

LAG Aktivregion Schwentine-Holsteinische Schweiz e.V.

Projektvorschlag

Projekt-Titel:

Erfassung und Entwicklung touristischer Angebote im Naturpark Holsteinische Schweiz
-hier: Einstellung einer Fachkraft

Projektträger:**Name:**

Naturpark Holsteinische Schweiz e. V.

Ansprechpartner: Sonja Fuhrmann

e-mail: sonja.fuhrmann@naturpark-holsteinische-schweiz.de

Telefon: 04522-749378

Fax: 04522-749377

Anschrift: Schlossgebiet 9, 24306 Plön

Rechtsform: gemeinnütziger Verein

Nur bei Baumaßnahmen auszufüllen:

Ist Antragsteller = Eigentümer der Fläche, die das Projekt betrifft? ja nein

Falls nein: Welche vertragliche Beziehung hinsichtlich der Nutzung besteht?

Teil 1 – Inhaltliche Beschreibung

Projekthinhalte (Beschreibung der geplanten Einzelmaßnahmen):

In einem Kooperationsprojekt mit der Tourismuszentrale Holsteinische Schweiz möchte der Naturpark Holsteinische Schweiz e. V. in einem auf drei Jahre angelegtem Projekt touristische Angebote zentral ermitteln, erfassen und präsentieren und neue vermarktungsfähige Angebote entwickeln, um den Naturpark touristisch gezielt in Wert zu setzen und seine Sichtbarkeit zu erhöhen. Unterstützend wird ein gesonderter Antrag mit investiven Maßnahmen für ein "digitales Update" des Naturparks gestellt.

Für die Verfolgung der Ziele soll projektbezogen und befristet auf drei Jahre eine volle Stelle (39 h / Woche) für eine touristische Fachkraft eingerichtet werden (Gegenstand dieses Antrages). Eine Räumlichkeit für den neuen Arbeitsplatz wird vom Naturparkverein angemietet.

1) touristische Angebote ermitteln, erfassen, präsentieren

a) Identifizierung vorhandener Angebote

Angebote können Veranstaltungen, Touren, Aussichtspunkte, Naturerlebnisräume, Beobachtungsstationen, Lehrpfade und Vieles mehr sein. Die Fachkraft soll vorhandene Sammlungen der Tourismuszentrale und des Naturparks zusammenführen und durch Recherchen im Internet und Gesprächen mit Kooperationspartnern / Ansprechpartnern aus der Region erweitern. Die Auflistung der identifizierten Angebote (Angebotspool) dient als Ausgangsbasis für die weiteren Schritte im Projekt.

Output: Liste Angebotspool

b) Prüfen der Angebote unter dem Fokus touristischer Kampagnen

Die ermittelten Angebote sollen von der Fachkraft daraufhin geprüft werden, ob sie mit den regionalen und überregionalen Marketingaktionen von Tourismusorganisationen sinnvoll verknüpft werden können. Zum Beispiel könnten dies die Kampagnen der TZHS wie „Nacht.Geflüster“ oder Kampagnen der TASH wie „Glücksmomente“ sein.

Output: Liste geeignete Kampagnen, ggf. Einbringen in Kampagnen

c) Aufbereitung und Präsentation der Angebote - digital

Die Angebote sollen textlich und bildlich in der Art aufbereitet werden, dass sie in aktuellen digitalen Medien attraktiv präsentiert werden können. Als digitale Präsentationsmedien stehen dem Naturpark Holsteinische Schweiz die Homepage und die neu entwickelte Touren-App zur Verfügung.

Auf der Homepage kann z. B. eine Kategorie gezielt über die Angebote eingerichtet werden. Wird im Projekt "digitales Update" ein anderer Weg für sinnvoll erachtet, die Angebote zu präsentieren, wird dem Vorschlag entsprochen.

Die Touren-App präsentiert eine Basis an touristischen und naturkundlichen Informationen entlang der touristischen Routen. Im Rahmen dieses Projektes kann die App durch das Einbringen der Angebote inhaltlich stark ausgebaut werden, z.B. in dem entlang der Routen zielgruppenspezifische Informationen aus dem Angebotspool eingespeist und neue Themen aufgegriffen werden, z.B. ÖPNV.

Output:

Einbringen einer Internet-Seite über Angebotspool

Erweiterung der Touren-App um Informationen aus dem Angebotspool

d) Aufbereitung und Präsentation der Angebote -analog

Die Fachkraft soll die Aufbereitung von Informationen aus dem Angebotspool für Printmedien z. B. Flyer initiieren und durchführen.

