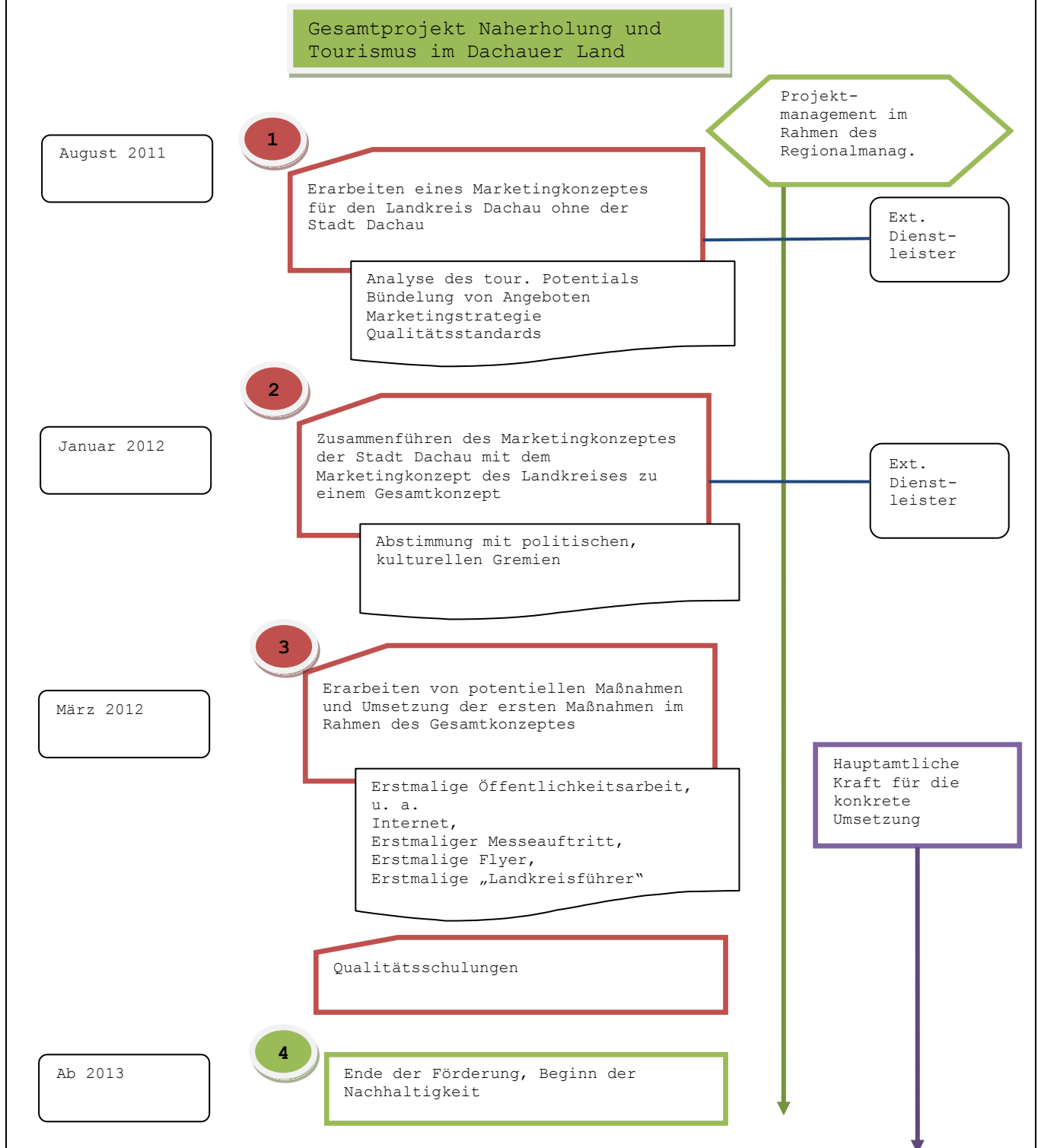


Einzelprojektbeschreibung      Stand: 19. Mai 2011      Entwicklungsstrategien	
<b>Lokale Aktionsgruppe: Dachau AGIL e. V.</b>	
<b>Projektbezeichnung</b>	
Naherholung und Tourismus im Dachauer Land	
<b>Träger des Projektes (Antragsteller= Betreiber)</b>	
Dachau AGIL e. V.	
<b>Handlungsfeld</b>	
<p>Das Projekt ist dem Leitbild 2: <i>Dienstleistung- Naherholung – Tourismus</i> und hier im Handlungsfeld D „<i>Naherholung und Tourismus</i>“ zugeordnet.</p> <p>Das Projekt ist bereits im REK (Maßnahmennummer 25, 25a,) enthalten. Im REK stand der Bereich Radtourismus und GPS-Steuerung im Vordergrund; das vorliegende Projekt geht darüber hinaus.</p> <p>Das Projekt ist dem Maßnahmenbereich 313, Förderung des Fremdenverkehrs, Entwicklung/Vermarktung von touristischen Angeboten zugeordnet.</p>	
<b>Projektbeschreibung</b>	
<p>Die vorhandenen Angebote im Bereich Naherholung und (Tages)Tourismus werden gebündelt und so dargestellt, dass Sie sowohl für den Bürger als auch für Touristen interessant werden. Es wird ein Marketingkonzept für den Landkreis Dachau ohne die Stadt Dachau entwickelt. Dieses Konzept wird mit dem bestehenden Marketingkonzept der Stadt Dachau zu einem Gesamtkonzept zusammengeführt. Desweiteren werden erste Öffentlichkeitsmaßnahmen und erste Qualitätsschulungen durchgeführt und ein zeitgemäßes, tourismusfähiges Internet aufgebaut. Zur Umsetzung des Gesamtkonzeptes wird ein Projektmanagement eingerichtet.</p>	
<b>Ausführliche Projektbeschreibung</b>	
<b>1) Ausgangslage</b>	
