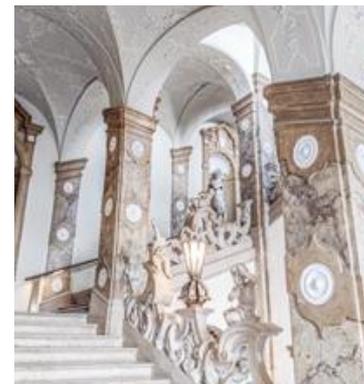


Vision Salzburg 2040: Strategie für ganzheitlichen Qualitätstourismus

Pressekonferenz

Dipl. Ing. Peter C. Kowalsky
Geschäftsführer PROJECT M
29. April 2025



Gemeinschaftlich erarbeitete Vision Salzburg 2040: Strategie für Qualitätstourismus, basierend auf einem umfassenden Beteiligungsprozesses.



Analyse

Ausgangssituation in
Relation zum Wettbewerb

- ✓ **Auftakt**
- ✓ Analyse (Nachfrage, Markt, Trend)
- ✓ Einzugsgebietsanalyse
- ✓ **Vor-Ort-Bestandsaufnahmen**
- ✓ **Start Projekt-Website**
- ✓ Bewertung von Angebot und Qualität im Vergleich mit anderen Städten
- ✓ **Fokusgruppen-Gespräche vor Ort**
- ✓ **Leistungsträger-Befragung**
- ✓ **Busreiseveranstalter-Befragung**
- ✓ **Nutzer:innen-Befragung** (Gäste und Einwohnende)
- ✓ Bewertung der Marktbearbeitung
- ✓ Bewertung Organisationsstrukturen
- ✓ **Lenkungsgruppe #1**
- ✓ SWOT-Analyse



Konzeption

Ausarbeitung der
Positionierungsstrategie

- ✓ Vision & Mission-Statement
- ✓ Leitziele (mit Messindikatoren) für den Tourismus
- ✓ **Lenkungsgruppe #2**
- ✓ Strategie als Fundament
 - ✓ „Markendach“
 - ✓ Zielgruppen
 - ✓ Erlebnisprofile & Leitprodukte
 - ✓ Zielmärkte fürs Marketing
- ✓ **Fokusgruppe #2 vor Ort**
- ✓ **Schulterblick Bürger-Institutionen #1**
- ✓ **Schulterblick Politik #1 vor Ort**
- ✓ Handlungsfelder
- ✓ **Lenkungsgruppe #3**



Umsetzungsplan

Handlungsfelder
Maßnahmen
Umsetzungsstrategie

- ✓ **ZukunftsWerkstatt**
- ✓ Clusterung und Priorisierung von Kernaufgaben
- ✓ Aufstellung Umsetzungsstrategie
- ✓ Ausarbeitung Binnenkommunikation und Außenmarketing
- ✓ **Teamworkshop TSG**
- ✓ **Lenkungsgruppe #4**
- ✓ **Bürgerforum vor Ort**
- ✓ **Schulterblick Bürger-Institutionen #2**
- ✓ Erstellung Management Summary
- ✓ **Ergebnispräsentation AR (25.03.25)**
- ✓ **Schulterblick Politik #2 vor Ort (10.04.25)**
- ✓ Erstellung finaler Ergebnisbericht
- **Öffentliche Präsentation der Ergebnisse im Gemeinderat der Stadt Salzburg (14.05.25)**
→ Start in den Umsetzungsprozess



**VISION
2040**

Salzburg
fasziniert, verzaubert, verändert

*mit einem nachhaltig verankerten Stadt-Kultur-
Erlebnis die Kultur, die Menschen, die Stadt.*

Top 10
angesagtes
Kultur-
stadt

Erlebnisse
und Begeg-
nungen, die
verändern

Bevölke-
rung und
Gäste als
Profiteure

Verwurzelt
und
weltoffen


SALZBURG
Die Bühne der Welt®

Visitor Economy Ansatz für die Vision Salzburg 2040

Wirtschafts-
raum

Lebensraum

Erlebnisraum

Ökoraum-
perspektive

Tourismus als Impulsgeber für

Starke
Standortmarke,
lokale /
regionale
Wertschöpfung
(s)/-ketten)

Mehr
Aufenthalts-,
Freizeit- und
Lebensqualität
in der Fläche der
Stadt

Jüngere
Profilierung und
Begeisterung
durch mehr
Progressivität
und
nachhaltiges
Erleben

Mehr
Nachhaltigkeit
durch einen
smarten und
lokal / regional
verankerten
Tourismus

