

ENTWURF

Projektbeschreibung

(als Anlage zum Förderantrag)



Projekttitel:

Qualitätsoffensive und Aufbau einer Erlebnisinfrastruktur im Rahmen der MTB Runde „Trans Bayerwald“

Antragsteller:

Tourismusverband Ostbayern e.V., Im Gewerbepark D04, 93055 Regensburg

Gesamtkosten: 233.214 €

siehe Kostenberechnung am Ende der Projektbeschreibung

LAG: ARBERLAND e.V., Aktionsgruppe Landkreis Freyung-Grafenau e.V., Regionalentwicklungsverein Straubing-Bogen e.V., Aktionskreis Lebens- und Wirtschaftsraum Landkreis Cham e.V., Landkreis Deggendorf e.V., Regionalinitiative Passauer Land e.V.

Kurzdarstellung des Projekts:

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

- Der Tourismusverband Ostbayern widmet sich verstärkt dem Thema Radfahren. Ziel ist es, für die vier Destinationen Bayerischer Jura, Oberpfälzer Wald, Bayerisches Golf- und Thermenland und **Bayerischer Wald** radtouristische Leuchtturmprojekte zu entwickeln, die einerseits nachfragestark sind, ebenso aber auch die Identifikation vor Ort mit dem Thema Radtourismus stärken.
- Ziel der Destination Bayerischer Wald ist es, sich mit dem Leuchtturmprodukt „Trans Bayerwald“ zu einer der führenden MTB Mittelgebirgsregionen Deutschlands zu entwickeln. Dafür wird derzeit die erforderliche Infrastruktur geschaffen. Bis Herbst 2018 soll die ca. 760 km lange „Trans Bayerwald“ einheitlich ausgeschildert und ein Produktkonzept erarbeitet sein. Das eingereichte Projekt steht im Zeichen der Qualitätsverbesserung und Aufbau einer Erlebnisinfrastruktur, die zu einer hohen Reichweite führt.
- Aktive Partner und Teil des Netzwerkes sind die Landkreise, Gemeinden, Bayerischer Staatsforst, Naturschutz, Naturparke, Nationalpark, Mountainbike-Vereine und Anbieter usw.

Projektziele:

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

Ziel des Projektes ist die Steigerung der Wertschöpfung im Bayerischen Wald und die qualitative und nachhaltige Entwicklung des Mountainbike-Tourismus. Alle Zielsetzungen dienen dazu, das Hauptziel zu erreichen: Die Entwicklung des Bayerischen Waldes zu einer der führenden Mountainbike-Mittelgebirgsregionen Deutschlands.

- Aufbau einer Erlebnisinfrastruktur über Fotopunkte und Installationen. Erreichen einer hohen Viralität der „Trans Bayerwald“ und damit des Themas Mountainbiken im Bayerischen Wald. Erhöhen des Bekanntheitsgrades und direkte Ansprache der Zielgruppe.
- Identifikation des Projektes nach Innen durch weitere Einbindung der Partner stärken. Sensibilisierung nach außen (z.B. Verhalten auf den Wegen, Naturschutz usw.)
- Qualitätssteigerung des radtouristischen Angebotes und Services. Schaffen eines aktiven Netzwerkes im Mountainbikebereich.

Schwerpunktmäßig sollen folgende Maßnahmen umgesetzt werden:

Projektmanagement

- Die Hauptaufgabe des Projektmanagements ist es, die infrastrukturellen Maßnahmen sowie die PR Maßnahmen zu begleiten und auszuschreiben. Darüber hinaus kümmert sich das Projektmanagement um die Abrechnung, Dokumentation und förderrechtlich korrekte Abwicklung des Projektes. Das Projektmanagement wird Qualitätsmaßnahmen koordinieren und begleiten. Die Partner in der Region sollen das Produkt „Trans Bayerwald“ kennen, sich damit identifizieren und auch eigene Ideen zur Positionierung der Trans Bayerwald umsetzen. Dafür wollen wir zum einen eine einheitliche Kommunikationsbasis schaffen und zum anderen eine Ideenschmiede sein. Ziel ist ein qualitatives Netzwerk mit aktiven Partnern und einem regen Austausch zum Thema Mountainbiken im Bayerischen Wald. Das Projektmanagement wird öffentlich ausgeschrieben.