<p>Im Landkreis Dachau sind die beiden Themen „Naherholung“ und „Tourismus“ regional nicht tief verwurzelt. Einzellösungen von Gemeinden, z. B. Markt Altomünster oder der Stadt Dachau konkurrieren und sind nicht vernetzt. Highlights sind im Landkreis genug vorhanden (siehe Anlage mit einigen Beispielen). Diese werden aber isoliert dargestellt und verlieren so an Wirkungskraft; sowohl Bürger als auch potentielle Touristen nehmen das vorhandene Angebot in seiner Gesamtheit nicht wahr.</p> <p>Das Projekt „<i>Naherholung und Tourismus im Dachauer Land</i>“ wird dazu führen, dass der Landkreis Dachau seine Naherholungs- und touristischen Highlights gemeinsam vermarktet und als Einheit darstellt. Es wird angestrebt, ein Marketingkonzept für den gesamten Landkreis zu gestalten. Dabei wird im ersten Schritt ein Marketingkonzept für den Landkreis Dachau ohne die Stadt Dachau entwickelt und im zweiten Schritt mit dem bestehenden Marketingkonzept der Stadt Dachau zusammengebracht zu einem einzigen Marketingkonzept.</p> <p>Naherholung und Tourismus werden zu einem nachhaltigen Wirtschaftsfaktor. Neben der Analyse der Stärken in den beiden Bereichen (Naherholung und Tourismus) werden einheitliche Marketinginstrumente, z. B. Internet und Broschüren erarbeitet. Der Kunde (Bürger und/oder Tourist) wird umfassend aus einer Hand bedient und wird als „König“ wertgeschätzt. Die nachhaltige Betreuung steht im Mittelpunkt. Zusätzlich wird das Angebot des Landkreises Dachau über die Landkreisgrenzen hinaus dargestellt und vermarktet.</p>	

## 2) Projektablauf

Das Projekt gliedert sich in drei Schritte:

- 1) Erarbeiten eines Marketingkonzeptes für den Landkreis Dachau ohne die Stadt Dachau.
- 2) Zusammenführen des Marketingkonzeptes der Stadt Dachau mit dem Landkreiskonzept zu einem Gesamtkonzept
- 3) Erarbeiten von potentiellen Maßnahmen und Umsetzung der ersten Maßnahmen im Rahmen des Gesamtkonzeptes



