



City Brand Szentgotthárd

Projekt Hauptziel/ A projekt fő célja

Szentgotthárd liegt direkt an der österreichisch-ungarischen Grenze und ist somit vom österreichischen Einfluss geprägt. Da viele ungarische Einwohner in Österreich arbeiten und jeden fast täglich pendeln, ist die Nachfrage von Arbeitskräften in Szentgotthárd sehr hoch. Da die ungarischen Arbeiter in Österreich einen höheren Gehalt bekommen, wurden der Lebensstandard und die Preise in Szentgotthárd dem Einkommen angepasst. Vom westlichen Flair geprägt, hat sich Szentgotthárd in den letzten Jahren als ungarische Veranstaltungstadt entwickelt. Somit ist die stetige Entwicklung der Stadt garantiert.

Szentgotthárd közvetlenül az osztrák-magyar határon fekszik, így osztrák hatás jellemzi. Mivel sok magyar lakos Ausztriában dolgozik, és mindegyikük szinte naponta ingázik, Szentgotthárdon igen nagy a munkaerő-kereslet. Mivel az Ausztriában dolgozó magyar munkavállalók magasabb fizetést kapnak, Szentgotthárdon az életszínvonal és az árak a jövedelemhez igazodtak. Szentgotthárd a nyugati hangulat hatására az elmúlt években magyar rendezvényvárosként fejlődött. Így a város folyamatos fejlődése garantált.

Ergebnisse/Eredmények

Die Auftragnehmer haben anhand einer Marktforschung die wichtigsten Faktoren und Ergebnisse gefiltert und anhand dieser ein Logo- und Imagedesign erstellt, sowie die Image-Elemente ausgearbeitet und Veranstaltungen zum Projekt organisiert.

Wichtige Faktoren bei der Imagebildung:

1. Szentgotthárd als Veranstaltungsstadt
2. Szentgotthárd als ausgewogener Lebensmittelpunkt für Jung und Alt

A vállalkozók egy piackutatás alapján kiszűrték a legfontosabb tényezőket és eredményeket, és ezek alapján megalkották a logó- és arculattervet, kidolgozták az arculati elemeket és megszervezték a projekthez kapcsolódó rendezvényeket.

A képközpont fontos tényezői:

1. Szentgotthárd mint rendezvényváros.
2. Szentgotthárd, mint kiegyensúlyozott életközpont fiataloknak és időseknek egyaránt

Übertragbarkeit in andere Regionen/ Más régiókra való átvihetőség

Die neue Stadtmarke nutzt die Erfahrungen, die Szentgotthárd von Hartberg und der Oststeirischen Städtekooperation, durch das Projekt gesammelt hat. Die Outputs wie Raabstädte-Kooperation sind nicht nur für jetzt, sondern auch für die Zukunft von enormer Wichtigkeit. Da Szentgotthárd direkt an der österreichisch-ungarischen Grenze liegt, ist vor allem der österreichische Tourismus wichtig. Az új városmárka felhasználja a Hartbergből és az Oststeirische Städtekooperationból Szentgotthárdon szerzett tapasztalatokat a projekt révén. Az olyan eredmények, mint a Raabstädte-Kooperation, nemcsak most, hanem a jövőre nézve is óriási jelentőséggel bírnak. Mivel Szentgotthárd közvetlenül az osztrák-magyar határon fekszik, az osztrák turizmus különösen fontos.



Erstellte Outputs und Indikatoren/ Kimenetek és mutatók

Die Ergebnisse des Projektes wurden auf der Homepage www.24cities.eu, sowie auf der Auftragnehmer-Homepage www.effix.hu präsentiert.
A projekt eredményeit a www.24cities.eu honlapon, valamint a vállalkozó www.effix.hu honlapján mutatták be.

Nachhaltigkeit/ Fenntarthatóság

Durch das Twinning Szentgotthárd und Hartberg und durch einen Besuch der ungarischen Stadtverantwortlichen in Hartberg, konnten viele Informationen gesammelt werden und ein Wissenstransfer von Österreich nach Ungarn stattfinden. Vor allem die Veranstaltungskultur der Stadt Hartberg ist für die Stadt Szentgotthárd von großem Interesse.
Szentgotthárd ist Teil der sieben Raabstädte, die nicht nur durch den Fluss Raab verbunden sind, sondern durch das Projekt „Raabstädte“ auch einen Tourismusbrand gegründet haben.
Szentgotthárd és Hartberg testvérvárosi kapcsolata és a magyar városi tisztviselők Hartbergben tett látogatása révén sok információt lehetett gyűjteni, és ismeretátadásra kerülhetett sor Ausztriából Magyarországra. Szentgotthárd városa számára mindenképp Hartberg város rendezvénykultúrája jelent nagy érdeklődést.
Szentgotthárd része a hét Rába-városnak, amelyeket nemcsak a Rába folyó köt össze, hanem a "Rába-városok" projekt révén turisztikai márkát is létrehoztak.