Installationen am Weg/Fotopunkte

- **Ausweisen Fotopunkt inkl. Erlebnisinszenierung**
An ausgewählten Orten (besondere Orte, Ausblicke, Gipfel) im Bayerischen Wald sollen Fotopunkte (keine Fotoanlagen) entstehen. Dort werden originelle Installationen mit Bezug zum Bayerischen Wald bzw. zum Thema Mountainbiken entstehen. Diese Installationen sind mit dem Logo Trans Bayerwald gebrandet (z.B. Bilderrahmen, Sitzmöglichkeit in Form eines Radreifens usw.). Die Konzeption sowie die Umsetzung dieser Elemente ist Teil des Projektes. Dort können Mountainbiker Erinnerungsfotos machen und diese in den sozialen Medien teilen. Dadurch wird eine hohe Reichweite erzielt und die Infrastruktur am Weg aufgewertet.
- **Reparaturstellen**
Die Haupttrouten der Trans Bayerwald sind in jeweils 7 Etappen auf einer Gesamtstrecke von ca. 760 km befahrbar. Insgesamt sollen am Weg ca. 14 Reparaturstellen entstehen.

Diese können außerhalb der Öffnungszeiten und an Wochenenden als zusätzlicher Service von den Mountainbikegästen bei Fahrradpannen genutzt werden. Die Reparaturstellen sind mit allen notwendigen Werkzeugen und Funktionen ausgestattet und ermöglichen Reparaturen unterwegs schnell und effizient auszuführen. Die geschaffene Infrastruktur kann auch von Einheimischen genutzt werden.

- **Brennstempel**

Die Brennstempel dienen dazu, das Logo der Trans Bayerwald auf z.B. Holzskulpturen zu brennen. Es gibt diese in verschiedenen Formaten.

Presse & Öffentlichkeitsarbeit

- **Allgemeine Maßnahmen**

Auch in der Projektphase II ist eine zielgruppenspezifische Presse- und Öffentlichkeitsarbeit geplant. Dazu gehört aktuelles Text- und Bildmaterial, Pressereise, Informationen zur Trans Bayerwald in radspezifischen Zeitschriften und Aufruf die Trans Bayerwald zu fahren. Weiterhin sind Onlinemaßnahmen z.B. Google Ad Words und Facebook geplant. Alle Touristinformationen sollen mit einer Übersichtskarte ausgestattet werden.

- **Videoproduktion**

Es sollen zum einen kurze Videos mit Partnern des Projektes zu verschiedenen Themen rund um die „Trans Bayerwald“ entstehen, wie z.B. Fahrtechartipps, Packliste für Trans Bayerwald, Faszination Mountainbiken im Bayerischen Wald, Trainingsplan für Trans Bayerwald, Natur & Nationalpark, Wald aus Sicht des Staatsforstes, respektvolles Verhalten auf den Wegen usw. Diese Videos bieten Service aber auch Inspiration für den Mountainbike-Gast. Durch die Einbindung der regionalen Partner wird aber auch die Zusammenarbeit im Projekt gestärkt. Die Videos sollen in den sozialen Medien sowie auf der Website dargestellt werden.

Das Projekt wird mit dem LEADER Förderhinweis auch über die im Projekt eingeplanten Maßnahmen kommuniziert und beworben. Alle Maßnahmen des Tourismusverbandes Ostbayern erzielen eine sehr hohe regionale als auch überregionale Reichweite.

- Website mit über 1.2 Mio. User im Jahr
- soziale Medien - Facebookseite mit über 40.000 Fans und einer Gesamtreichweite von über 9.3 Mio. User
- Messe & Präsentationen
- Pressearbeit des Verbandes
- Mitgliedernewsletter und Infobriefe Bayerischer Wald
- Gästeneuletter mit mehr als 20.000 Adressen
- usw.