## Projektschritte im Einzelnen:

- 1) **Aufbau eines Marketingkonzeptes für den Landkreis DAH ohne Stadt DAH mit Unterstützung eines externen Dienstleisters.** Dabei werden folgende Punkte bearbeitet:
  - 1.1 Kleine und schlanke Analyse, welche touristische Ausrichtung der Landkreis Dachau „verträgt“, bzw. wo die nutzbaren Stärken liegen. Hierzu wird - ausgehend von bestehenden Analysen, Aussagen und Statistiken - eine Bestandsaufnahme durchgeführt z. B. mit folgenden Parametern:
    - Bevölkerungsstruktur
    - Schwerpunkte von Tradition und Verbundenheit
    - aktuell genutzte touristische und Naherholungsziele
    - Potentiale im Bereich
      - Wirtschaft
      - Kultur
      - Landwirtschaft
      - Natur
      - Ökologie
      - Mobilität
      - Erlebnis
      - Individualität
      - etc.
    - Berücksichtigung aktueller Trends im Bereich Naherholung und Tourismus
  - 1.2 Ableiten der potentiellen Zielgruppe und Gestalten eines marktfähigen Mottos aufbauend auf dem Regionalen Entwicklungskonzept, das sowohl für Bewohner, Bürger (Naherholung) und für (Tages)Touristen wirksam ist. Gestalten eines „Mottos“ / „Slogans“ / „Kernaussage“ / „Leitbilds“ für den Landkreis Dachau im Tourismusbereich. Das Ergebnis ist eine marktfähige Botschaft für das Dachauer Land.
  - 1.3 Bündelung der potentiellen Attraktionen. Dies ist notwendig, da die vielfältige Anzahl der vorhandenen Angebote nicht zu überschauen ist und es keine detaillierte und vollständige Sammlung aller Angebote gibt.
  - 1.4 Sammeln der vorhandenen und geplanten Angebote:
    - Museen und deren Schwerpunkte
    - Wander- und Radwege
    - Themenwege (u. a. Oxenweg, 7 Klösterweg, Der Sonnenweg, Meditativer Wanderweg zwischen Altomünster und Erdweg)
    - Kunstausstellungen und -veranstaltungen
    - Freizeitangebote
    - Kirchen, Klöster, Kapellen
    - Gesundheit, Wellness
    - Übernachtungsangebote
    - etc.
  - 1.5 Bündelung der Attraktionen, die für Unternehmen, Firmen und das Handwerk nutzbar sind:
    - Golfplätze
    - Spezielle Übernachtungsangebote (Wellness, \*\*\* Sterne, Seminarräume etc.)
    - Kultur und Kunst
    - Events der besonderen Art
    - etc.
  - 1.6 Definieren, welche Gruppen, Dienstleister usw. im Bereich Tourismus eine zentrale Bedeutung

haben, welche Verantwortung sie übernehmen können und die über ein Netzwerk in die weitere Gestaltung und in die nachhaltige Sicherung des Projektes integriert werden. Dieses Netzwerk sorgt für den Ausgleich und die Berücksichtigung der verschiedenen Interessen zu diesem Thema. Dieses Netzwerk könnte u. a. folgende Partner enthalten:

- Kultur- und Tourismusbüro Stadt Dachau
- Tourismusbüro Markt Altomünster
- Hotel- und Gaststättenverband
- Vereine
- Bildungsträger aus dem Dachauer Land
- Gemeinden
- Wirtschaft / Wirtschaftsförderer Stadt und Land Dachau
- Tourismus-, Heimatführer etc.
- Aktivsenioren
- Museen und Galerien
- IHK / HWK

1.7 Erarbeiten eines Marketings für das Dachauer Land. Das Marketing ist das Ergebnis aus den vorherigen Schritten – auf den Punkt gebracht und unter professionellen Gesichtspunkten erarbeitet.

1.8 Qualitätsstandards im Bereich Naherholung- und Tourismus definieren. Dadurch soll gesichert werden, dass die Angebote und die Dienstleistungen die erarbeitete Ausrichtung des Landkreises fördern. Bei der Qualitätsstandarddefinition wird mit dem Hotel- und Gaststättenverband und dessen bestehendem Qualitätssiegel und mit dem Tourismusverbands München-Oberbayern e. V. kooperiert.

## **2) Zusammenführen des Marketingkonzeptes der Stadt Dachau mit dem Landkreiskonzept zu einem Gesamtkonzept**

Um dies zu erreichen ist eine Projektgruppe einzurichten, die mit den politischen, touristischen und kulturellen Gremien diskutiert und aus den beiden Marketingkonzepten ein gemeinsames Marketingkonzept entwickelt. Hilfreich ist die Unterstützung durch einen neutralen Dienstleister, der sowohl in der Politik als auch bei einzubindenden Gremien anerkannt ist. Das Ergebnis ist ein Gesamtkonzept.