Mission- Statement

Visitor Economy als Motor für die ganze Stadt und Region

*für die bewusste Qualitätsentwicklung der
Erlebnis-, Lebens- und Wirtschaftsräume
der gesamten Stadt und Region.*

Kooperation

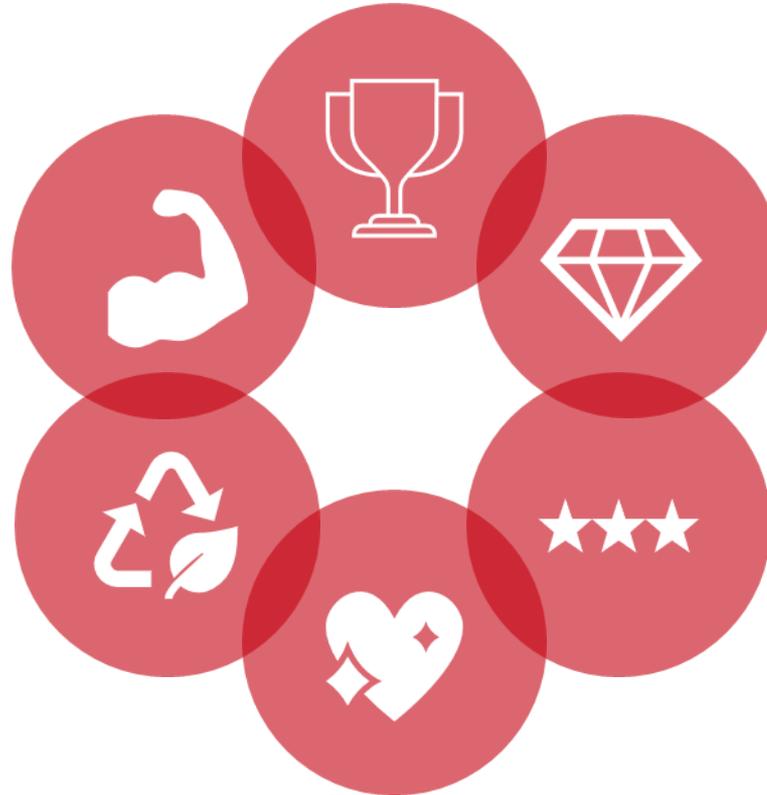
Freizeit-
verhalten
über die Stadt
verteilen

Ökologisch,
ökonomisch
und sozial
nachhaltig
agieren

Leitziele für den Salzburg Tourismus auf Basis der Visitor Economy Strategie

Stärken von **Marke und Profil**
(inter-/national, regional & lokal)

Intensivieren von
Management & Zusammenarbeit



Steigern der
Wertschöpfung
(direkt & indirekt)

Erhalt von
**Stadtraum-/-
Naturqualität**

Ausbau der
Erlebnisqualität

Erhöhung der
Lebensqualität

Erlebnisversprechen und Merkmale für den zukünftigen Salzburg-Tourismus



ausgezeichnet qualitativ sprachvoll
hochwertig beeindruckend
premium **exzellent** prägnant
einzigartig imposant ausgewählt
erstklassig unvergleichbar

exzellent

charmant romantisch klassisch
geschmackvoll harmonisch traumhaft
elegant **sinnlich** pittoresk
wunderschön ästhetisch attraktiv
barock stilvoll ansprechend herzlich
kuriosvoll faszinierend freundlich

sinnlich

faszinierend facettenreich innovativ
impressionierend anregend verständlich
zukunftsorientiert modern visionär kreativ
zeitgemäß **progressiv** fortschrittlich
begeisternd erlebnisreich mutig
inspirierend kulturell musikalisch
kulturreich virtuos smart

progressiv

historisch geschichtsrichtig ruhig
traditionsbewusst verantwortungsvoll
verbindend **bewusst** ökologisch
zusammen bewussten umweltfreundlich
gemeinsam vertraglich naturverbunden
identitätsbewusst regional nachhaltig

bewusst



... diese Werte sollen in der Zukunft an jedem Kontaktpunkt (digital + analog) und in jedem Erlebnis für Gäste & Einheimische sichtbar, fühlbar und erlebbar sein.



Positionierungsstrategie: Leitmotive der Zielgruppen



Kultur von Weltrang zwischen Klassik und Contemporary in barock-urbanem Flair mit bewusst weltoffener Traditions- und Alpenkultur

Werte

Erlebnis-
versprechen

Erlebniswelten
(Profile)

Erlebniswelten
Profile

Darstellende Kunst: Erlebnisse von Weltrang und Marken mit internationalem Renommee einzigartig erleben und genießen.

