



LEADER-Projekte und das LAG-Management wird gefördert durch das Bayerische Staatsministerium für Ernährung, Landwirtschaft und Forsten und den Europäischen Landwirtschaftsfonds für die Entwicklung des ländlichen Raums (ELER).

Projektbeschreibung

(als Anlage zum Förderantrag)

Projekttitle:

„Vernetzung der Ferienregion Nationalpark Bayerischer Wald“

Antragsteller:

Ferienregion Nationalpark Bayerischer Wald GmbH

Konrad-Wilsdorf-Strasse 1

94518 Spiegelau

Tel.: 08553/9793943

E-Mail: kuerzinger@ferienregion-nationalpark.de

Gesamtkosten:

136.190,51€ brutto; 114.445,81€ netto

Finanzierung: 70 % LEADER, 20 % FNBW GmbH, 10 % aufgeteilt auf alle beteiligten Kommunen der Ferienregion.

LAGs:

Lokale Aktionsgruppe Landkreis Freyung-Grafenau e. V. (federführend) in Kooperation mit der Lokalen Aktionsgruppe Arberland e.V. (Landkreis Regen)

Kurzdarstellung des Projekts:

(stichpunktartig; v.a. Kooperation oder Einzelprojekt, Projektbestandteile, Umsetzungszeitraum, Projektbeteiligte, ggf. geplante Eigenleistung, etc.)

Die Initiative zum Zusammenschluss der beiden Zweckverbände Zwieseler Winkel und Nationalparkgemeinden war 2011 gestartet worden. Ziel war es, die Grundlage zu schaffen um schlagkräftiger auftreten und vorhandene Synergien besser nutzen zu können. Gefördert wurde diese touristische Neustrukturierung durch das Bayerische Landwirtschaftsministerium und den Europäischen Landwirtschaftsfonds für die Entwicklung des ländlichen Raums (ELER) im Rahmen von LEADER.

Hieraus wurde im Jahr 2014 die „Ferienregion Nationalpark Bayerischer Wald GmbH“ gegründet. Der Zusammenschluss ist somit auf dem Papier und rechtlich bereits erfolgt, an der Basis aber noch nicht umfassend vollzogen. So arbeiten die unter dem Dach der Ferienregion zusammengefassten 11 Tourist-Informationen noch eigenständig, ein intensiver Austausch, die Nutzung von Synergien und die gemeinsame Produktentwicklung, Kundenbetreuung und Marktbearbeitung finden nur begrenzt statt.

Nach der erfolgreichen Gründungsphase ist es nun notwendig, ein Gefühl der Zusammengehörigkeit nach innen und außen zu schaffen und die operative Arbeit damit zu effektiv zu entwickeln.

Um die bestehenden Tourismusinfos in diese Richtung zu entwickeln, ist eine interne Kommunikationsplattform ebenso notwendig wie ein grafisches Grundkonzept und die daran anschließende Umsetzung eines einheitlichen Auftritts nach außen, das dem Kunden einen hohen Wiedererkennungswert (Corporate Identity) garantiert, und sicher stellt, dass die Region als schlagkräftige touristische Destination wahrgenommen wird.

Das Projekt ist ein Kooperationsprojekt und bezieht alle 13 Gemeinden und die bestehenden 11 Touristinfos gleichermaßen ein. Der Umsetzungszeitraum soll ab dem Zeitpunkt der Bewilligung bis max. März 2017 dauern.

Folgende Maßnahmen sollen im Rahmen des Projektes abgedeckt werden:

Los 1 Vernetzung nach „Innen“

Wissensmanagement und Datenaustausch:

- Vernetzung der Tourist-Infos und der Zentrale in Spiegelau
- Vernetzung aller Arbeitsplätze zentral in Spiegelau
- Ablage aller relevanten Daten, Vordrucke, Angebote auf einem Server. => Einfaches Auffinden von Daten
- Parallele Verwendung von myWintop (= touristische Software) aller Touristinformationen über einen Terminalserver, Vermeidung von Adress-Dubletten
- Gemeinsamer und einheitlicher Datenpool

Synergieentwicklung:

- Vernetzung der Tourist-Infos und der Zentrale in Spiegelau
- Routing der Telefonate an definierte Mitarbeiter: Nicht alle MA müssen telefonisch erreichbar sein (Sammelschaltung). Spezielle Anfragen können über spezielle Telefonnummern an spezialisierte Mitarbeiter geroutet werden
- Eine Telefonnummer für die Region
- Garantierte Erreichbarkeit zu den Geschäftszeiten
- Verbesserung des Service für die Gäste durch längere und kompetente Erreichbarkeit

