis von Meran + Haflinger + Rennen Meraner Musikwochen
GENUSS	
Highlight: Merano WineFestival Meraner Markt Meraner Herbst GourmetPromenade (Arbeitstitel)	

- Die Definition und Organisation des Highlights „Meraner Frühling“ und der Veranstaltung „Meran blüht“ dessen Ziele die folgenden sind.
 - Die Stärkung des Profils von Meran als grüne Stadt, indem die bestehende Landschaft aufgewertet wird.
 - Die Aufwertung der Natur in der Stadt, d.h. Kurpromenade, Passerpromenaden, Tappeinerweg, Gilfpromenade, Lazagverbindung und Wandelhalle.
 - Die Konsolidierung der Tradition der Beete und Blumen (Tradition Gartenstadt – Unterstützung Stadtgärtnerei – Entente Florale Preis)
 - Die Steigerung der Ankünfte und Nächtigungen im Frühling
- Die Schaffung eines Gourmetevents, dessen Grundlagen im Jahr 2017 definiert werden, damit die Umsetzung im Jahr 2018 erfolgen kann.
- Die Etablierung Merans als Ganzjahresdestination durch die Umsetzung weiterer zwei Winterkampagnen.
- Die Analyse und Weiterentwicklung der Veranstaltungen im Sinne des Profils und Reduzierung, bzw. Abschaffung der nicht relevanten Events. Für Kleinveranstaltungen und weitere Events Dritter die folgenden Bereiche der Stadtgemeinde Meran als Unterstützer involvieren: Stadtmarketing, Kulturassessorat und Sportassessorat.
- Die Anpassung der Strategie hinsichtlich der Stärkung der touristisch schwachen Zeiträume durch Kongresstätigkeit. Angesichts des Berichtes von Isabella Konrad, die für zwei Jahre beauftragt wurde, den Bereich MICE zu betreuen und anzukurbeln, wurde festgestellt, dass die Verfügbarkeit von Zimmerkontingenten seitens der Betriebe sowohl in der Hochsaison als auch in der Nebensaison dürftig ist. Daher werden die Kompetenzen in einer strategischeren Richtung gelenkt. Das heißt, dass der Bereich MICE nicht mehr aktiv behandelt, sondern nur für die Pflege des Kunden betrieben wird.
- Die Technologische Innovation, wo anwendbar, vorsehen.
- Die qualitative Weiterentwicklung des Traubenfestes, indem für das Fest ein schlüssiges Konzept erarbeitet wird. Es wird dem bereits begonnenen Prozess gefolgt und es wird auf Eleganz und Qualität im Winter gesetzt, indem das Interesse des Gastes auf das gesamte Stadtzentrum gelenkt wird. Dies sollte durch die Umlegung der Häuschen und die Entlastung der Promenade erfolgen.
- Die Weiterentwicklung der Meraner Weihnacht, als Unterstützung für die Wertschöpfung in Meran, mit verstärktem Augenmerk auf die kulturelle Qualität und auf das Image in Richtung Lifestyle.

Die strategischen Ziele im Bereich Vertrieb und Kommunikation

- Das Monitoring des Meraner Auftrittes und der Anfragenquote (Schwerpunkt des Portals und des Portals suedtirol.info) im Rahmen des Regionsportal Meraner Land.
- Die Analysen der Märkte der IDM und MGM nutzen und im Einklang mit deren Strategien auf die Stärken Merans setzen und das Angebot bündeln, um den Hoffungsmarkt Benelux anzusprechen und die hohe Abhängigkeit von den Hauptmärkten Deutschland und Italien zu reduzieren. Der Markt Russland wurde auf Grund der politischen internationalen Situation nicht weiterhin bearbeitet, stattdessen wird der ebenso von IDM analysierte Markt Frankreich angegangen.
- Die Unterstützung der Stadtgemeinde Meran bei der Entwicklung der Marke Meran, durch die Begleitung für die touristische Ebene, gekoppelt mit den anderen Wirtschaftszweigen. Es werden die nächsten Schritte seitens der Stadtgemeinde Meran abgewartet.

