

**Antrag auf Gewährung einer Zuwendung zur Umsetzung
eines Kleinprojektes im Rahmen des GAK-Regionalbudgets**

Tourismuszentrale Holsteinische Schweiz Bahnhofstraße 5 24306 Plön	Plön, 21.12.2023
An die LAG AktivRegion Schwentine-Holsteinische Schweiz e.V. c/o Haus des Kurgastes Bahnhofstraße 4a 23714 Bad Malente-Gremsmühlen	Auskunft erteilen: Sabine Teichert/Caroline Backmann Tel.-Nr.: 04522/5095-25/-13 E-Mail: sabine.teichert@holsteinischeschweiz.de caroline.backmann@ploen.de Bankverbindung IBAN-Nr.: DE64 2105 0170 1002 8401 04 BIC: NOLA DE21 KIE zuständiges Finanzamt: Kiel

Betr.: Projektantrag zur Entwicklung einer Destinationsmarkenstrategie „Holsteinische Schweiz“

Bezug: Förderung von Kleinprojekten aus dem Regionalbudget der LAG AktivRegion Schwentine-Holsteinische Schweiz e.V. im Rahmen der integrierten ländlichen Entwicklung

1. Fördermaßnahme (kurze, eindeutige Beschreibung der geplanten Maßnahme; bei Investitionen Angaben zum Grundstück und zum Eigentümer)

Die Tourismuszentrale Holsteinische Schweiz (TZHS) hat 2023 die Evaluation ihres Tourismusentwicklungskonzepts (TEK) von 2019 abgeschlossen. Im Zuge dieses Prozesses wurden die im TEK definierten Ziele überarbeitet und die Strategie an die sich stetig verändernden Bedingungen im Tourismus angepasst.

Um die Bekanntheit der Holsteinischen Schweiz zu erhöhen und sich vom Wettbewerb abzuheben, ist es aus Sicht der TZHS notwendig, eine neue Destinationsmarkenstrategie für die Holsteinische Schweiz zu entwickeln. Im Zuge dieses Prozesses ist zu prüfen, ob der vorhandene Positionierungsansatz „sieh's mal anders“ überarbeitet und geschärft werden (v.a. auch vor dem Hintergrund der im TEK definierten drei Erlebniswerten „Raus auf's Land“, „Draußen zu Hause“, „Ich-Zeit“) und somit weiterverwendet werden kann/soll. Wichtig hierbei ist, den Positionierungsansatz nicht nur wie bisher auf das Marketing zu beschränken, sondern im Sinne einer Regionalmarke eine Übertragbarkeit auf touristische Infrastruktur, Produkte und Angebote, Serviceleistungen – somit alle Bereiche der touristischen Wertschöpfungskette.

Die TZHS verfügt nicht über das Know-How sowie die personellen Ressourcen, so dass diese Aufgabe über eine Ausschreibung an eine Marketingagentur vergeben werden soll.

Aufgaben der Marketingagentur:

- Markenstrategie: Entwicklung einer Markenstrategie, die die Werte, die Botschaft und die visuelle Identität der Destinationmarke definiert. Die Markenstrategie soll eine große Strahlkraft in die Region hinein haben und ein hohes Maß an Integrationskraft auf Orte und Leistungsanbieter und deren wirtschaftliche Tätigkeiten beinhalten.
- Positionierung: Entwicklung einer einzigartigen Positionierung für die Destination, die geeignet ist, das Image der Region nachhaltig zu verändern und ihr einen klaren Mehrwert verleiht. Dies beinhaltet die Prüfung, ob der vorhandene Positionierungsansatz „sieh's mal anders“ noch trägt. Wichtig ist eine Abgrenzung zu vergleichbaren Binnenland-Regionen Norddeutschlands.
- Design und visuelle Identität: Überprüfung des vorhandenen Designs bzw. Überarbeitung oder ggfs. Neuentwicklung eines ansprechenden Designs und einer visuellen Identität für die Destinationmarke.

- Kommunikationskonzept: Erstellung eines Kommunikationskonzepts, das die verschiedenen Kanäle und Botschaften festlegt, um die Destinationsmarke effektiv zu kommunizieren. Hierbei soll ein effizienterer Mitteleinsatz im Marketing ermöglicht werden.

- Monitoring und Evaluation: Überwachung und Bewertung der Wirksamkeit der Destinationsmarke, um sicherzustellen, dass die gesteckten Ziele erreicht werden, falls erforderlich Vorhaben von Anpassungen
Die Destinationsmarke Holsteinische Schweiz soll in Einklang gebracht werden mit den vorhandenen Ortsmarken der TZHS-Mitgliedsorte.

2. Die Maßnahme soll am 01.02.2024 begonnen
und am 30.09.2024 fertiggestellt sein.

3. Es wird die Gewährung einer Zuwendung in Höhe von 13.200,00 Euro beantragt.

4. Kosten- und Finanzierungsplan

Aufwendungen:

Die voraussichtlichen Gesamtausgaben (brutto) betragen insgesamt 19.635,00 Euro.