Vernetzung und Zusammenarbeit:

- Schneller Austausch von Informationen über eine „Online-Kommunikationsplattform“ (ähnlich „whats app“ mit Gruppen (z. B. Wandern) sowohl intern als auch von extern (Live Chat mit den Profis aus der Ferienregion)
- Belegbare Kommunikationsübermittlung an alle Personen
- Zuteilung von Aufgaben innerhalb von Projekten
- Bearbeitung von Projekten unabhängig vom Arbeitsplatz möglich

- Basis für Wissensmanagement – Ablage wichtiger, aktueller Informationen, Bedienungsanleitung, Leitfaden, Checklisten etc.
- Gemeinsamer Kalender mit dem Ziel, einen Gesamtkalender zu führen, welcher in beide Richtungen synchronisierbar ist (funktioniert nicht über Outlook) und allen Mitarbeitern zur Verfügung steht.
- Einbindung externer Partner in das System

Qualitätsmanagement nach Außen

CRM System auf Basis der vorhandenen myWinTOP Daten.
Erstellung einer gesamten Datenbasis für alle.

- Gemeinsame Kundenverwaltung: für postalische und Email Infomailing-Aktionen
- Gemeinsames Infosystem über CRM – zur Ermittlung von Kundeninteressen

Qualitätssicherung nach Innen:

Beginn einer Schulungsreihe:

- Change Management – Kennenlernen, Orientierung, Veränderungen
- Wir sind ein Team – Teambuilding

Diese Schulungen dienen der Findungsphase. In der Folge werden jährlich Schulungen, die auf die Zusammenarbeit aufbauen, stattfinden. Für die operative Umsetzung sollen die neuen Kommunikationstools miteinbezogen werden.

Damit die Ferienregion und die Verantwortlichen des Nationalparks zusammenwachsen, ist in einem weiteren Schritt, jedoch außerhalb des Projektes die Einbeziehung des Leiters HEH/HZW, sowie des Leiters des Waldgeschichtliches Museums St. Oswald und des Touristiklers des Nationalparks angedacht.

Los 2: Vernetzung nach „Außen“

„Einheitliches Erscheinungsbild“

WARUM IST EIN NEUES LOGO NOTWENDIG?

Ziel ist ein einheitliches Erscheinungsbild als zusammengehörige Region nach außen

Das Logo und der Claim „tierisch wild“ wurden 2009 für eine grenzüberschreitende Natur- und Tourismus-Initiative entwickelt, in der sich 12 bayerische und 9 tschechische Gemeinden aus der Nationalparkregion Bayerischer Wald und Šumava/Böhmerwald zusammengeschlossen hatten. "tierisch wild" förderte erstmals und aus eigener Initiative die Zusammenarbeit zwischen den Nationalparkgemeinden auf bayerischer und tschechischer Seite, die damit ihre gemeinsame Entwicklung vorantreiben wollen - aber ganz bewusst auf behutsame, naturverträgliche Art. „Tierisch wild“ wollte auf lockere Art Naturschutz und Tourismus verbinden.

Die Orte der Ferienregion sind aber nicht Deckungsgleich mit den Orten des Projektes „tierisch wild“. Das hat zur Folge, dass für den Kunden nicht mehr ersichtlich ist, wie sich die Ferienregion definiert. Orte die heute nicht mehr zur Ferienregion gehören, aber im Projekt „tierisch wild“ dabei waren, sind Grafenau, Freyung und Rinchnach neben den Orten in Tschechien. Diesen Orten kann man nicht untersagen, das Logo weiter zu verwenden, da es aus einem anderen Projekt stammt.

Ein weiterer Aspekt ist, dass wenn man den Begriff Logo und Auge in der Suchmaschine Google sucht, bekommt man über 3000 frei verfügbare Logos mit einem Auge. Der Tierpark in Wien benutzt beispielweise ein sehr ähnliches Logo:

Walt Disney nutzt den Titel für einen Zeichentrickfilm:

Um hier künftig eine klare Abgrenzung herbei zu führen, benötigen wir ein eigenes, auf die Ferienregion gemünztes Logo und die farbliche und gestalterische Umsetzung für alle zur Region gehörenden aktuellen und zukünftigen Orte.

Der Claim „tierisch wild“ bleibt natürlich erhalten. Viele Orte haben zudem Ihr „Patentier“ in Feste oder Infrastrukturmaßnahmen (Wanderwege, Kinderspielplatz) integriert. Daneben wird es auch von der Ferienregion zielgruppenspezifisch Kinder/Jugendliche eingesetzt.

