

LAG Aktivregion Schwentine-Holsteinische Schweiz e.V.

Projektvorschlag

Projekt-Titel: „Holsteinische Schweiz Hängematten“

Projektträger:

Name: Zweckverband "Tourismuszentrale Holsteinische Schweiz" (TZHS)

Ansprechpartner: Caroline Backmann

e-mail: caroline.backmann@ploen.de

Telefon: 04522 - 50950

Fax: 04522 - 509520

Anschrift: Bahnhofstraße 5, 24306 Plön

Rechtsform: Zweckverband

Nur bei Baumaßnahmen auszufüllen:

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

Falls nein: Welche vertragliche Beziehung hinsichtlich der Nutzung besteht?

bei Aufstellung auf Gelände der Landesgartenschau - hier aber Abstimmung und somit Genehmigung durch die Geschäftsführung der LGS gGmbH

Teil 1 – Inhaltliche Beschreibung

Projekthalte (Beschreibung der geplanten Einzelmaßnahmen):

Projektansatz

In 2016 startet die TZHS eine langfristig ausgerichtete Marketingoffensive.

In diesem Jahr findet im Gebiet der Holsteinischen Schweiz die Landesgartenschau statt. Die avisierten 600.000 Besucher entsprechen sowohl hinsichtlich der Zielgruppenmerkmale als auch der Quellmärkte den typischen Tages- und Urlaubsgästen der Region. Insofern sind die gezielte Ansprache der LGS-Besucher und die effiziente Werbung für die Urlaubsregion Holsteinische Schweiz naheliegend und sinnvoll.

Daher hat sich die Tourismuszentrale Holsteinische Schweiz (TZHS) entschieden, ihr Marketingbudget in 2016 schwerpunktmäßig für Aktivitäten auf und rund um die Landesgartenschau einzusetzen.

Dieses Marketing soll in verschiedenen Formen erfolgen – durch eine enge Kooperation mit der Landesgartenschau-Gesellschaft im Print- und online-Bereich (z.B. Präsenz der Holsteinischen Schweiz im Gruppenverkaufshandbuch, dem Besuchermagazin und den Info-Flyern), durch die aktive Ansprache der LGS-Besucher am Regionspavillon auf dem Landesgartenschau-Gelände (separater Antrag) und durch besondere, regionstypische Erlebnismomente an verschiedenen Stellen auf dem Gelände selbst.

Die konsequente Umsetzung der verschiedenen Marketingansätze anlässlich der Landesgartenschau ermöglicht eine permanente Präsenz der Region und somit eine intensive Kommunikation. Die Landesgartenschau-Besucher werden mehrfach auf die Holsteinische Schweiz hingewiesen, nehmen sie als präsent wahr und beschäftigen sich mit ihr, zunächst unbewusst, mit zunehmenden Impulsen zunehmend bewusster.

Eine Vernetzung der verschiedenen Marketingaktivitäten (Hinweis auf Regionspavillon und Hängematten im Besuchermagazin; Einbindung von QR-Codes an den Tafeln an den Hängematten mit Verlinkung auf die websites der TZHS; Gewinnspiel am Regionspavillon „Finde alle 8 Hängematten und gewinne XY.“) erhöht die Wirkung jeder einzelnen Maßnahme und der Marketingkampagne im Ganzen.

Es sollen sowohl der Bekanntheitsgrad der Holsteinischen Schweiz als auch ihr Image nachhaltig verstärkt und weiterentwickelt werden.

Angestrebte Ziele der Marketingoffensive sind:

- die Steigerung des Bekanntheitsgrads der Holsteinischen Schweiz
- die Verstärkung des positiven Images der Holsteinischen Schweiz
- die direkte Ansprache von Tagesausflüglern auf der Landesgartenschau
- die gezielte Information der Themen und Angebote der Holsteinischen Schweiz
- die Verankerung der Holsteinischen Schweiz als aktuelles und / oder künftiges

Ausflugs- und Urlaubsziel

- die Gewinnung von langfristigen Kundenkontakten
- die nachhaltige Erhöhung der touristischen Wertschöpfung in der Holsteinischen Schweiz in 2016 und den Folgejahren
- die Erhöhung der Präsenz und Wahrnehmung der TZHS nach innen (Innenmarketing), um langfristig die Bedeutung / Wertigkeit des Tourismus als Wirtschaftsfaktor im ländlichen Raum zu sichern

konkret: "Holsteinische Schweiz - Hängematten"

Die TZHS plant als regionsverbindendes Element die Anschaffung von jeweils einer Hängematte pro Mitgliedsort. Hängematten, weil die Themen „Entschleunigung“, „Ruhe & Entspannung“ Kernthemen der Holsteinischen Schweiz sind und somit die Hängematten als Symbol hierfür zu verstehen sind. Die einheitliche Gestaltung gewährleistet eine Wiedererkennbarkeit.