## **3) Erarbeiten von potentiellen Maßnahmen und Umsetzung der ersten Maßnahmen im Rahmen des Gesamtkonzeptes**

3.1 Sammeln der vorhandenen Marketinginstrumente und –maßnahmen, wie z. B. Internetseiten, Flyer, Broschüren, Karten u. ä.

3.2 Erarbeiten, welche gemeinsamen Marketinginstrumente notwendig sind:

- Gemeinsame Internetseite,
- Gemeinsame Broschüre
- Bündelung von einzelnen Angeboten zu einem attraktiven Angebotsportfolio, z. B. Kirchenführungen, „eine Woche im Dachauer Land“, „die Gänsehauttour“, „Ökologie und Ökonomie auf der Spur“, „Räuber Kneißl zum Erleben“, „Auf den Spuren der Oxen“, Kulinarische Highlight und regionale Spezialitäten etc.
- Erarbeiten von Kooperationsmöglichkeiten mit Tourismusverbänden, Dienstleistern (Busreisen) etc.
- Gemeinsamer Auftritt auf Messen und Veranstaltungen

3.3 Erstellen der ersten Marketinginstrumente im Rahmen der erstmaligen Öffentlichkeitsarbeit:

3.3.1 Startevent

3.3.2 Flyer

3.3.3 Messeauftritt

3.3.4 Landkreisführer mit Karte

3.4 Erstellen der gemeinsamen Internetseite

Die Position der gemeinsamen Internetseite kann auf der Internetseite des Kulturbüros der Stadt Dachau sein. Entsprechende Verlinkung mit bestehenden Seiten von Museen, kulturellen Einrichtungen usw. muss gegeben sein. Eine Online-Buchungsmöglichkeiten mit Navigationsanbindung u. a. auf die Seite des Tourismusverbandes München-Oberbayern wird erstellt bzw. ausgebaut.

3.5 Sichern der definierten Qualitätsstandards durch entsprechende Maßnahmen

3.5.1 Schulungsangebot "Kompetenz im Tourismus", das von Bundesverband der vhs angeboten wird und durch örtliche vhs durchgeführt wird.

3.5.2 Übernahme des Interreg-Konzeptes: *Qualitätsoffensive Alpine Gastlichkeit* (für Übernachtungsbetriebe bis 40 Betten) – siehe auch [http://de.wikipedia.org/wiki/Alpine\\_Gastgeber](http://de.wikipedia.org/wiki/Alpine_Gastgeber)

3.5.3 Kooperation mit der Alpentourismusakademie des Tourismusverbands München-Oberbayern e. V. – siehe auch <http://www.alpentourismusakademie.com/>

3.6 Aufbau eines Netzwerkes im Bereich Tourismus, u. a. mit bestehenden touristischen

Einrichtungen, Gemeinden u. ä. Dabei steht die Vermarktung innerhalb des Dachauer Landes, aber auch über die Landkreisgrenzen hinaus im Fokus; gleichzeitig werden Synergien genutzt, indem z. B. gemeinsame Messeauftritte geplant und Kosten reduziert werden.

3.7 Bewusstseinsbildung gestalten, u. a. durch Schulprojekte, in denen die Angebote dargestellt und aufgearbeitet werden. Angeschlossen ist eine Lehrerfortbildung (hier kann auf bestehende Angebote des Tourismusverbands München-Oberbayern e. V. zurückgegriffen werden).

### **Personelle Besetzung**

Dank der Strukturen von Dachau kann bei den Schritten 1 und 2 auf ein eigenes Projektmanagement verzichtet werden. Der Einreicher übernimmt folgende Aufgaben:

- 1) Koordinierung des Gesamtprojektes mit dem Projekteinreicher, externen Partnern, internen Organisationen.
- 2) Unterstützen und moderieren der Zusammenführung der beiden Marketingkonzepte zu einem Gesamtkonzept.