- Die Optimierung und Neuentwicklung (auf multimedialer Ebene) der Drucksorten, die ein wichtiges Mittel für das Erbringen kommerzieller Einnahmen darstellen.
- Die Kompetenzen auf Marketingebene mit der Marketinggesellschaft Meran klar definieren und die Kostendeckung entsprechend steuern.
- Die Stärkung des Images der Kurverwaltung Meran mittels Sensibilisierung der Redaktionen durch PR-Arbeit und Zusammenarbeit mit Partnern, mit glaubhafteren Ergebnissen als mit bezahlten Beiträgen.
- Die Ausarbeitung eines Konzeptes für den „Meraner Sommer“, der sowohl die Sommerabende als auch die DienstagAbende beinhaltet.

Die strategischen Ziele im Bereich Gästebetreuung

- Die Analyse der angebotenen Initiativen und die Beratung für die Weiterentwicklung des Angebotes in Bezug auf Best Practices.
- Die Zusammenarbeit mit der Stadtgemeinde Meran für die Optimierung der Infrastrukturen zum Dienste des Gastes.

Die strategischen Ziele im Bereich Mitglieder- und Partnerbetreuung

- Die weitere Professionalisierung der Dienstleistungen und die Optimierung der Reaktionszeiten durch die Weiterbildung des Personals.
- Die Kurverwaltung weiterhin als Impulsgeber für die Partner zwecks Schaffung neuer Projekte profilieren und sie bei der Schärfung der bestehenden Projekte und Initiativen und bei der Definition von Prioritäten unterstützen.
- Die Onlinebuchbarkeit der Betriebe in Meran durch Sensibilisierungsarbeit fördern. Da die Weiterbildungsgelegenheiten mäßigen Besuch verzeichneten, wird der Fokus allein auf die Sensibilisierungsarbeit gesetzt.
- Einbindung der Mitglieder und Partner in thematischen Arbeitsgruppen für die Produktentwicklung und für die Marketingkampagnen.

Die strategischen Ziele im Bereich Personalwesen

- Die Sensibilisierungsarbeit bei der Provinz Bozen für die Neuentwicklung des veralteten Stellungsplans in der Anzahl und in der Qualität der Stellen.
- Die Erfahrung und die transversale Struktur des Personals fördern und die Vielfalt der Projekte als Vorteil nutzen.
- Die Konsolidierung des Teams der Kurverwaltung.

Die strategischen Ziele im Bereich Finanzwesen

- Das Verfolgen der Arbeit der Provinz Bozen zwecks Koppelung der öffentlichen Beiträge mit den kommerziellen Einnahmen.
- Die Konventionen für öffentliche Einrichtungen verstärkt nutzen und Fixkosten (keine Personalkosten) rationalisieren.

4. Der Maßnahmenplan für das Jahr 2017

4.1 Maßnahmen im Bereich Produktentwicklung

Ziel: Die Definition und Organisation des Highlights **Meraner Frühling** und der Veranstaltung „Meran blüht“.

Maßnahmen:

- Definition des Zeitraumes der Veranstaltung, um die Konkurrenz mit ähnlichen Veranstaltungen in Norditalien zu vermeiden.
- Miteinbezug und Unterstützung der Stadtgärtnerei zwecks Aufwertung der Beete und der Pflanzenfiguren.
- Beauftragung einer Firma für die Gestaltung einer grünen Wand im Stadtzentrum.
- Miteinbezug potentieller Partner für die Ausgabe 2018 – Therme Meran – Thermenpark.

Ziel: Die Schaffung eines Gourmetevents, dessen Grundlagen im Jahr 2017 definiert werden, damit die Umsetzung im Jahr 2018 erfolgen kann.