Leitmotiv
Faszination Oper, Schauspiel, Tanz, Konzerte und Musikgeschichte von Weltrang einzigartig erleben

- Advent & Stille Nacht
- Mozart
- Salzburger Festspiele (Sound of Music) Fommärkte
- Zeitgenössische Darstellende Kunst

Leitprodukte nach Leitzielgruppen

Erlebniskopplungen außerhalb der Innenstadt: Stadtfair (Kulinarik, Stadtplätze, Stadtdörfer, Stadtwandern, Stadt am Fluss), Walk of Modern Art, Galerien und Urban Art

Leitprodukte nach Leitzielgruppen

Erlebniskopplung außerhalb der Innenstadt: Stadtfair (Kulinarik, Stadtplätze, Stadtdörfer, Stadtwandern, Stadt am Fluss)

Salzburg
Die Bühne der Welt
Vision Salzburg 2040 | Visitor Economy Strategie Qualitätstourismus | © PROJECT M 2025

Bildende Kunst: Altstadt als architektonisches Gesamtkunstwerk mit UNESCO Auszeichnung und reichhaltiger Geschichte.

Leitmotiv
Stadteschichte und (Stadt)bau-Kunst zwischen Barockensemble & zeitgenössischen Formaten immersiv entdecken

- Barockensemble
- Domquartier & Dom
- Festung Hohensalzburg
- Galerien
- Museum der Moderne
- Salzburg Museum
- Schloss Mirabell & Mirabellgärten
- Schloss & Park Hellbrunn
- Walk of Modern Art

Leitprodukte nach Leitzielgruppen

Leitprodukte nach Leitzielgruppen

Erlebniskopplung außerhalb der Innenstadt: Stadtfair (Kulinarik, Stadtplätze, Stadtdörfer, Stadtwandern, Stadt am Fluss)

Salzburg
Die Bühne der Welt
Vision Salzburg 2040 | Visitor Economy Strategie Qualitätstourismus | © PROJECT M 2025

Lebensgenuss: Eintauchen in das sozio-kulturelle Leben mit Ästhetik fürs Auge, Klangkunst fürs Ohr, Kulinarik für den Gaumen und Lebensgefühl fürs Herz.

Leitmotiv
Stadtfair und Regionalität an urbanen Plätzen, im Stadtgrün und -Umland bewusst genießen

- Advent & Stille Nacht
- Bierkultur & Kulinarik
- Radausflüge ins Umland
- Stadt(teil)este
- Stadt am Fluss
- Stadtdörfer
- Stadtplätze
- Stadtquartiere
- Stadtwandern
- Stadtdörfer
- Traditionsbetriebe

Leitprodukte nach Leitzielgruppen

Erlebniskopplungen außerhalb der Innenstadt: Walk of Modern Art, Grätz-Walks, Galerien und Urban Art

Leitprodukte nach Leitzielgruppen

Erlebniskopplungen außerhalb der Innenstadt: Walk of Modern Art, Grätz-Walks, Galerien und Urban Art

Salzburg
Die Bühne der Welt
Vision Salzburg 2040 | Visitor Economy Strategie Qualitätstourismus | © PROJECT M 2025

Kongressstadt Salzburg Top-Adresse für Wirtschaft und Wissenschaft mit hoher Wertschöpfung und Legacy-Potenzialen für die ganze Stadt.

Leitmotiv
Exzellenz und Pioniergeist in prachtvollm Flair

Zielgruppendifferenzierung

MEETING PLANNER - Agenturen & Kongressentscheider

- Gut erreichbar & perfekt eingebunden
- Hochwertig & extravagant Tagen
- Smart, Green, Innovativ
- Rahmen mit Prestige & Flair

MEETING OWNER - Verbände, wiss. Institutionen, Unternehmen etc.

- Image & Repräsentation
- Fokus auf Zukunftskommunikation: Materialwissenschaft, Smart Technologies, Gesundheit/Medizin, ICT, Kultur/Kreativ, Sustainable Businesses
- Nachhaltig, smart, innovativ Tagen

Leitprodukte nach Leitzielgruppen

Leitprodukte nach Leitzielgruppen

Erlebniskopplungen außerhalb der Innenstadt: Walk of Modern Art, Grätz-Walks, Galerien und Urban Art

Salzburg
Die Bühne der Welt
Vision Salzburg 2040 | Visitor Economy Strategie Qualitätstourismus | © PROJECT M 2025



Salzburg
Die Bühne der Welt

Vision Salzburg 2040 | Visitor Economy Strategie Qualitätstourismus | © PROJECT M 2025



Salzburg
Die Bühne der Welt

Über 250 Vorschläge wurden eingereicht und zu 150 Maßnahmen verdichtet. Daraus werden Quick Wins & 22 Schlüsselprojekte priorisiert.