Aus o.g. Gründen kann das Logo nicht aber als „Marke“ der Region fungieren.

Maßnahmen:

- Entwicklung eines gesamten CI
 - Erstellung eines CI- Handbuchs
 - Erstellung eines Visualisierungskonzept für die Tourist-Informationen in Zusammenarbeit mit dem Nationalpark Bayerischer Wald:
-
- Große Regionskarte in jeder TI / Branding Ferienregion
 - Einheitliche Infobanner in den Tourist-Informationen
 - Messestand
 - Einrichtung eines einheitlichen „Ferienregions-Bereich“ in jeder Touristinfo
 - Erstellung von einheitlichen Drucksorten/Geschäftsausstattung im neuen CI

Begleitende Presse/Öffentlichkeitsarbeit:

- Erstellung einer Fachpressemeldung
- Organisation einer Medienveranstaltung in der Region

Projektziele:

(unmittelbare Projektziele und in Bezug zur LES, z.B. Beitrag zu Wertschöpfung, Lebensqualität, regionaler Identität etc.)

Hauptziel ist es, dass alle über die Ferienregion Nationalpark Bayerischer Wald organisierten Tourist-Informationen eng vernetzt und abgestimmt zusammenarbeiten. So können Synergien genutzt werden, Wissen vermehrt und Kompetenzen verteilt werden, mit dem positiven Effekt, marktgerechter und wettbewerbsfähiger agieren zu können.

Die Ziele im Einzelnen sind:

- regionale Vernetzung auf allen Ebenen
- Schaffung eines abgestimmten gemeinsamen Auftritts als Ferienregion, sowohl für Kunden/Gäste als auch für die Vermieter
- Aufbau eines Wissensmanagements
- Synergieentwicklung, Austausch von Information, Kenntnissen und „best practice“ Modellen
- Vernetzung, Netzwerkpflge und Information herstellen
- Qualitätsmanagement entwickeln
- Qualitätssicherung betreiben

Innovative Aspekte des Projekts:

Die Tourismusgemeinden in und um den Nationalpark Bayerischer Wald haben mit dem Leader-Kooperationsprojekt „Touristische Neustrukturierung der Nationalparkregion Bayerischer Wald“ erkannt, dass sie nur gemeinsam am immer globaler werdenden touristischen Markt bestehen können. Der touristische Wettbewerb wird, besonders für die deutschen Mittelgebirgsregionen, aufgrund der zunehmenden Globalisierung immer härter. Nur diejenigen, die frühzeitig Weichen stellen, interkommunal zusammen arbeiten und neue, innovative Wege gehen, werden eine Zukunft auf dem touristischen Markt haben. Bisher hat noch keine andere Mittelgebirgsregion in Bayern diesen Schritt vollzogen. So erarbeiten wir hier zurzeit einen Wettbewerbsvorteil, der exemplarisch für Mittelgebirgsregionen, aber auch andere Bayerische Ferienregionen gelten kann.

Das gewonnene Wissen der erfolgreichen operativen Umsetzung aus diesem Projekt kann anderen Gemeinden zur Verfügung gestellt werden.

Bezug zu den Entwicklungszielen der LES ARBERLAND:

Bezug des Projekts zum Entwicklungsziel 1 der LES ARBERLAND

„Demographie“:

Das Projekt leistet einen wichtigen Beitrag zur Wettbewerbsfähigkeit des Tourismus in der Region. Ziel ist es, die Übernachtungszahlen zu sichern und im Idealfall weiter zu erhöhen. Der Bayerische Wald und somit auch der Landkreis Regen leidet besonders bei den Privatvermietern an einer gewissen Überalterung. Das Projekt soll auch auf Seiten der Vermieter einen neuen Impuls setzen. Es ist davon auszugehen, dass neue Ideen und Projekte auch auf Seite der Vermieter entstehen, wenn die Veränderung und die Qualität auf Seiten den Tourisminfos sichtbar wird. So werden Arbeitsplätze in der Region gesichert und so im Idealfall die arbeitsplatzbedingte Abwanderung eingedämmt.

Bezug des Projektes zum Entwicklungsziel 2 der LES ARBERLAND

„Land-/Forstwirtschaft“:

Das Projekt hat keinen Bezug zum Entwicklungsziel 2 der LES ARBERLAND.