Output: Flyer

e) Buchbarkeit von Angeboten

Bei Angeboten, die eine Buchung erfordern, soll nach Lösungen gesucht werden, sie in einer Datenbank so zusammenzufassen, dass der Vertrieb durch die Geschäftsstelle des Naturparks Holsteinische Schweiz und die örtlichen Tourist-Infos möglich wird. Mittelfristig wäre denkbar z. B. bei dem anstehenden Relaunch der Homepage, ggf. über eine Buchungsplattform die direkte Buchung auch für die Gäste möglich zu machen. Dies soll im Projekt „Digitales Update“ geprüft werden. Aufgabe der Fachkraft wäre es dabei die Angebote die eine Buchung erfordern, zusammenzustellen und gegebenenfalls in eine Datenbank oder Buchungsplattform einzugeben.

Output: Zusammenstellung der Angebote die eine Buchung erfordern

2) Veranstaltungen

a) "Best practice"-Veranstaltungen im Naturpark Holsteinische Schweiz

Die Fachkraft soll besonders erfolgreiche Veranstaltungen und -Touren ermitteln. Sie soll unterstützt von der Geschäftsstelle und der TZHS überprüfen, ob diese Veranstaltungen auch auf andere Orte im Naturpark übertragbar sind.

Output: Liste: Best practise Veranstaltungen, die übertragbar sind

b) Veranstaltungen mit vorhandener Infrastruktur / Routen verknüpfen

Zur Vermarktung und Aufwertung touristischer Infrastruktur (Routen, Touren) bietet es

sich an, gezielt nach Veranstaltungen zu suchen, die mit dem Thema Wandern / Wasserwandern verknüpfbar sind. Aufgabe der Fachkraft ist es dabei, bereits vorhandene Veranstaltungen ausfindig zu machen und bei anderen Regionen nach Ideen für weitere Themen zu recherchieren. Werden geeignete Veranstaltungsideen ermittelt, sollen geeignete Referenten gefunden und die Veranstaltungen entwickelt werden.
Output: Entwicklung neuer Veranstaltungen, die touristische Routen bedienen

c) Verknüpfung von Akteuren und touristischen Leistungsträgern

Der Naturpark möchte örtliche Akteure und Leistungsträger für gemeinsame Maßnahmen mit dem Naturpark gewinnen. Zum Beispiel könnten dies Kooperationen mit Campingplätzen, Jugendherbergen etc. sein. Es könnten Veranstaltungen zu Themen vor Ort auf den Campingplätzen angeboten werden, so dass die Gäste (wie z. B. Familien, Jugendgruppen, Senioren,...) im Naturpark besser erreicht werden. Aufgabe der Fachkraft bei diesem Beispiel könnte die Akquise der Leistungsträger sein.
Output: Gewinnung von touristischen Leistungsträgern zur Kooperation

d) Netzwerk "Beteiligung auf Messen"

Die Fachkraft soll durch den intensiven Austausch mit der Region im Rahmen ihrer oben genannten Aufgaben vernetzend wirken. Sie soll die Angebote auch durch Teilnahme an Messen (z. B. Regioschau Bad Segeberg, Grüne Woche) präsentieren wobei der Schwerpunkt auf regionalen Veranstaltungen liegt. Das Netzwerk kann langfristig zur gegenseitigen Vertretung auf Großveranstaltungen führen. Dies trägt auch zum besseren Innenmarketing bei.
Output: Beteiligung an Messen / Veranstaltungen in der Region.

**Projektpartner (Auflistung von Kooperationspartnern)
und Art der Beziehung (finanziell / inhaltlich):**

Finanziell:

Die drei Kreise Plön, Ostholstein und Segeberg (Mitglieder des Naturparkvereins)
(Sondermitgliedsbeiträge)

Inhaltlich:

- Tourismuszentrale Holsteinische Schweiz
- überregionale Marketingorganisationen (wie TASH, OHT)
- örtliche Akteure (z. B. Referenten, außerschulische Lernorte, Vereine, ...)
- örtliche Leistungsträger (z. B. Campingplätze, Jugendherbergen, ...)
- Integrierte Station Holsteinische Schweiz
- örtliche TIs
- Kommunen
- WKS

...

Bei investiven Maßnahmen: Aussagen zu den Umweltauswirkungen:

nicht erforderlich

Erklärungen zur Nachhaltigkeit des Projektes (Folgekosten-Berechnung - Wer trägt die Folgekosten? Wie wird die Maßnahme gesichert und nach Projektende weitergeführt?):

Hinweis:

Bei einnahmeschaffenden Investitionen ist eine Wirtschaftlichkeitsuntersuchung notwendig!

Durch das Projekt wird ein Angebotspool ermittelt, erweitert und zur Präsentation aufbereitet. Die Ergebnisse stehen dem Naturparkverein und seinen Kooperationspartnern zur Nutzung auch nach Projektabschluss zur Verfügung, sie müssen lediglich aktualisiert werden.

Welche regionale Ausstrahlung hat das Projekt?

Siehe Projektbeschreibung.

