



ARBERLAND
REGio GmbH

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:

lt. der qualifizierten Kostenschätzung: 90.442,26 € netto, 107.626,29 € brutto

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

LAG:

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

Kurzdarstellung des Projekts:

(stichpunktartig; v.a. Kooperation oder Einzelprojekt, Projektbestandteile, Umsetzungszeitraum)

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. Ergebnis des langwierigen und komplizierten Prozesses der Zusammenführung beider

Zweckverbände war im Jahr 2014 die Gründung der „Ferienregion Nationalpark Bayerischer Wald GmbH“. Dem rechtlichen Zusammenschluss hat die Umsetzung an der Basis zu folgen, doch kann dies nur schrittweise geschehen. Aktuell arbeiten die unter dem Dach der Ferienregion zusammengefassten 11 Tourist-Informationen noch weitgehend eigenständig. Ein intensiver Austausch, die Nutzung von Synergien und gemeinsame Produktentwicklung, Kundenbetreuung und Marktbearbeitung finden aufgrund der bisherigen technischen Voraussetzungen nur begrenzt statt. Nach der Gründungsphase ist es dringend erforderlich, zwischen den 28 Mitarbeitenden der Ferienregion und den 13 zusammengefassten Kommunen (inkl. Stadt Zwiesel) ein Gefühl der Zusammengehörigkeit nach innen und außen zu schaffen und die Rahmenbedingungen für die Zusammenarbeit zu verbessern. Außerdem ist für die Ferienregion eine gemeinsame Identität - u. a. durch eine abgestimmte Corporate Identity - unter Berücksichtigung der bisher vorhandenen Produkt- und Marketingstrategie zu entwickeln. Darauf aufbauend soll ein grafisches Grundkonzept für einen einheitlichen Auftritt nach außen entwickelt und umgesetzt werden. Das einheitliche Erscheinungsbild der Ferienregion garantiert dem Gast einen hohen Wiedererkennungswert (Corporate Identity) und stellt sicher, dass die Region von außen als schlagkräftige touristische Destination wahrgenommen wird.

Dieses LEADER-Projekt umfasst 12 von 13 Mitgliedsgemeinden der Ferienregion Nationalpark Ferienland Bayerischer Wald samt den dort bestehenden 10 Tourist-Infos. Der Bürgermeister der Stadt Zwiesel, Franz-Xaver Steininger hat erklärt, dass sich Zwiesel - trotz momentan noch rechtskräftiger Mitgliedschaft in der Ferienregion Nationalpark Bayerischer Wald - nicht am Projekt beteiligt. Ein Austritt aus dem Verbund wird vonseiten der Stadt Zwiesel angestrebt.

Projektziele:

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

Hauptziel ist es, dass die zehn über die Ferienregion Nationalpark Bayerischer Wald organisierten Tourist-Informationen (ohne Tourist-Info Zwiesel) eng miteinander vernetzt und intern abgestimmt zusammenarbeiten, um eine optimale Gästebetreuung sicher zu stellen. Ziel ist auch Synergien zu nutzen, Wissen zu mehren und Kompetenzen zu verteilen mit dem positiven Effekt, dass die Ferienregion Nationalpark Bayerischer Wald (FNBW) marktgerechter und wettbewerbsfähiger agieren kann.

Die Ziele im Einzelnen sind:

- Optimierung der internen Kommunikation und regionalen Vernetzung der FNBW
- Aufbau eines internen Wissensmanagements
- Synergie-Entwicklung, Austausch von Informationen, Kenntnissen und „best practice“- Modellen innerhalb der 12 Kommunen (ohne Zwiesel)
- Aufbauend auf der bereits vorhandenen Marketing- und Produktstrategie wird ein abgestimmter, gemeinsamer Auftritt der Ferienregion - sowohl für Kunden/Gäste als auch für die Vermieter - geschaffen.
- Intensive Abstimmung und Vernetzung mit den touristisch relevanten Akteuren der Region, beispielsweise mit der Nationalparkverwaltung Bayerischer Wald, der Naturparkverwaltung sowie den Tourismusorganisationen auf Landkreisebene.
- Entwickeln eines Qualitätsmanagements sowie Betreiben von Qualitätssicherungsmaßnahmen

