

Lokale Aktionsgruppe: Dachau AGIL e. V.

Projektbezeichnung

Naherholung und Tourismus im Dachauer Land

Träger des Projektes (Antragsteller= Betreiber)

Dachau AGIL e. V.

Handlungsfeld

Das Projekt ist dem Leitbild 2: *Dienstleistung- Naherholung – Tourismus* und hier im Handlungsfeld D „*Naherholung und Tourismus*“ zugeordnet.

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.

Das Projekt ist dem Maßnahmenbereich 313, Förderung des Fremdenverkehrs, Entwicklung/Vermarktung von touristischen Angeboten zugeordnet.

Projektbeschreibung

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 Stadt Dachau) entwickelt. Dieses Konzept wird mit dem bestehenden Marketingkonzept der Stadt Dachau zu einem Gesamtkonzept zusammengeführt. Des Weiteren werden erstmalige Öffentlichkeitsmaßnahmen und Qualitätsschulungen durchgeführt und ein zeitgemäßes, tourismusfähiges Internetangebot aufgebaut. Zur Durchführung des Gesamtkonzeptes und zur Vorbereitung der Umsetzung wird ein Projektmanagement eingerichtet.

Ausführliche Projektbeschreibung

1) Ausgangslage

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.

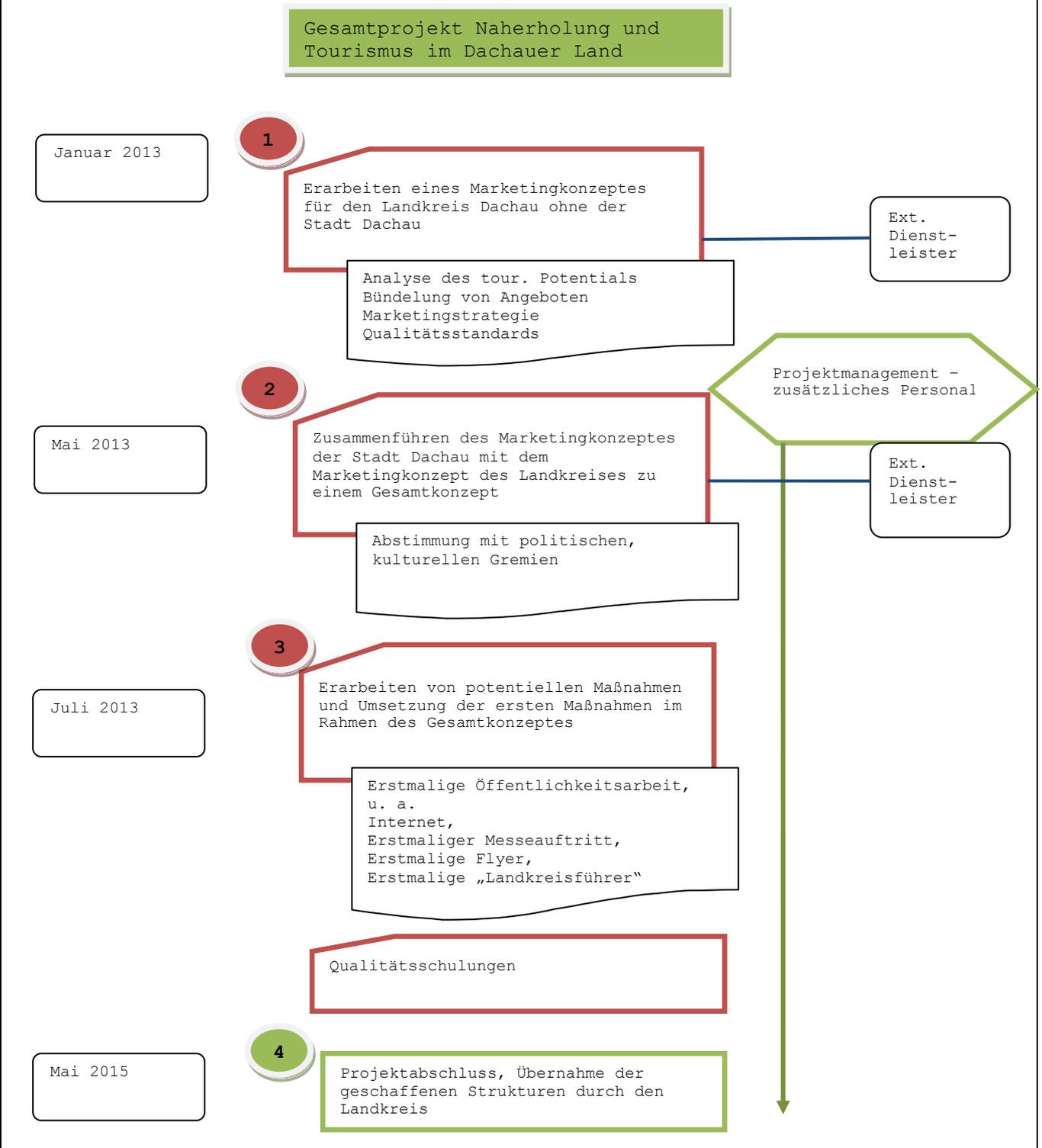
Das Projekt „*Naherholung und Tourismus im Dachauer Land*“ wird dazu führen, dass der Landkreis Dachau seine Naherholungs- und touristischen Highlights gemeinsam vermarktet und als Einheit darstellt. Es wird angestrebt, ein Marketingkonzept für den gesamten Landkreis zu gestalten. Dabei wird im ersten Schritt ein Marketingkonzept für den Landkreis Dachau (ohne Stadt Dachau) entwickelt und im zweiten Schritt mit dem bestehenden Marketingkonzept der Stadt Dachau zusammengebracht zu einem einzigen Marketingkonzept.