### **Projektmanagement: Hauptamtlichen Kraft mit folgenden Aufgaben:**

Bei der konkreten Umsetzung (ab dem Punkt: Erarbeiten von potentiellen Maßnahmen und Umsetzung der ersten Maßnahmen im Rahmen des Gesamtkonzeptes) und in Hinblick auf die Nachhaltigkeit ist eine hauptamtliche Kraft mit folgenden Aufgaben notwendig:

- 1) Aufbau eines Netzwerkes mit externen Partnern wie z. B. Tourismusverband München / Oberbayern o. ä. Einrichtungen
- 2) Aufbaus eines Netzwerkes der Dienstleister im Landkreis Dachau
- 3) Erstellen der ersten Marketinginstrumente und Aufbau eines Verteilers für die Marketinginstrumente mit bestehenden touristischen Einrichtungen, Gemeinden, Tourismusbüros, Tourismusverband München-Oberbayern etc.
- 4) Koordinieren des Aufbaus einer Internetseite in Zusammenarbeit mit einem externen Partner
- 5) Erarbeiten und durchführen der erstmaligen Öffentlichkeitsarbeit
- 6) Durchführen von bewusstseinsbildenden Maßnahmen mit Schulen (Schülern und Lehrern), bzw.

Abrufen und Begleiten der Angebote des Tourismusverbands München-Oberbayern e. V. in diesem Bereich; dies in Zusammenarbeit mit entsprechenden Partner wie z. B. vhs oder Tourismusverband München-Oberbayern e. V.

In der Nachhaltigkeit wird die Halbtagskraft weiterbeschäftigt – idealerweise wird die Stelle zu einer Vollzeitstelle.

Die halbamtsliche Kraft wird in Räumen des Amtes für Kultur, Tourismus und Zeitgeschichte der Stadt Dachau untergebracht. So wird der Schulterschluss zwischen Stadt Dachau und Landkreis Dachau im Naherholungs- und Tourismusbereich aktiv gefördert und die Verzahnung der beiden Marketingkonzepte positiv unterstützt.

### **Beantragte Maßnahmen, die mit Leader gefördert werden sollen**

- 1) Projektmanagement (Hauptamtliche Halbtagskraft, Reisekosten, Raumkosten für Veranst.)
- 2) Marketingkonzept (Externe Dienstleistungen)
- 3) Erstmalige Schulungen für die Qualitätssicherung u. a. KiT
- 4) Internetauftritt
- 5) Erstmalige Öffentlichkeitsarbeit
  - Startevent
  - Flyer
  - Messeauftritt
  - Landkreisführer mit Karte

### **Beitrag zur Erreichung der REK-Ziele**

#### **1. Ziele**

Folgende, im REK-Entwicklungsprozess definierte Ziele, werden durch ein stabiles, funktionierendes und gelebtes Naherholungs- und Tourismuskonzept erreicht:

- Stärkung der regionalen Identität und regionalen Profilbildung
- Auf- und Ausbau regionaler Wertschöpfung und der Wettbewerbsfähigkeit
- Ausprägung von Entwicklungspotentialen in den Wertschöpfungsketten Umwelt, Dienstleistung und Naherholung-Tourismus
- Profitausbau für heimische Betriebe und Dienstleister
- Erhalt bzw. Ausbau wohnortnaher Arbeitsplätze
- Steigerung der Attraktivität der Region
- Beitrag zur Stärkung der „weichen Standortfaktoren“ in ländlichen Gebieten sowie zur Nutzung von Synergieeffekten in der regionalen Entwicklung
- Stärkung der Zusammenarbeit über Gemeinde- und Landesgrenzen hinaus.

#### **2. SMART-Ziele**

2.1 Durchführen von jährlich je einer Qualitätsveranstaltung im Dachauer Land mit der vhs und einer Veranstaltung im Rahmen des Interreg-Konzeptes: *Qualitätsoffensive Alpine Gastlichkeit*.

2.2 Zusammenführung des Marketingkonzeptes der Stadt Dachau und des Landkreises Dachau zu einem gemeinsamen Gesamtkonzept.

#### **3. Vernetzung**

- Kultur- und Tourismusbüro Stadt Dachau
- Tourismusbüro Markt Altomünster
- Hotel- und Gaststättenverband
- Wirtschaftsförderer Stadt und Land Dachau
- Bayern Touristik Marketing GmbH
- Tourismusverein München Oberbayern e. V.

#### **4. Nachhaltigkeit**

Die als Projektmanagement eingerichtete Halbtagsstelle wird zu einer Ganztagesstelle ausgebaut. Gleichzeitig wird ein Budget für die Weiterführung der begonnenen Maßnahmen, Marketinginstrumente, für Messen und das Internet aufgestellt. Dazu kommt ein Budget für den Büroaufwand und eine jährliche Evaluierung. Das jährlich notwendige Budget beziffert sich wie folgt:

Die Kosten übernimmt der Projekteinreicher; dieser wird durch die Kommunen gegenfinanziert. Eine Regelung wird schriftlich fixiert.