Innovative Aspekte des Projekts:

Durch infrastrukturelle Maßnahmen (Reparaturstellen, Fotopunkte, Skulpturen/Sitzmöglichkeiten mit Mountainbikebezug) soll der Weg aufgewertet werden. Ziel ist es auch durch originelle Fotopunkte, eine hohe Aufmerksamkeit zu erreichen. Mit den Fotopunkten wird

ein Erlebnis für die Mountainbiker geschaffen. Diese Erlebnispunkte sollen als „Geschichte“ inszeniert werden. Das Projekt zielt auf die Qualitätssicherung und -verbesserung des Angebots und schafft damit die Basis für die „Digitalisierung“ des Weges. Alle Wegeinformationen werden in einem Tourenverwaltungssystem zur Verfügung gestellt. Es besteht die Möglichkeit diese Daten herunterzuladen und Roadbooks auszudrucken. Hierfür ist die Qualität des Angebotes sehr wichtig.

Bezug des Projekts zu den Themen „Umwelt“ und „Klima“

Das Rad fahren ist eine umweltfreundliche und klimaschonende Mobilitätsform, da weder Schadstoffe ausgestoßen werden noch Lärm erzeugt wird. Menschen für das Rad fahren zu begeistern und Angebote zu schaffen sind damit wichtige Maßnahmen für den Umwelt- und Klimaschutz – vor allem als Alternative zum Auto fahren.

Bezug des Projekts zum Entwicklungsziel 1 „Demographie“:

Das Projekt bietet eine Möglichkeit der Freizeitgestaltung für Menschen aller Altersklassen und wertet die Region auf. Die geschaffene Infrastruktur dient auch der Bevölkerung vor Ort, schafft mehr Lebensqualität durch ein erweitertes Angebot. In das Projekt werden Partner vor Ort, wie z.B. Mountainbikevereine eingebunden.

Bezug des Projekts zu den Entwicklungszielen der LES der jeweils beteiligten

LEADER-Regionen:

Aktionskreis Lebens- und Wirtschaftsraum Landkreis Cham e.V.:

EZ 1 Ausbau des vielfältigen Profils einer traditionellen Tourismus- und Kulturregion in der Oberpfalz

HZ 1 a: Initiativen bzw. Einrichtungen zur Stärkung des Tourismus und der Naherholung bis 2022 schaffen

Lokale Aktionsgruppe ARBERLAND e.V.:

EZ 3 Tourismus

HZ 3.1 Sicherung und Ausbau zielgruppenspezifischer touristischer Infrastruktur und Angebote

EZ 5 Umwelt

EZ 5.2 Erhaltung wie auch Erlebbarekeit von Umwelt-, Natur- und Kulturlandschaft

Lokale Aktionsgruppe Landkreis Freyung-Grafenau e.V.:

EZ 3 Regionale Wirtschaft, Freizeit und Tourismus

HZ 3/c Touristische und freizeitorientierte Infrastruktur und Angebote optimieren

HZ 3/a Den Wirtschaftsstandort Freyung-Grafenau sichern und stärken

EZ 1 Demografie und Soziales

HZ 1/b Die Lebensqualität aller Generationen – vor allem der Kinder, Jugendlichen und Senioren – erhöhen und deren Bedürfnisse berücksichtigen“

Lokale Aktionsgruppe Regionalentwicklungsverein Straubing-Bogen e.V.:

EZ 2 Da geht`s rund! Tourismus, Freizeit und Kultur – eine runde Sache

HZ 2.2 Aufwertung des gesamten Radewegenetzes durch Beschilderung, weitere Erholungs- und Freizeitangebote sowie Öffentlichkeitsarbeit

HZ 2.5 Ausbau des touristischen und kulturellen Angebotes und zeitgemäße Vermarktung mit modernen Medien Das Projekt ist unter L 2.2.3 - K-S in der Lokalen Entwicklungsstrategie der LEADER-Region Straubing-Bogen als Startprojekt gelistet.

Lokale Aktionsgruppe Landkreis Deggendorf e.V.:

EZ D Stärkung und nachhaltige Entwicklung des Tourismus, der Naherholung, Mobilität und Infrastruktur

HZ D2 touristische Angebote entwickeln und vermarkten

Lokale Aktionsgruppe Regionalinitiative Passauer Land e.V.:

EZ 3 Kultur und Freizeitangebote sichern, vernetzen und Besonderheiten hervorheben

HZ 3.3 Infrastruktur und Angebote im Tourismus optimieren und vernetzen und das Marketing verbessern

