



**Interreg**  
**Austria-Hungary**  
European Union – European Regional Development Fund  
**Shop of Region**



*Erarbeitung eines bilateralen Konzeptes zur  
gemeinsamen grenzüberschreitenden  
Vermarktung regionaler Produkte /  
Regionális termékek közös határon átnyúló  
értékesítésére bilaterális koncepció kidolgozása*

**ATHU154 – Shop of Region**

## **Shop of Region Kommunikationskonzept**

Ziel des Kommunikations- und Promotionsplans ist die Definition der Zielgruppen des Projektes, die während der Verwirklichung durchzuführenden Kommunikations-, Verbreitungs- und Marketingaktivitäten, der zu verwendenden Kommunikationskanäle und anderer Marketinginstrumente, des Timings und der Verantwortlichen der Aktivitäten, um eine effektive Wissen-, Bewusstseins- und Kompetenzbildung zu erreichen.

*Erarbeitung eines bilateralen Konzeptes zur  
gemeinsamen grenzüberschreitenden  
Vermarktung regionaler Produkte /  
Regionális termékek közös határon átnyúló  
értékesítésére bilaterális koncepció kidolgozása*

**ATHU154 – Shop of Region**

---

## Kontext des Shop of Region Projekts

Kleine und mittlere Unternehmen aus Landwirtschaft, Gewerbe und Tourismus bilden das wirtschaftliche Rückgrat der ländlichen Regionen. Es wird für diese Betriebe allerdings immer schwieriger, sich neben den großen, internationalen Konzernen und Handelsketten zu behaupten. Um langfristig überleben zu können, müssen sie neue Märkte außerhalb der eigenen Umgebung erschließen.

Die größten Marktchancen bieten die städtischen Ballungsräume. Viele Betriebe haben in letzter Zeit versucht, diese Märkte online zu erschließen. Um erfolgreich zu sein, braucht es aber auch eine physische Präsenz vor Ort. Dies ist für kleine Betriebe kaum leistbar. Erfahrungen der Partner haben jedoch gezeigt, dass vieles möglich wird, wenn man sich zusammentut und ein überzeugendes Konzept entwickelt.

Ziel ist es, gemeinsam einen attraktiven Shop zu eröffnen, in dem kulinarische Köstlichkeiten, edle Handwerksprodukte und einzigartige Urlaubsangebote aus den Regionen vertrieben werden. Kunden können regionale Spezialitäten verkosten, lokale Produkte ausprobieren und authentische Urlaubserlebnisse entdecken. Die Voraussetzungen dafür werden durch dieses Projekt in Kooperation mit allen maßgeblichen Akteuren aus Wirtschaft, Landwirtschaft und Regionalentwicklung geschaffen. Erster Schritt ist der Aufbau einer breiten Partnerschaft mit Betrieben. Mit Unterstützung von renommierten Experten wird eine professionelle Marktforschung durchgeführt und die Detailkonzeption für einen erfolgreichen Shops entwickelt. Als Standort für einen gemeinsamen Shop werden dabei in Österreich Wien und Graz und in Ungarn Budapest und Győr ins Auge gefasst. Regionale Organisationen und Unternehmen werden eine gemeinsame Trägerstruktur erarbeiten einen Standort auswählen und das Vorhaben gemeinsam planen und umsetzen. Darauf aufbauend sollen dann weitere Shops verwirklicht werden.

## 1. Zielgruppen des Projektes

Klein- und Mittelunternehmen im Bereich Landwirtschaft, Lebensmittelindustrie, Produktion, Handeln, Dienstleistungen und Tourismus.

Interessenvertretungsorganisationen, NGOs, Tourismus- und Regionalentwicklungsorganisationen.

Unternehmensnetzwerkungsorganisationen und -verbände in den Bereichen Landwirtschaft, Wirtschaft, Tourismus und regionale Entwicklung.

Natürliche Personen.



**Interreg**  
**Austria-Hungary**  
European Union – European Regional Development Fund  
**Shop of Region**



*Erarbeitung eines bilateralen Konzeptes zur gemeinsamen grenzüberschreitenden Vermarktung regionaler Produkte /  
Regionális termékek közös határon átnyúló értékesítésére bilaterális koncepció kidolgozása*

**ATHU154 – Shop of Region**

---

Einwohner des Projektgebietes.

Institutionen und Organisationen der Regionalverwaltung

## **2. Ziel der Kommunikations- und Marketingaktivität**

### **Bewusstseinsbildung**

Die erste Aufgabe des AP Kommunikation ist die Unterstützung der Formung der Kooperationen. Durch Presse, Veranstaltungen, elektronische Medien und durch persönliche-institutionelle Kontakte können die meisten Unternehmen und Teilnehmer angesprochen und zum Partnerschaft motiviert werden.