Worin liegt der innovative Ansatz?

- zentrale Zusammenführung der touristischen Angebote im Naturpark Holsteinische Schweiz

- Aufwertung von Angeboten durch Anpassung an Marketingkampagnen / touristische Bedürfnisse
- Nutzen von regionalen und überregionalen Marketingaktionen für Naturparkveranstaltungen im gesamten Naturparkgebiet
- Aufwertung von Erholungs-Infrastruktur durch Verknüpfung von touristischen Routen mit Angeboten
- Aktives Verknüpfen von Akteuren und Leistungsträgern (der Naturpark kommt mit Angeboten dahin, wo er gebraucht wird)

Teil 2 – Zeitplanung

Beginn der Maßnahme:

ab Einstellung der Fachkraft ab ca. Februar 2019

Ende der Maßnahme: drei Jahre ab Einstellung der Fachkraft

Projektablauf (Geplante Arbeitsschritte / Meilensteine):

Ausschreibung Personalstelle Ende 2018

nach Zuwendungsbescheid Besetzung der Stelle ca. Februar 2019

zentrale Sammlung der Angebote im Naturparkgebiet

Angebote, die zu touristischen Kampagnen passen, sind identifiziert und sind wenn möglich, sinnvoll mit Kampagnen verknüpft

vermarktungsfähige Informationen zu Angeboten sind aufbereitet

Informationsverdichtung für Angebote in digitalen Medien wie z. B. Touren-App / Homepage des Naturparks ist erfolgt

es sind "best-practice-Veranstaltungen" im Naturpark-Gebiet gefunden und die Übertragbarkeit auf andere Orte im Naturpark geprüft

es gibt ein Angebot an Wander- und Kanutouren die mit besonderen Angebots-Erlebnissen verknüpft sind

es konnten Akteure und Leistungsträger für Maßnahmen mit dem Naturpark gewonnen werden

ein Veranstaltungsnetzwerk ist aufgebaut

Teil 3 – Projektkosten und Finanzierung

siehe beigefügter Kosten- und Finanzierungsplan

Teil 4 – Projekteinordnung

Das Projekt ist eindeutig einem Kernthema und einem Maßnahmebereich der IES zuzuordnen:

Klimawandel und Energie:

- Regionaler Kompetenzaufbau und Verantwortung Klimawandel und Energie**
 - Grundlagenschaffung und Beratung
 - Modellprojekt
- Wärmewende AktivRegion**
 - Potenzialermittlung und Beratung
 - Modellprojekt
- Klima- und generationsgerechte Mobilität**
 - Mobilitätskonzept, Beratung und Kommunikation
 - Modellprojekt

Nachhaltige Daseinsvorsorge:

- Strategische Daseinsvorsorge**
 - Konzept und Kommunikation
 - Modellprojekt
 - Förderung ehrenamtliches Vereinsengagement
- Ortskernattraktivierung**
 - Leitbilder und Kommunikation
 - Inwertsetzung Räume und Gebäude

Wachstum und Innovation:

- Regionale Wertschöpfungsimpulse und Innovationsanreize**
 - Stärkung regionaler Wertschöpfung und Wertschöpfungsketten
 - Gründungsimpulse Innovation
- Nachhaltige Tourismusentwicklung:
Strategien, Angebotsqualifizierung und Marketingstärkung Tourismus**
 - Qualifizierung Angebotsstruktur
 - Strategien, Stärkung Vernetzung und Marketing
- Inwertsetzung und –haltung Tourismusinfrastrukturen**
 - Anpassung, Aufwertung und Ergänzung touristischer Infrastrukturen
 - Werterhalt Tourismusinfrastrukturen

Bildung:

- Verbesserung Bildungs- und Kulturzugänge und Bildungsübergänge**
 - Stärkung Vernetzung, Transparenz und Zugänge
 - Erleichterung Bildungsübergänge
- Sicherung und Ergänzung Bildungs- und Kulturangebote**
 - Erhalt Bildungs-/Kulturangeboten
 - Ergänzung Bildungs-/Kulturangebote

Teil 5 – Projektziele

Das Projekt leistet einen Beitrag zur Erreichung folgender Ziele der AktivRegion:
(*kursiv = übernommenes Landesziel*)

Klimawandel und Energie:

	<u>Schwerpunktziele</u>	<u>Schwerpunktindikatoren</u>	<u>Zielwert bis 2020</u>
<input type="checkbox"/>	Aufbau kommunaler und regionaler Kompetenzen und Strukturen im Bereich Klimaschutz und Energie inkl. nachhaltiger Mobilität, Erarbeitung von Entscheidungsgrundlagen	Anzahl der Gemeinden mit analytischen und konzeptionellen Grundlagen Klima / Energie inkl. nachhaltiger Mobilität <i>Anzahl der an Projekten beteiligten Kommunen</i>	20
<input type="checkbox"/>	Stärkung des gesellschaftlichen Bewusstseins für Klimabelange durch konkrete Klimaschutz-/Energiespar-/Effizienzprojekte	Anzahl Projekte	6
<input type="checkbox"/>	Durchführung von investiven Modellprojekten mit Übertragbarkeitsansätzen für andere Kommunen / Träger	Übertragbarkeitsansätze je Modellprojekt auf mindestens eine weitere Kommune; Modellprojektanzahl	5