EZ 2 Menschen in der Region eine lebenswerte Zukunft ermöglichen

HZ 2.2 Lebensqualität auf dem Land erhalten und verbessern

Bedeutung des Projekts für das LAG-Gebiet:

Das Projekt schafft ein qualitativ hochwertiges Tourismusangebot zum Thema Mountainbiken im Bayerischen Wald und mit der „Trans Bayerwald“ einen Leuchtturm, der als Dach für alle touristischen Angebote im Bereich Mountainbiken fungiert und diese sinnvoll bündelt. Es werden neue und jüngere Zielgruppen erschlossen. Damit entsteht ein Potential für zusätzliche Wertschöpfung im ländlichen Raum. In der Projektphase 2 steht vor allem die Digitalisierung des Weges im Zentrum des Projektes sowie die weitere Qualitätssicherung und -verbesserung.

Einbindung von Bürgern / Vereinen o.ä.in das Projekt:

In das Projekt sind viele Interessengruppen und Partner eingebunden z.B.: Der Bayerische Staatsforst, die privaten Waldeigentümer, Radvereine, Bayerischer Waldverein, Naturschutz, Nationalpark Bayerischer Wald, Naturparke, Gemeinden, Landkreise, Guidingunternehmen, Übernachtungsbetriebe, Freizeiteinrichtungen usw. Das Projekt trägt zur Verbesserung des Freizeitangebotes für Einheimische und Gäste bei.

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

Die Vernetzung des Projektes im Bayerischen Wald ist auf Grund der Organisationsstruktur und der eingebundenen Organisationen sichergestellt (Siehe auch Einbindung von Bürgern und nachhaltige Sicherung). Darüber hinaus nimmt der Tourismusverband Ostbayern seit Gründung 2014 am MTB Tourismusforum (www.mountainbike-tourismusforum.de) teil. Dort tauscht sich u.a. die Tourismusbranche zum Thema Mountainbike aus und entwickelt gemeinsame Strategien. Von diesen Kontakten und Erfahrungen profitiert das Projekt.

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

In das Projekt sind alle 6 Landkreise und Gemeinden an der Wegestrecke eingebunden. Diese werden regelmäßig zum Stand des Projektes informiert und auch in die Weiterentwicklung des Projektes eingebunden. Die Planung der Gesamtstrecke und auch das gesamte Wegepatensys-

tem erfolgt in Zusammenarbeit mit den Gemeinden und Landkreisen und trägt damit zu einer nachhaltigen Sicherung des Projektes bei. Zusätzlich haben die Gemeinden und Landkreise eine Erklärung zur Zusammenarbeit im Projekt erhalten, in der das gemeinsame Ziel und die Aufgaben definiert sind. Die Landkreise sind am Projekt finanziell beteiligt.

Ggf. Ergänzungen mit Bezug zu Projektauswahlkriterien der LAG:

____.____.____
Datum:

Unterschrift Projektträger

Projektphase 2 Mountainbikeprojekt "Trans Bayerwald"

Laufzeit: 2019/2020

Qualifizierte Kostenberechnung		
	Position	Kostenansatz, netto
1	Projektmanagement inkl. Reisekosten (2 Jahre)	100.000 €
2	Installationen am Weg/Fotopunkte	62.480 €
	Skulpturen/Fotopunkte inkl. kreatives Konzept zur Umsetzung	40.000 €
	Brennstempel "Trans Bayerwald" groß und klein	580 €
	Stempelstellen	3.000 €
	Reparaturstellen	18.900 €
3	Informations- und Öffentlichkeitsarbeit	70.734 €
	Videobeiträge (10 Stück)	15.175 €
	Texte und Fotos zur Trans Bayerwald	17.465 €
	Anzeigen in radspezifischen Magazinen und Tourismusbroschüren	26.315 €
	Plakate/Etappen "Trans Bayerwald" mit Streckenverlauf	6.779 €
	Budget für Onlinemaßnahmen (Imagekampagne/Inspiration auf Facebook, Google, Bannerwerbung)	5.000 €
		233.214 €
	LEADER Kooperationsprojekt/Förderung 70 %	163.250 €
	Eigenmittel für 2 Jahre	69.964 €
	Eigenmittel für 1 Jahr	34.982 €
	davon über Marketingumlage	17.491 €
	Eigenmittel über Landkreise	17.491 €