Maßnahmen:

- Die Schaffung einer Arbeitsgruppe für die Konzeption und die Entwicklung des Produktes.

Ziel: Die Etablierung Merans als Ganzjahresdestination durch die Umsetzung weiterer zwei Winterkampagnen.

Maßnahmen:

- Kontrolle der Ergebnisse und entsprechende Vorbereitung für den Winter 2017/2018.

Ziel: Die Analyse und Weiterentwicklung der Veranstaltungen im Sinne des Profils und Reduzierung, bzw. Abschaffung der nicht relevanten Events. Für Kleinveranstaltungen und weitere Events Dritter die folgenden Bereiche der Stadtgemeinde Meran als Unterstützer involvieren: Stadtmarketing, Kulturassessorat und Sportassessorat.

Maßnahmen:

- Interne Workshops zwecks Analyse der eigenen Veranstaltungen und der Veranstaltungen Dritter.
- Sensibilisierung der zuständigen Stadträte zwecks Übernahme der Unterstützung Dritter.

Ziel: Die Anpassung der Strategie hinsichtlich der Stärkung der touristisch schwachen Zeiträume durch Kongresstätigkeit. Angesichts des Berichtes von Isabella Konrad, die für zwei Jahre beauftragt wurde, den Bereich MICE zu betreuen und anzukurbeln, wurde festgestellt, dass die Verfügbarkeit von Zimmerkontingenten seitens der Betriebe sowohl in der Hochsaison als auch in der Nebensaison dürftig ist. Daher werden die Kompetenzen in einer strategischeren Richtung gelenkt. Das heißt, dass der Bereich MICE nicht mehr aktiv behandelt, sondern nur für die Pflege des Kunden betrieben wird.

Maßnahmen:

- Betreuung der eingehenden Anfragen für Kongresse und Meetings.

Ziel: Die Technologische Innovation, wo anwendbar, vorsehen.

Maßnahmen:

- Einbau des Layers zu den Parkplätzen auf bus.meran.eu (parking.meran.eu).

Ziel: Die qualitative Weiterentwicklung des Traubenfestes, indem für das Fest ein schlüssiges Konzept erarbeitet wird. Es wird dem bereits begonnenen Prozess gefolgt und es wird auf Eleganz und Qualität im Winter gesetzt, indem das Interesse des Gastes auf das gesamte Stadtzentrum gelenkt wird. Dies sollte durch die Umlegung der Häuschen und die Entlastung der Promenade erfolgen.

Maßnahmen:

- Regelmäßige Treffen mit dem Team der Kurverwaltung und mit der Arbeitsgruppe Gemeinde-MGM.
- Analyse zwecks Ausdehnung der Veranstaltung von 3 auf 7 Tage.
- Analyse und Abschätzungen zwecks neue (zum Thema passende) Strukturen auf der Promenade und am Sandplatz.
- Treffen zwecks vertiefte Zusammenarbeit mit den Gastwirten (Teilnehmer Meraner Herbstgenüsse), welche ihren Betrieb in der Nähe vom Sandplatz und unter den Lauben haben.

Ziel: Die Weiterentwicklung der Meraner Weihnacht, als Unterstützung für die Wertschöpfung in Meran, mit verstärktem Augenmerk auf die kulturelle Qualität und auf das Image in Richtung Lifestyle.

Maßnahmen:

- Qualitative Aufwertung durch eigene Veranstaltungen und Spitzen-Persönlichkeiten.
- Thematisierung der 25 Jahre Meraner Weihnacht.
- Projektion des Videos im Theater (700 Jahre).

4.2 Maßnahmen im Bereich Vertrieb und Kommunikation

Ziel: Das Monitoring des Meraner Auftrittes im Rahmen des Regionsportal Meraner Land.

Maßnahmen: Kontinuierliche Analyse der statistischen Daten und die Umsetzung entsprechender Anpassungen.