Nachhaltige Daseinsvorsorge:

	<u>Schwerpunktziele</u>	<u>Schwerpunktindikatoren</u>	<u>Zielwert bis 2020</u>
<input type="checkbox"/>	Grundlagenschaffung integrierter regionaler Konzepte zur zukunftsfähigen Daseinsvorsorge; Erarbeitung von Entscheidungsgrundlagen	Anzahl der Gemeinden mit analytischen und konzeptionellen Grundlagen <i>Anzahl der an Projekten beteiligten Kommunen</i>	30
<input type="checkbox"/>	Leitbildprozesse und / oder Ortsentwicklungskonzepte	Anzahl der Gemeinden <i>Anzahl der an Projekten beteiligten Kommunen</i>	15
<input type="checkbox"/>	Modellprojekte zur Daseinsvorsorge durch Anpassung, Schaffung von Einrichtungen und Angeboten	Anzahl Modellprojekte	6
<input type="checkbox"/>	Durchführung von investiven Modellprojekten mit Übertragbarkeitsansätzen für andere Kommunen / Träger	Übertragbarkeitsansätze je Modellprojekt auf mindestens eine weitere Kommune; Modellprojektanzahl	6
<input type="checkbox"/>	Ehrenamt, Vereins- und bürgerschaftliches Engagement durch Qualifizierung und Verbesserung der Bedingungen für die Ausübung stärken	Anzahl Projekte	9

Wachstum und Innovation:

	<u>Schwerpunkteziele</u>	<u>Schwerpunktindikatoren</u>	<u>Zielwert bis 2020</u>
<input type="checkbox"/>	Erhöhung der wirtschaftlichen Aktivitäten und Wertschöpfung; neue Wertschöpfungsketten, Innovations- und Gründungsanreize	Anzahl Unternehmensneugründungen / Start-Ups Neue Ketten	6
<input checked="" type="checkbox"/>	Qualifizierung und Vernetzung touristischer Angebote, Stärkung des regionalen Marketings	Anzahl touristischer Kooperationen	6
<input type="checkbox"/>	Innovative Lösungen für die Inwertsetzung und den Erhalt von touristischen Infrastrukturen	Anzahl an Konzepten und Projekten	5

Bildung:

	<u>Schwerpunkteziele</u>	<u>Schwerpunktindikatoren</u>	<u>Zielwert bis 2020</u>
<input type="checkbox"/>	Vernetzung im Bildungs- und Kulturbereich, Schaffung einer höheren Transparenz bezüglich des vorhandenen Angebots	Teilnehmer an Vernetzungsveranstaltungen mit Bildungs- und/oder Kulturbezug	50
<input type="checkbox"/>	Verbesserung der Übergänge im lebenslangen Bildungsweg	Anzahl Projekte	5

Schwerpunkt- und kernthemenübergreifende Ziele:

	<u>Schwerpunkteziele</u>	<u>Schwerpunktindikatoren</u>	<u>Zielwert bis 2020</u>
<input checked="" type="checkbox"/>	Stärkung regionale Ausrichtung und Identität - Projekte mit min. teilregionalem Bedarf und entsprechender Ausrichtung (als Richtwert gelten 30 % der Regionsfläche oder Einwohnerzahl)	Mindestens 50 % der Fördersumme aller Projekte	50 %
<input type="checkbox"/>	Entwicklung / Erprobung modellhafter Ansätze (Konzepte, Aktivitäten und Umsetzungsprojekte mit Modellcharakter in der Region)	Anzahl an Projekten: - vorbereitend - umsetzend	6 6
<input type="checkbox"/>	Schaffung von Arbeitsplätzen im ländlichen Raum	Anzahl geschaffener Arbeitsplätze	10

Weitere Anmerkungen:

Ort, Datum:

Plön,

Stempel + Unterschrift des Antragstellers:

Bei Rückfragen steht Ihnen zur Verfügung:

Günter Möller
Regionalmanager der LAG AktivRegion Schwentine-Holsteinische Schweiz e. V.
c/o Haus des Kurgastes
Bahnhofstr. 4 A
23714 Bad Malente-Gremsmühlen
Tel.: 0 45 23 / 8 83 72 67 Fax: 0 45 23 / 8 83 72 68
e-mail: moeller@aktivregion-shs.de