Zusätzlich wird die Nachhaltigkeit dadurch gestärkt, dass die Stelle in Räumen des Tourismusbüros der Stadt Dachau weiterhin untergebracht wird. Eine Vernetzung mit den touristischen Aktivitäten der Stadt Dachau ist somit gegeben.

Diese finanzielle und personelle Ausgestaltung sichert eine nachhaltige Wahrnehmung und Weiterführung der begonnenen Aktivitäten im Dachauer Land und darüber hinaus.

#### **5. Weitere Kriterien entsprechend den Anforderungen der Stellungnahme und den Projektauswahlkriterien der LAG**

Das Projekt wurde im regionalen Entwicklungskonzept erarbeitet und durch einen Arbeitskreis weiterentwickelt. Im Arbeitskreis vertreten waren das Tourismusbüro der Stadt Dachau und die Tourismusinformation der Gemeinde Markt Altomünster, die Wirtschaftsförderung des Landkreises und der Stadt Dachau, das Landratsamt Dachau, Gemeindevertreter und Bürger.

#### **6. Mehrwert von Leader**

6.1 Durch das Projekt „Naherholung und Tourismus im Dachauer Land“ werden Bürgerinitiativen aufgegriffen und in ein gemeinsames landkreisweites Angebot integriert:

- Projekte aus dem REK, z. B. Wanderwege (Meditativer Wanderweg zwischen Altomünster und Erdweg, 7Klösterweg, Oxenweg usw.), Radwege (Europäischer Radweg, GPS-gestütztes Radeln, Energielehrpfad etc.), Augustinerchorherrenstift Indersdorf
- Vorhandene Ideen und Angebote, die mit Engagement von Bürgern realisiert werden, werden stärker und zielgerichteter vermarktet und haben so mehr Erfolg
  - Themenangebote der Landwirte, z. B. Kunst auf dem Bauernhof, mittelalterlicher Erlebnishof
  - Spezielle Angebote, z. B. Barockfest Altomünster, poetischer Herbst, Ausstellungen, Festivals, Events

6.2 Vereinsaktivitäten und ehrenamtliches Engagement werden belohnt, da sie in einem gemeinsamen Marketing integriert und so einer größeren Zahl von Bürgern bekannt gemacht werden. Hier sind vor allem Museen, künstlerische Aktivitäten, Heimatmuseen, spezielle Präsentationen (z. B. Schützenscheibenausstellungen) etc. zu erwähnen, die durch ehrenamtliches Engagement durchgeführt und organisiert werden.

6.3 Der finanzielle Rahmen, den Gemeinden aufbringen, wird sinnvoller genutzt und in der Summe letztlich reduziert im Vergleich zu der bisherigen Einzelaktivität von Gemeinden, Museen etc. Einheitliche Medien (Internet, Druck) reduzieren die Kosten und steigern die Presseaufmerksamkeit.

6.4 Personelle Ressourcen werden gebündelt, wenn es eine zentrale Anlaufstelle gibt, die professionell besetzt wird. Fach-Knowhow kann so gesichert werden, da ein entsprechend ausgebildetes Personal eingesetzt und finanziert wird.

**Zeitplan**

Voraussichtlicher Beginn: August 2011  
Voraussichtlicher Abschluss: Dezember 2013

**Voraussichtliche Gesamtkosten laut eingeholter und anliegender Kostenschätzung**

Posten
1. Projektmanagement (Hauptamtliche Halbtagskraft, Reisekosten, Raumkosten für Veranst.)
2. Marketingkonzept (Externe Dienstleistung)
3. Erstmalige Schulungen für die Qualitätssicherung
4. Internetauftritt
5. Erstmalige Öffentlichkeitsarbeit
5.1 Startevent
5.2 Flyer
5.3 Messeauftritt
5.4 Landkreisleiter mit Karte

**Voraussichtliche förderfähige Kosten: 141.000,00 €**

**Geplante Finanzierung**

Einreicher (MwSt. und 50 % aus Netto)	
50 % Leaderförderung aus den Nettokosten	

\_\_\_\_\_  
Datum, Unterschrift des Projektträgers