Ziel: Die Analysen der Märkte der IDM und MGM nutzen und im Einklang mit deren Strategien auf die Stärken Merans setzen und das Angebot bündeln, um die neuen Märkte Benelux und Russland anzusprechen und die hohe Abhängigkeit von den Hauptmärkten Deutschland und Italien zu reduzieren. Der Markt Russland wurde auf Grund der politischen internationalen Situation nicht weiterhin bearbeitet, stattdessen wird der ebenso von IDM analysierte Markt Frankreich angegangen.

Maßnahmen:

- Marketingkampagne für die Bearbeitung des Marktes Benelux gemeinsam mit MGM.
- Angebot von Informationsunterlagen in französischer Sprache.
- Aufrechterhaltung des französischen Web-Auftrittes Merans.

Ziel: Die Unterstützung der Stadtgemeinde Meran bei der Entwicklung der Marke Meran, durch die Begleitung für die touristische Ebene, gekoppelt mit den anderen Wirtschaftszweigen. Es werden die nächsten Schritte seitens der Stadtgemeinde Meran abgewartet.

Maßnahmen:

- Anwendung des Profils von Meran bei allen strategischen Prozessen.
- Zusammenarbeit bei der Arbeitsgruppe.

Ziel: Die Optimierung und Neuentwicklung (auf multimedialer Ebene) der Drucksorten, die ein wichtiges Mittel für das Erbringen kommerzieller Einnahmen darstellen.

Maßnahmen:

- Analyse der bestehenden Drucksorten und deren Potential.
- Recherche zu den Möglichkeiten der digitalen Darstellung der Drucksorten.

Ziel: Die Kompetenzen auf Marketingebene mit der Marketinggesellschaft Meran klar definieren und die Kostendeckung entsprechend steuern.

Maßnahmen:

- Regelmäßige Treffen mit der MGM zwecks Planung und Umsetzung der Marketingmaßnahmen für die Bearbeitung der Märkte Deutschland, Italien und Benelux.
- Unterstützung, gemeinsam mit der Genossenschaft „Meran Tourismus“, der Marketingtätigkeit der MGM für die Bearbeitung der Hauptmärkte durch Print und Onlinekooperationen.

Ziel: Die Stärkung des Images der Kurverwaltung Meran mittels Sensibilisierung der Redaktionen durch PR-Arbeit und Zusammenarbeit mit Partnern, durch der glaubhaftere Ergebnisse erzielt werden, als mit bezahlten Beiträgen.

Maßnahmen:

- Weiterführung der PR-Arbeit durch erfahrene Freiberufler.
- Regelmäßige Pressemitteilungen zur Tätigkeit der Kurverwaltung Meran.
- Einbezug der Partner in die Projekte.

Ziel: Die Ausarbeitung eines Konzeptes für den „Meraner Sommer“, der sowohl die Sommerabende als auch die DienstagAbende beinhaltet.

Maßnahmen:

- Definition der Stärken, Schwächen und eines gemeinsamen Nenners der beiden Veranstaltungsreihen.
- Umsetzung der ersten Schritte.

4.3 Maßnahmen im Bereich Gästebetreuung

Ziel: Die Analyse der angebotenen Initiativen und die Beratung für die Weiterentwicklung des Angebotes in Bezug auf Best Practices.

Maßnahmen:

- Ausstattung der Stadtführerinnen mit Audiogeräten.
- Konzeption eines Infoshops in den Räumlichkeiten in der Nähe der Kurverwaltung.

Ziel: Zusammenarbeit mit der Stadtgemeinde Meran für die Optimierung der Infrastrukturen zum Dienste des Gastes.

Maßnahmen:

- Sensibilisierung des Gastes, die Stadt zu Fuß und mit dem Rad zu erkunden.
- Unterstützung der Gemeinde Meran bei der Gestaltung des Bahnhofareals.
- Zusammenarbeit mit dem Stadtmarketing Meran bei der Entwicklung des Leitsystems für die Aufwertung und Sichtbarkeit der Sehenswürdigkeiten und Attraktionen (Los 2).