Bezug des Projektes zum Entwicklungsziel 3 der LES ARBERLAND

„Tourismus“:

Das Projekt erstreckt sich über weite Teile der Landkreise Freyung-Grafenau und Regen und betrifft insgesamt 13 Kommunen direkt, 6 davon liegen im Landkreis Regen. Mit diesem Projekt wird pilothaft getestet, wie man die Zusammenarbeit im Bereich Tourismus, auch über Landkreisgrenzen hinweg, optimieren kann. Diese Erfahrungen im operativen Bereich sollen anderen Kommunen bzw. touristischen Verbänden zur Verfügung gestellt werden.

Bezug des Projektes zum Entwicklungsziel 4 der LES ARBERLAND

„Wirtschaft“:

Das Projekt hilft, die touristische Wettbewerbsfähigkeit der Region zu erhöhen. Durch intensivere, effektivere und effizientere Zusammenarbeit der Touristinfos in beiden Landkreisen, aber auch der touristischen Leistungsträger vor Ort und Anpassungen der Organisationsstrukturen.

Zur operativen Umsetzung werden nun Hilfsmittel verwendet, welche die Arbeit optimieren und gleichzeitig innovative Ansätze beinhalten.

**Bezug des Projektes zum Entwicklungsziel 5 der LES ARBERLAND
„Umwelt“:**

Das Projekt fördert durch die Zusammenarbeit mit dem Nationalpark und dem Naturpark den sanften Tourismus und unterstützt die Umweltbildung.

Bezug zur LES der LAG Landkreis Freyung-Grafenau e.V.:

**Entwicklungsziel 3: „Regionale Wirtschaft, Freizeit und Tourismus“
*Handlungsziel 3c: Touristische und freizeitorientierte Infrastruktur und Angebote optimieren.***

Konkret: Die touristische Wettbewerbsfähigkeit der Region zu erhöhen. Durch intensivere Zusammenarbeit der Touristinfos, aber auch der touristischen Leistungsträger vor Ort und Anpassungen der Organisationsstrukturen. Zur operativen Umsetzung werden nun Hilfsmittel verwendet, welche die Arbeit optimieren und gleichzeitig innovative Ansätze beinhalten.

**Entwicklungsziel 2: „Natur- und Umweltschutz, Kultur, Image und Identität“
*Handlungsziel 2d: Das Image der Region nach innen und außen verbessern und ein Bewusstsein für den Wert des Vorhandenen schaffen.***

Konkret: das Image als lebenswerte und weltoffene Region nach innen und außen kommunizieren und so verbessern. Zudem wird die Kooperation mit dem Nationalpark Bayerischer Wald, den Nationalparkpartnern, sowie dem Naturpark gesucht, um die Verknüpfung der Themen Natur und Naturschutz mit dem Tourismus voran zu bringen und für die Region in Wert zu setzen.

Bedeutung des Projekts für die LAG-Gebiete:

Das Projekt erstreckt sich über weite Teile der Landkreise Freyung-Grafenau und Regen und betrifft insgesamt 13 Kommunen direkt. Mit diesem Projekt wird pilothaft getestet, wie man die Zusammenarbeit im Bereich Tourismus, über Landkreisgrenzen hinweg, optimieren kann. Diese Erfahrungen im operativen Bereich sollen anderen Kommunen bzw. touristischen Verbänden zur Verfügung gestellt werden.

Einbindung von Bürgern / Vereinen etc. in das Projekt:

Bürger und Vereine haben eine Informationsplattform für die gesamte Region. Durch die Vernetzung der Touristinfos werden Ortsgrenzen überschritten, Informationen und Angebote schnell und effektiv innerhalb der Region verbreitet. (Fest in Gemeinde XY, Ausstellung oder Kulturevent in Gemeinde XY).

Vernetzung des Projekts in der Region / ggf. überregionale Vernetzung:

Ist durch den Zusammenschluss gegeben. 13 Gemeinden eine gemeinsame Tourismusarbeit. Der Kernsatz lautet: Wir wollen die Gäste in die Region bekommen, in der Region halten. Dazu bedarf es einer intensiven Zusammenarbeit aller Akteure. Dabei geht es um Themen und nicht um Orte, die vermarktet werden.

Erwartete nachhaltige Wirkung / Sicherung von Betrieb und Nutzung des Projekts:

Das Projekt ist sowohl sozial, ökonomisch wie ökologisch nachhaltig. Weniger Printprodukte müssen produziert werden, effizientere Arbeitsweisen werden ermöglicht. Da die Arbeit verteilt wird, kann auch eine Spezialisierung der einzelnen Mitarbeiter stattfinden. Es erfolgt Zusammenführung der operativen Arbeit von 13 Orten.

Ggf. Sonstiges:

Datum:

Unterschrift Projektträger