Die Hängematten sind aufgrund der geplanten Nutzung aus sehr stabilem Material und werden zudem mittels Betonfundamenten im Boden verankert.

Als ersten Einsatz ist die Platzierung auf dem Gelände der Landesgartenschau geplant, um die LGS-Besucher auf die attraktiven Orte in der Umgebung hinzuweisen. Nach der Landesgartenschau sollen die Hängematten langfristig an attraktiven Stellen (Promenaden, Seeufer etc.) in den einzelnen Mitgliedsorten aufgebaut werden und erhöhen somit die Attraktivität des jeweiligen Standortes und schaffen eine langzeitige Erinnerung an die Landesgartenschau 2016 in Eutin in der Holsteinischen Schweiz. Zu diesem Zeitpunkt gehen die Hängematten auch in das Eigentum der jeweiligen Kommune über.

Die Verortung auf dem Gelände der LGS wurde bereits mit der LGS-Geschäftsführung und den Landschaftsplanern abgestimmt. Die LGS begrüßt und unterstützt die geplante Investition ausdrücklich und sieht in ihr eine weitere Aufwertung des LGS-Geländes. Es ist vorgesehen, die 8 Hängematten an verschiedenen Stellen auf dem Gelände zu verteilen und an Orten mit hoher Aufenthalts-, Bleibe- und Entspannungsqualität aufzubauen. Zudem ist geplant, am Stand der TZHS ein Gewinnspiel anzubieten, bei dem die Hängematten auf dem Gelände gefunden werden müssen.

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

Landesgartenschau-Gesellschaft gGmbH - inhaltlich

Bei Baumaßnahmen: Folgende Aussagen des Kreises zu den Umweltauswirkungen liegen vor:

die LGS ist angefragt, inwieweit die Aufstellung bereits über die Gesamtgenehmigung der UNB abgedeckt ist; falls keine Abdeckung, wird eine Einzelanfrage an die UNB Ostholstein erfolgen
für die finalen Standorte erfolgt eine Anfrage der UNBs, soweit die konkreten Standorte in den Kommunen abgestimmt sind

**Erklärungen zur Nachhaltigkeit des Projektes
(Folgekosten-Berechnung - Wer trägt sie? -
sowie Sicherung und Fortführung der Maßnahme nach Projektende):**

nach Beednigung der LGS gehen die Hängematten in das Eigentum der jeweiligen Kommunen über mit der Vrepflichtung der Aufstellung an geeigneten Stellen / Plätzen und der Wartung und Pflege für mind. die Zeit der Zweckbindungsfrist

Teil 2 – Zeitplanung

Beginn der Maßnahme: 20.01.2016

Ende der Maßnahme: 01.07.2017

Projekttablauf (Geplante Arbeitsschritte / Meilensteine):

Beauftragung der Erstellung und Lieferung der Hängematten - bis 10.02.2016
Lieferung der Hängematten - 31.03.2016
Aufbau und Montage auf Landesgartenschau-Gelände - bis 15.04.2016
Demontage und Neuaufbau - bis 01.05.2017
Abrechnung gegenüber Fördermittelgeber - bis 01.07.2017

Teil 3 – Projektkosten und Finanzierung

Projektkosten:

Projektkosten, aufgeschlüsselt nach z. B. Personal-, Bau-, Sachkosten	Euro
1. Anschaffungskosten	25.000 €
2. Erstmontage	8.000 €
3. Demontage / Neumontage	7.000 €
4.	
Gesamtkosten netto	40.000 €
+ ggf. MwSt.	7.600 €
= Gesamtkosten brutto	47.600 €

Finanzierung:

Finanzierung	Institution	Euro
Beantragte Fördermittel AktivRegion: 60 %		24.000 €
Öffentliche Kofinanzierung		
Ggf. weitere Mitfinanzierung durch Dritte		
Eigenanteil		23.600 €
Summe		47.600 €

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 checked="" 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:

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