Maßnahmen:

Vernetzung nach innen

Zur optimalen Bearbeitung der Kundenanfragen ist dringend erforderlich, die 10 Tourist-Informationen mit einem zentralen Server auszustatten, auf dem relevante Daten, Vordrucke etc. in einer gemeinsamen Datenbank hinterlegt sind, auf die alle 10 Tourist-Informationen zugreifen können. Auch wird mit diesem Projekt das bisherige Manko beseitigt, welches darin besteht, dass die Ferienregion derzeit unter unterschiedlichen Telefonnummern zu erreichen ist. Angestrebt wird eine „Gesamt-Telefon-Lösung“ für die GmbH. Zukünftig soll die Ferienregion unter einer einzigen Telefonnummer dauerhaft während der Geschäftszeiten zu erreichen sein und - je nach spezieller Anfrage der Kunden - zu einer der Verteilerstellen weitergeschaltet werden können. Unter dem Stichwort „Vernetzung nach innen“ sind folgende Ansätze geplant:

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“ Backoffice (= touristische Software) aller Tourist-Informationen über einen Terminalserver, Vermeidung von Adress-Dubletten
- Gemeinsamer und einheitlicher Datenpool
- Basis für Wissensmanagement – Ablage wichtiger, aktueller Informationen, Bedienungsanleitung, Leitfaden, Checklisten etc.

Synergie-Entwicklung der internen Kommunikation

- Routing der Telefonate an definierte Mitarbeiter: Nicht alle Mitarbeiter müssen telefonisch erreichbar sein (Sammelschaltung). Spezielle Anfragen können über spezielle Telefonnummern an spezialisierte Mitarbeiter geroutet werden.
- Eine Telefonnummer für die Region
- Garantierte und längere Erreichbarkeit zu den Geschäftszeiten und Verbesserung des Services für die Gäste durch verbesserte Nutzung des zielgruppenspezifischen Wissens der einzelnen Mitarbeiter

Optimierung der internen Vernetzung und Zusammenarbeit

- Gemeinsamer Kalender aller Mitarbeiter der Ferienregion mit dem Ziel, einen Gesamterminkalender zu führen, welcher in beide Richtungen synchronisierbar ist (funktioniert nicht über Outlook) und allen Mitarbeitern zur Verfügung steht.

Qualitätsmanagement

Einrichtung eines CRM-Systems auf Basis der vorhandenen myWinTOP-Daten und somit Schaffung einer gesamten Datenbasis für alle

- Gemeinsame Kundenverwaltung: für postalisch und per E-Mail übermittelte Infomailing-Aktionen
- Gemeinsames Infosystem über CRM – zur Ermittlung von Kundeninteressen

Einheitliches Erscheinungsbild nach außen

Bereits in der vergangenen Förderperiode wurde im Rahmen des Leader-Kooperationsprojekts „Touristische Neustrukturierung der Nationalparkregion Bayerischer Wald“ über LOS 3 eine Produkt- und Marketingstrategie entwickelt.

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 mithilfe von INTERREG-Geldern erstmals und aus eigener Initiative die Zusammenarbeit zwischen dem Nationalpark Bayerischer Wald und den Nationalpark-Gemeinden auf bayerischer und tschechischer Seite. Diese Partner wollten damit ihre gemeinsame Entwicklung vorantreiben und zwar ganz bewusst auf behutsame, naturverträgliche Art. Im Laufe der Jahre hat es „tierisch wild“ geschafft, auf lockere Art Naturschutz und Tourismus zu verbinden. Es wurde zu einer starken Produktlinie für verschiedene Zielgruppen: junge Menschen, Familie mit Kindern, Entdecker und Abenteurer sowie Natur- und Wildnis-Fans. Der Titel ist beliebt und bekannt - sogar Walt Disney nutzt ihn für einen Zeichentrickfilm. Bis jetzt haben viele Orte aufgrund von „tierisch wild“ ihr im Projekt festgelegtes „Patentier“ in Feste oder Infrastrukturmaßnahmen (Wanderwege, Kinderspielplatz) integriert. Daneben wird diese bereits in grenzüberschreitender Zusammenarbeit erarbeitete Produktlinie von der Ferienregion zielgruppenspezifisch für Kinder/Jugendliche eingesetzt.