Einbindung und Beteiligung
Befragungen, Expert:innengruppen,
Ninja Group, ZukunftsWerkstatt,
Ideenfinder

Verdichtung im
dialogorientierten Prozess
mit der TSG / Ninja Group

Clustering

Ca. 150 Maßnahmen

Ca. 55 zentrale
Maßnahmen,
davon 30 mit
Prio 1

14
Quick Wins

25
Schlüssel-
projekte

22
Schlüssel-
projekte zum
Start

22 Schlüsselprojekte im Fokus für den Umsetzungsstart

22 Schlüsselprojekte für die Tourismusedwicklung Salzburgs

Ps 9	Digitalisierung Meldewesen: Implementierung eines digitalen Meldesystems im Tourismus
Ps 10	Aufbau MaFo/KPI-System: Festlegung touristischer Kennzahlen und Datenaggregation /-Interpretation gemäß Leitziele der Vision / Unterziele der Visitor Economy Strategie, inkl. Report
Ps 11	Kooperationskonzept (Aufgabenteilung): Abstimmung der Aufgabenzuordnung / -abgrenzung & Kooperationen (TSG, Altstadtverband, Staddörfer, SLT, Stadtverwaltung)
Ps 12	Verzahnung Kulturstrategie 2024 mit Vision 2040: Integrierte Umsetzung zur wechselseitigen Stärkung der Salzburger Kultur- und Kreativbranche und der Tourismuswirtschaft
Ps 13	Arbeits- und Fachkräfteinitiative Tourismus: Entwicklung gemeinsamer Maßnahmen mit dem Gastgewerbe zur proaktiven Begegnung des Arbeitskräftemangels
Ps 14	Strukturoptimierung Convention Bureau (SCB): Konzept zur Organisationsoptimierung zur Effektivitätssteigerung und Aufgabenwahrnehmung für die gesamte Destination
Pp 2	Tourismus (Im)Puls: jährliches Branchenupdate für Leistungspartner der Visitor Economy Strategie mit Informationen zu branchenrelevanten Trends / Themen / Entwicklungen
Pp 3	Aufgabenadäquater Ressourcenausbau (Personal / Finanzen): Ressourcenanpassung TSG, nach Strukturoptimierung und Aufgabenerweiterung gemäß Vision 2040
Pi 1	Tourismusmarke Salzburg: Ausarbeitung der Tourismusmarke als vollumfassendes Brandbook mit Leitlinien und Anwendungsbeispielen Marketing, Produkt- & Servicedesign
Pd 1	Konzept Digitale Stadtviertelrundgänge (Quartierserlebnis): Ausbau digitaler, interaktiver Rundgänge zu progressiven Themen, z.B. Personen, Diversity, Szenekultur etc. (Smart Guide)
Pd 2	Veranstaltungsarchitektur: a) Ausarbeitung einer Leuchtturmstrategie zur Abstimmung / Einordnung von (Groß-) Veranstaltungen ins Marketing b) Ausbau von Events / -reihen unter Einbeziehung aller Events / Stadtteile
Pd 3	Neue Gemeinschaftsorte (Kulturelle Begegnung) (Quartierserlebnis): Etablierung kultureller Anker-Orte in Lehen, Elisabethvorstadt, Nonntal (vgl. Kulturstrategie 2024)