Die Antragstellerin bzw. der Antragsteller ist für dieses Vorhaben zum Vorsteuerabzug nach § 15 UStG berechtigt. Im Falle einer Vorsteuerabzugsberechtigung sind die sich daraus ergebenden Vorteile besonders ausgewiesen und den nicht förderfähigen Kosten zugeordnet worden.

Der detaillierte Kosten- und Finanzierungsplan ist als Anlage beigefügt.

5. Begründung:

(u.a. Ziel des Vorhabens, Konzeption, Standort, Umweltauswirkungen, Zusammenhang mit anderen Maßnahmen, Erläuterungen zu den Projektauswahlkriterien des LAG):

In Zeiten einer stetig steigenden Anzahl und einer zunehmenden Austauschbarkeit von touristischen Angeboten wird es zunehmend schwerer, sich vom Wettbewerb abzuheben. Gerade die touristische Infrastruktur unterscheidet sich häufig nicht mehr voneinander und ermöglicht dem Nutzer in vielen Fällen keine klare Orientierung. In zunehmendem Maße ist es daher notwendig, touristische Angebote mit einem emotionalen Mehrwert bzw. einem Lebensgefühl „aufzuladen“ und sich dabei zu einer touristischen Marke zu entwickeln bzw. sich unter ein Markendach zu stellen.

Ziel ist es daher, über die Bildung einer touristischen Marke und damit einer klaren Identität eine Wiedererkennung der Holsteinischen Schweiz bei den (potenziellen) Gästen und Einheimischen zu ermöglichen: Marken bieten Orientierung und helfen, Informationen zu unterscheiden und zu speichern. Sie vermitteln ein klares Bild im Kopf und sorgen für Profilierung und Abgrenzung. Und, im Tourismus besonders bedeutend, sie generieren Emotionen, geben ein Versprechen ab und transportieren spezifische Inhalte.

Dabei ist das grundsätzliche Prinzip Marke unabhängig von Größe und Budget. Die Marke baut auf klaren Alleinstellungsmerkmalen, womit sie sich von anderen Wettbewerbern differenzieren können, und einer Markenidentität, die die individuelle Persönlichkeit charakterisiert, auf.

Fazit: Um die Bekanntheit der Holsteinischen Schweiz zu erhöhen, sich vom Wettbewerb abzuheben und um die in der TEK-Evaluierung 2023 erarbeiteten Erlebniswelten ins Marketing zu übertragen, ist es aus Sicht der TZHS notwendig, eine Destinationsmarke Holsteinische Schweiz und darauf aufbauend eine Marketingstrategie zu entwickeln.

6. Erklärungen der Antragstellerin bzw. des Antragstellers:

Die Antragstellerin / der Antragsteller erklärt, von den folgenden Unterlagen Kenntnis genommen zu haben und sie - soweit es sich nicht ohnehin um allgemein verbindliche Rechtsvorschriften handelt - als verbindlich anzuerkennen:

1. Allgemeine Nebenbestimmungen für Zuwendungen zur Projektförderung an kommunale Körperschaften -ANBest-K-; bzw. Allgemeine Nebenbestimmungen für Zuwendungen zur Projektförderung – ANBest-P;
2. Rahmenplan für die Gemeinschaftsaufgabe „Verbesserung der Agrarstruktur und des Küstenschutzes“ Förderbereich 1: Integrierte ländliche Entwicklung

3. Förderung der Integrierten Ländlichen Entwicklung mit Mitteln des Landes und Bundes im Rahmen der Gemeinschaftsaufgabe „Verbesserung der Agrarstruktur und des Küstenschutzes“ bzw. mit Mitteln des Landes – Information nach Art. 13 Datenschutz-Grundverordnung

Die Antragstellerin bzw. der Antragsteller erklärt, dass

- das Vorhaben noch nicht begonnen wurde und auch vor Bekanntgabe des Zuwendungsbescheides nicht begonnen wird;
- Zuwendungen aus anderen Förderprogrammen nicht beantragt wurden;
- die Gesamtfinanzierung ist gesichert.

Die Antragstellerin bzw. der Antragsteller versichert die Richtigkeit und Vollständigkeit der in diesem Antrag und in den Antragsunterlagen gemachten Angaben.

Dem Antrag wurden folgende Unterlagen beigefügt:

- Kosten- und Finanzierungsplan
- Selbsterklärung zur Nicht-Vorsteuerabzugsberechtigung
- Bauunterlagen
- Eigentumsnachweis
-



(Rechtsverbindliche Unterschrift)

Tourismuszentrale Holsteinische Schweiz
Bahnhofstraße 5
24306 Plön
Tel. 04522/5095-0, Fax -20
www.holsteinischeschweiz.de