### **Wissenserweiterung: Kompetenzentwicklung**

PR-Aktivitäten, Informationsveranstaltungen, Expertenpräsentationen, elektronische Informationen und Studienreise vermitteln den am Projekt beteiligten Unternehmen und Organisationen neues Wissen und unterstützen die Erweiterung des Wissens und damit die Entwicklung ihrer relevanten Kompetenzen.

### **Wissenserweiterung: Ausarbeitung der Verwirklichungsmöglichkeiten von Shop of Region**

Das Implementierungsmodell des Wiener Zielmarktes und das allgemeine Modell werden allen interessierten Organisationen und Unternehmen elektronisch mit Hilfe von PR-Aktivitäten, Veranstaltungen und Online-Inhalte zur Verfügung gestellt, um das Wissen zu erweitern.

Ziel der effektiven Anwendung der Marketinginstrumente ist, die Verwirklichung und den Fortgang des Projektes zu fördern und zu unterstützen. Als Informationsquelle soll das Projekt und dessen Ziele den Mitgliedern der Zielgruppe bekannt machen.

Grundlegendes Ziel ist es auch, die Mitglieder der Zielgruppen mit Hilfe der Kommunikationskanäle, die während der Projektdurchführung und während des Aufrechterhaltungszeitraums genutzt werden, über aktuelle Aktivitäten, Ereignisse und erzielte Ergebnisse informieren zu können.

## **3. Kommunikations- und Marketinginstrumente, -kanäle**

Die Anfangsaktivitäten sichern eine einheitliche externe Kommunikation der Projektziele und -inhalte in Bezug auf Inhalt und Grafik. Gleichzeitig muss es sichergestellt werden, dass alle Partner ordnungsgemäß über die, im Rahmen des europäischen Programms geleistete Unterstützung informiert sind und dass alle Öffentlichkeitsanforderungen des Programms eingehalten werden.

### *3.1. Projektprofil*

Unter Verwendung des offiziellen Projektlogos wird ein einheitliches, leicht identifizierbares Projektprofil mit einem passenden Slogan entwickelt. Darauf basierend werden Dokumenten-, Presentation- und Einladungsvorlage ausgearbeitet. Die Teile des

*Erarbeitung eines bilateralen Konzeptes zur gemeinsamen grenzüberschreitenden Vermarktung regionaler Produkte / Regionális termékek közös határon átnyúló értékesítésére bilaterális koncepció kidolgozása*

**ATHU154 – Shop of Region**

---

einheitlichen Profils werden während der Anfertigung der Online-Erscheinungen, der Infobroschüren und anderer Marketinginstrumenten verwendet.

### *3.2., Öffentliche Veranstaltungen*

Während des Projektes werden viele fachliche Veranstaltungen sowohl auf der ungarischen, als auch auf der österreichischen Seite stattfinden. An den Workshops, fachlichen Besprechungen, Studienreisen gibt es neben der beruflichen Arbeit die Möglichkeit auch auf die Vorstellung gewährter Praktiken, auf Erfahrungsaustausch und auf Networking.

### *3.3., Medienscheinung*

Durch die Nutzung der Medienkontakten der Partner können die Mitglieder der Zielgruppe die Ziele des Projekts umfassend kennenlernen und über die erzielten Ergebnisse informiert werden.

An den Meilensteinen des Projekts werden Pressemitteilungen für die Vertreter der Medien erstellt.

### *3.4., Elektronischer Newsletter*

Während des Projektes werden 4 ungarisch-deutscher elektronischer Newsletter erstellt.

### *3.5., Social Media- Facebookseiten der Partner*

Die Facebook-Seiten der Partner werden sowohl zur Unterstützung der allgemeinen Aktivitäten des Projekts als auch zur Ankündigung der Ereignisse und zur Verbreitung der Ergebnisse verwendet.

### *3.6., Roll-Up, Werbebanner*

Zur Vereinfachung der visuellen Identifizierung werden 2-2 Roll-Up und Werbebanner erstellt.

### *3.7., Projekt Microsite*

Erstellung und Inbetriebhaltung von deutsch-englisch-ungarischer Microsite auf der Webseite des INTERREG Programmes (<http://www.interreg-athu.eu/shopofregion>).

Die Online-Plattform spielt eine wichtige Rolle bei der Informierung und Unterstützung der Projektumsetzung.

### *3.8., Deutsch-ungarischer Flyer zur allgemeinen Präsentation des Projektes*

Ziel des zweisprachigen Flyers ist die allgemeine Informierung. Er ist an Veranstaltungen, an Kundendiensten, in Kundenräumen auslagerbar. Der Flyer wird in elektronischer Form im druckfertigen und druckbaren PDF-Format erstellt, sodass jeder Partner die Vervielfachung in der erforderlichen Anzahl lösen kann.