4.4 Maßnahmen im Bereich Mitglieder- und Partnerbetreuung

Ziel: Die weitere Professionalisierung der Dienstleistungen und die Optimierung der Reaktionszeiten durch die Weiterbildung des Personals.

Maßnahmen:

- Nutzung des Weiterbildungsangebotes des LTS.
- Suche nach weiteren Weiterbildungsmöglichkeiten durch Austauschfahrten in weiteren Unternehmen.

Ziel: Die Kurverwaltung weiterhin als Impulsgeber für die Partner zwecks Schaffung neuer Projekte profilieren und diese bei der Schärfung der bestehenden Projekte und Initiativen und bei der Definition von Prioritäten unterstützen.

Maßnahmen:

- Regelmäßige Treffen mit den Führungskräften der touristisch bedeutsamen Institutionen Merans zwecks Informationsaustausch und Schaffung von Synergien.

Merano

- Umsetzung des Projektes Meraner Markt.
- Organisation der 3. Ausgabe der Modenschau „Merano Fashion“.
- Organisation des Videomappings Meran 007

Ziel: Die Onlinebuchbarkeit der Betriebe in Meran durch Sensibilisierungsarbeit und Weiterbildungsgelegenheiten fördern. Da die Weiterbildungsgelegenheiten mäßigen Besuch verzeichneten, wird der Fokus allein auf die Sensibilisierungsarbeit gesetzt.

Maßnahmen:

- Kontinuierliche Informationsvermittlung über die Neuigkeiten des Dienstes an alle Mitglieder.
- Hilfestellung über das Informationsbüro für die korrekte Pflege des Systems.

Ziel: Einbindung der Mitglieder und Partner in thematischen Arbeitsgruppen für die Produktentwicklung und für die Marketingkampagnen.

Maßnahmen:

- Fortsetzung des Thementisches mit den Partnern zum Meraner Frühling.
- Fortsetzung der Task Force mit den Partnern und den beteiligten Betrieben zum Projekt Merano Inverno Slow.

Maßnahmen im Bereich Personalwesen

Ziel: Die Sensibilisierungsarbeit bei der Provinz Bozen für die Neuentwicklung des veralteten Stellungsplans in der Anzahl und in der Qualität der Stellen.

Maßnahmen:

- Verhandlungen zwischen den Präsidenten, der Verwaltungsräte der Kurverwaltung und der Provinz Bozen für die Entwicklung eines neuen Stellenplans.

Ziel: Die Erfahrung und die transversale Struktur des Personals fördern und die Vielfalt der Projekte als Vorteil nutzen.

Maßnahmen:

- Schaffung von internen Arbeitsgruppen zwecks gemeinsamer Weiterentwicklung der bestehenden und der neuen Veranstaltungen und Produkten (Frühling, Sommer, Traubenfest, Meraner Weihnacht).

Ziel: Die Konsolidierung des Teams der Kurverwaltung.

Maßnahmen:

- Ausschreibung der noch zu besetzenden Arbeitsstellen des Stellenplans.

Maßnahmen im Bereich Finanzwesen

Ziel: Das Verfolgen der Arbeit der Provinz Bozen zwecks Koppelung der öffentlichen Beiträge mit den kommerziellen Einnahmen.

Maßnahmen:

- Kontinuierlicher Informationsaustausch mit den zuständigen Funktionären.

Ziel: Die Konventionen für öffentliche Einrichtungen verstärkt nutzen und Fixkosten (keine Personalkosten) rationalisieren.

Maßnahmen:

- Recherche zu den Konventionen auf ausschreibungen-suedtirol.it, die genutzt zum Vorteil der Fixkosteneinsparung werden können.