Zum einen gilt es, die bereits erfolgreich platzierte und bekannte Produktlinie „tierisch wild“ im Rahmen einer Gesamt-CI weiter zu entwickeln und weiter mit Leben zu füllen. Zum anderen hat die GmbH der Ferienregion das Ziel und die Aufgabe, auch andere Zielgruppen und Attraktionen der Ferienregion mit anderen Produktlinien und touristischen Paketen anzusprechen und in den Fokus zu rücken.

Daher ist die Entwicklung eines einheitlichen Erscheinungsbilds (CI) für die Partnerkommunen und Tourist-Informationen der Ferienregion dringend erforderlich. Bei der Entwicklung der CI ist die Nationalparkverwaltung - ein starker Partner der Ferienregion - intensiv im Erarbeitungsprozess mit einzubinden. Konkret sind folgende Maßnahmen geplant:

- Entwicklung einer gesamten CI
- Erstellung eines CI-Handbuchs
- Visualisierungskonzept für die Tourist-Informationen in Zusammenarbeit mit dem Nationalpark Bayerischer Wald
- Große Regionalkarte in jeder TI / Branding Ferienregion
- Einheitliche Infobanner in den Tourist-Informationen
- Einrichtung eines einheitlichen „Ferienregions-Bereichs“ in jeder Tourist-Info
- Erstellung von einheitlichen Drucksorten/Geschäftsausstattung in der neuen CI

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. Die Ferienregion Bayerischer Wald wird mit diesem Projekt eine Vorreiterrolle einnehmen, von der auch andere ähnlich strukturierte Ferienregionen profitieren werden. Das gewonnene Wissen aus diesem Projekt kann anderen Gemeinden zur Verfügung gestellt werden.

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 leidet besonders bei den Privatvermietern an einer gewissen Überalterung. Unser Projekt soll auch auf Seiten der Vermieter einen neuen Impuls setzen. Wir erhoffen uns, dass neue Ideen und Projekte auch auf Seite der Vermieter entstehen, wenn die Veränderung und die Qualität auf Seiten den Tourismusersichtbar 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 fördert durch die interkommunale Zusammenarbeit den Gemeinde und Landkreisübergreifenden Austausch in Bezug auf kulturelle Veranstaltungen und Besonderheiten.

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. Mit diesem Projekt wird pilothaft die Zusammenarbeit im Bereich Tourismus über Landkreisgrenzen hinweg optimiert. 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 Tourist-Infos, 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 sowie unterstützt die Umweltbildung.

Bedeutung des Projekts für das LAG-Gebiet:

Das Projekt erstreckt sich über weite Teile der Landkreise Freyung-Grafenau und Regen und betrifft insgesamt 12 Kommunen direkt. Mit diesem Projekt wird pilothaft die Zusammenarbeit im Bereich Tourismus über Landkreisgrenzen hinweg optimiert. 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 Tourist-Infos werden Ortsgrenzen überschritten, Informationen und Angebote schnell und effektiv innerhalb der Region verbreitet.

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

Ist durch den Zusammenschluss gegeben: 12 Gemeinden leisten eine gemeinsame Tourismuserarbeit. Der Kernsatz lautet: „Wir wollen die Gäste in die Region bekommen und 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:

Sowohl sozial, ökonomisch wie ökologisch. Weniger Printprodukte, effizientere Arbeitsweisen da Arbeit verteilt wird und eine Spezialisierung erfolgen kann, Zusammenführung der operativen Arbeit von 12 Orten.

Ggf. Sonstiges:

-

Datum:

Unterschrift Projektträger