## **4. Kommunikations- und Marketingaktivitäten, Verantwortlichen**

*Erarbeitung eines bilateralen Konzeptes zur gemeinsamen grenzüberschreitenden Vermarktung regionaler Produkte / Regionális termékek közös határon átnyúló értékesítésére bilaterális koncepció kidolgozása*

**ATHU154 – Shop of Region**

---

Alle Partner beteiligen sich aktiv, indem sie ihr eigenes Kontaktnetzwerk, Networking-Netzwerk, Adressenliste verwenden - das Ziel ist, die Aufmerksamkeit zu wecken, Aktivitäten, Ergebnisse bekannt zu geben.

#### *4.1. Projektprofil*

Ausarbeitung des Projektprofils, Vorlagen der Dokumente, Präsentationen und Einladungen erstellen. Verantwortlicher: KVA.

#### *4.2., Öffentliche Veranstaltungen*

Die Veranstaltungen werden in erster Linie auf Online-Plattformen angekündigt, beziehungsweise wir suchen potenzielle Teilnehmer mit Hilfe direkter Einladung. (Abhängig von der COVID-Situation können Änderungen bezüglich Termin und Abwicklung – persönlich, online – vorkommen)

04. 2021 – Multiplikator Info, Verantwortlicher REO

05. 2021 – I. Partnerforum HU, Verantwortlicher KVA

10. 2021 – 'Best Practice' Studienreise, Verantwortlicher KVA

11. 2021 – II. Partnerforum AT, Verantwortliche REO

01.-06. 2022. 01. – 2 (AT) – 2 (HU) Info Cafe, Verantwortlicher REO und KVA

09. 2022. – Partner Shopping Expo, Verantwortlicher KVA

#### *4.3., Medienerscheinung*

Durch die Nutzung der Medienkontakten der Partner können die Mitglieder der Zielgruppe umfassend die Ziele des Projekts kennenlernen und über die erzielten Ergebnisse informiert werden. An den Meilensteinen des Projekts werden Pressemitteilungen für Medienvertreter erstellt. Vertrieb mit der Nutzung der Medienkontakte der Partner. Verantwortlicher REO und KVA.

#### *4.4., Elektronischer Newsletter*

Während des Projektes werden 4 ungarisch-deutscher elektronischer Newsletter erstellt. Für die Zusammenstellung der Newsletters ist KVA verantwortlich. Die inhaltlich-formalen finalisierten Newsletters werden in PDF Format erreichbar. Die Newsletter werden auch auf die Microsite des Projektes hochgeladen. Die Projektpartner senden die aktuellen Newsletter über ihren Kontaktnetzwerk und ihre Adressenliste aus.

Timing der Newsletters:

01.-06. 2021

07.-12. 2021

01.-06. 2022

07.-12. 2022

#### *4.5., Social Media – Facebookseiten der Partner*

Die Facebook-Seiten der Partner werden sowohl zur Unterstützung der allgemeinen Aktivitäten des Projekts als auch zur Ankündigung der Ereignisse und zur Verbreitung der Ergebnisse verwendet. Die Projektpartner vereinbaren den Inhalt der Posten. Verantwortlicher REO und KVA.



**Interreg**  
**Austria-Hungary**  
European Union – European Regional Development Fund  
**Shop of Region**



*Erarbeitung eines bilateralen Konzeptes zur gemeinsamen grenzüberschreitenden Vermarktung regionaler Produkte /  
Regionális termékek közös határon átnyúló értékesítésére bilaterális koncepció kidolgozása*

**ATHU154 – Shop of Region**

#### *4.6., Roll-Up, Werbebanner*

Zur Vereinfachung der visuellen Identifizierung werden 2-2 Roll-Up und Werbebanner erstellt. Verantwortlicher KVA.

Die Roll-Ups und Werbebanner werden an fachlichen und öffentlichen Verantsaltungen genutzt. Die Verwendung von Roll-Ups liegt in der Verantwortung des verantwortlichen Partners der jeweiligen Aktivität. Verantwortliche REO und KVA.

#### *4.7., Projekt Microsite*

Erstellung und Inbetriebhaltung von deutsch-englisch-ungarischer Microsite auf der Webseite des INTERREG Programmes (<http://www.interreg-athu.eu/shopofregion>).

Für die Erstellung des Aufbaus der Microsite und für die Hochladung der aktuellen Inhalten ist REO verantwortlich.

#### *4.8., Deutsch-ungarischer Flyer zur allgemeinen Präsentation des Projektes*

Die Zusammenstellung des Flyers ist die Aufgabe von KVA. KVA wird den Partnern die von den Projektpartnern inhaltlich und formell fertiggestellte Flyer im druckfertigen und druckbaren PDF-Format zur Verfügung stellen. Die Vervielfachung auf die benötigte Stückzahl ist die Aufgabe der einzelnen Projektpartner.

Die Broschüren werden neben den Veranstaltungen auch an den Kundendienstorten, in den Besprechungsräumen und in den Broschürenhaltern (die relevant sind) der Projektpartner ausgelegt. Jeder Projektpartner muss sich selbst um die Auslegung und Verwendung kümmern.