22 Schlüsselprojekte im Fokus für den Umsetzungsstart

22 Schlüsselprojekte für die Tourismusedwicklung Salzburgs	
Pd 4	Konzept Licht-Kunst-Festival (Quartiererlebnis): Konzeption / Auslobung eines Licht-Kunst-Festivals mit Schauplätzen Altstadt & Außenlagen in den Stadtteilen (Winterhalbjahr)
Pd 5	Sound-of-Music Museum Hellbrunn (Highlight-Boost): Errichtung des Sound-of-Music-Museums auf dem Gelände Schloss / Park Hellbrunn (bereits in der Umsetzung)
Pd 6	Belvedere Museum Salzburg (Highlight-Boost): Eröffnung neues Museums-Highlight als Kooperation des Salzburg Museums und des Belvedere Wien (bereits in der Umsetzung)
Pd 7	Welterbezentrum Mirabell (Highlight-Boost): Ausbau der Orangerie zum Welterbe-Zentrum und Panorama-Museum (bereits in der Umsetzung)
Pd 8	Konzept Salzburg Local Card: Erweiterung z.B. der Aktivcard als Kulturpass mit Gutscheinen o.Ä. als Kulturbonus für die Bevölkerung a) Konzeptausarbeitung und b) Umsetzung
Pe 4	Umsetzung Salzburger Gesamtverkehrsstrategie: Fokus auf die ÖPNV-Verbesserung, Optimierung der Anbindung an den Flughafen (Busstation) und zentralen Sehenswürdigkeiten, Stärkung von P & R sowie Ausbau von Sharing Angeboten zur Reduktion des MIV
Pe 5	Wegeleitungskonzept: Messsensorik an neuralgischen Plätzen, Gesamt-Monitoring und Nutzung der Daten für Realtime Kommunikation.
Pe 6	Beherbergungs-Masterplan: Ausarbeitung eines Kompakt-Gutachtens mit Hinweisen zu langfristigen Entwicklungspotenzialen für markenprägende Qualität im Beherbergungsmarkt
Pm 2	Corporate Design Update (Markenrelaunch): Relaunch des aktuellen Designs der Wort-Bild-Marke inkl. Design Manual zur einheitlichen Stilistik in der Markenkommunikation
Pc 2	Prüfauftrag Aufbau Visit Salzburg-App: Prüfung der Entwicklung einer Progressive Web App, die Inspiration, Information, Buchung und Erlebnisse bündelt und durch Features die Kundenbindung stärkt. (Verknüpfung Salzburg Card)

Mit dem Abschluss des Vision Prozesses kann (vorbehaltlich der politischen Zustimmung) der direkte Start in die Umsetzung erfolgen.

- ➔ **Klare, jüngere Positionierung der Kulturstadt und Profilierung über mehr Qualität für die ganze Stadt**
- ➔ **7 ganzheitliche Handlungsfelder**
→ machen die Positionierungs- und Entwicklungsziele systematisch umsetzbar
- ➔ **14 Quick Wins und 22 konkrete Schlüsselprojekte in gemeinsamer Verantwortung**
→ definieren Zuständigkeiten und strukturieren den Umsetzungsstart
- ➔ **Fortsetzung der Lenkungsgruppe als Umsetzungsgremium steht bereit**
- ➔ **Weiterentwicklung des Tourismus als Visitor Economy**
als Motor für die bewusste Qualitätsentwicklung der Erlebnis-, Lebens- und Wirtschaftsräume der gesamten Stadt und Region.

Kontakt für Rückfragen



www.projectm.de



www.kompetenzzentrum-tourismus.de



www.eti-institut.de



www.destinationquality.de



www.gesundheit-tourismus-blog.com



www.talktourism.eu



www.linkedin.com/company/project-m-gmbh



PROJECT M auf YouTube



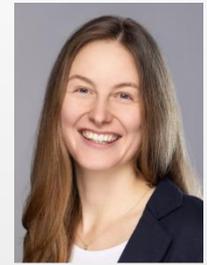
Peter C. Kowalsky

peter.kowalsky@projectm.de



Maik Zießnitz

maik.zießnitz@projectm.de



Leonie Klante

leonie.klante@projectm.de

PROJECT

PROJECT M GmbH
August-Everding-Straße 25
81671 München



PROJECT^M

GRÜNDUNGSJAHR: 1998

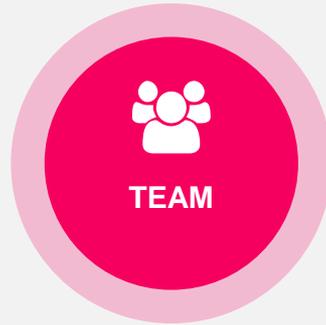
GESCHÄFTSFÜHRUNG: Dipl.-Ing. Peter C. Kowalsky, Dipl.-Kaufm. Cornelius Obier

Mitglieder der Geschäftsleitung: Detlef Jarosch, Tobias Klöpf, Dr. Katja Zielke



CONSULTING

für die Tourismus- und Freizeitwirtschaft: Strategie- und Markenmanagement, Organisationsentwicklung, Infrastrukturentwicklung, Marktforschung und Analyse, Gesundheitstourismus



INTERDISZIPLINÄR

mit über 25 festen und 12 freien Mitarbeitenden in einem praxisorientiertem Team (Betriebswirt:innen, Tourismusfachleute, Marktforscher:innen, Stadt- und Regionalplaner:innen, Architekt:innen...)



STARKE BASIS

Wissenschaftliche Verankerung über die Wissenschaftliche Leitung: Prof. Dr. Heinz-Dieter Quack, Ostfalia Hochschule Braunschweig-Salzgitter



STANDORTE

Hamburg
München