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.

2) Projektablauf

Das Projekt gliedert sich in drei Schritte:

- 1) Erarbeiten eines Marketingkonzeptes für den Landkreis Dachau (ohne 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

Beispiele:

- 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

Mit professionellem Redner in geeignetem Rahmen sowie in adäquaten Räumlichkeiten.

3.3.2 Flyer

3.3.3 Messeauftritt

Enge Abstimmung auf den Messeauftritt der Stadt Dachau – eventuell Kombinationsmöglichkeiten zu einem Stand schaffen.

3.3.4 Landkreisleiter mit Karte

Erstellen eines Landkreisleiters in einer ersten Auflage von 3.000 Stück. Die erste Auflage wird kostenlos verteilt und erhält neben im Reiseführerstil aufbereiteten Informationen zu den Attraktionen und Sehenswürdigkeiten des Dachauer Landes zudem herausnehmbares Kartenmaterial der Rad- und Wanderwege im Landkreis.

Alle weiteren Auflagen sollen gegen eine Schutzgebühr abgegeben werden.

3.4 Erstellen der gemeinsamen Internetseite

Anregungen zur möglichen Verortung und Gestaltung:

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-Buchungsmöglichkeit mit Navigationsanbindung u. a. auf die Seite des Tourismusverbandes München-Oberbayern wird erstellt bzw. ausgebaut.

3.5 Sichern der definierten Qualitätsstandards durch entsprechende Maßnahmen

Beispiele:

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

Für das Projekt möglicherweise interessante Module des Programms:

- Interkulturelle Kompetenz
- Beschwerdemanagement
- Kommunikationstraining
- Informationsbeschaffung für den Gast
- Tourismusstrukturen in Bayern
- Kinder- und Familientourismus
- Barrierefreier Tourismus
- Gästegewinnung und Gästebindung
- Gästeinformation und Schlechtwettermappen
- Professioneller Umgang mit dem Gast
- Wege zu mehr Qualität

3.5.2 Übernahme des Interreg-Konzeptes: *Qualitätsoffensive Alpine Gastlichkeit* (für Übernachtungsbetriebe bis 40 Betten) – siehe auch

http://de.wikipedia.org/wiki/Alpine_Gastgeber

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

3.6 Aufbau eines Netzwerkes im Bereich Tourismus

Angestrebtes Netzwerk 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

Beispielsweise durch Schulprojekte, in denen die Angebote dargestellt und aufgearbeitet werden. Angeschlossen ist eine Lehrerfortbildung (hier kann auf bestehende Angebote des Tourismusverbandes München-Oberbayern e. V. zurückgegriffen werden).

Die genannten Beispiele sollen die beantragten Maßnahmen unterfüttern und plastischer

darstellen. Es besteht kein Anspruch auf Vollständigkeit!

Projektmanagement: Hauptamtliche Kraft auf Honorarbasis mit folgenden Aufgaben:

Bei der konkreten Umsetzung (ab dem Punkt 2) 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.

Nach der Förderphase wird das Projektmanagementpersonal weiterbeschäftigt – idealerweise als Vollzeitstelle. Entsprechende Beschlüsse des Landkreises liegen vor oder werden angestrebt. Die Unterbringung soll in der Nähe des Amtes für Kultur, Tourismus und Zeitgeschichte der Stadt Dachau erfolgen. So wird der Schulterschluss zwischen Stadt Dachau und Landkreis Dachau im Naherholungs- und Tourismusbereich aktiv gefördert und die Verzahnung der beiden Marketingkonzepte positiv unterstützt. Die Büronebenkosten übernimmt während der Förderphase der Projektträger.

Beantragte Maßnahmen, die mit Leader gefördert werden sollen

- 1) Projektmanagement (Personalkosten, Reisekosten, Raumkosten für Veranst.)
- 2) Marketingkonzept (Externe Dienstleistungen)
- 3) 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 Aufbau einer qualifizierten Struktur für Naherholung und Tourismus im Dachauer Land

2.2 Qualitätssteigerung im touristischen Angebot und Service

2.3 Intensivierung der touristischen Zusammenarbeit mit der Stadt Dachau

2.4 Aufbau einer kompetenten Anlaufstelle für Naherholer und Touristen

2.5 Qualifizierung von Akteuren im Tourismus (in den beteiligten Kommunen und bei den Anbietern)

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

Ökonomie: Das Projekt stärkt den Wirtschaftsfaktor Tourismus und trägt zur Schaffung und Sicherung von Arbeitsplätzen in diesem Bereich bei. Durch die Bündelung und Aufwertung von Angeboten entsteht eine zusätzliche Wertschöpfung in der Region, weil Naherholer aus dem Verdichtungsraum München und Touristen das Dachauer Land verstärkt zur Erholung aufsuchen.

Soziales: das Projekt setzt die regionalen Kultur-, Umwelt- und Erholungspotenziale in Wert und trägt damit zur Lebensqualität der Bürgerinnen und Bürger im Dachauer Land und zum Wohlbefinden der Besucher bei.

Ökologie: Im Mittelpunkt der Strategien sollen Naturgenuss und sanfter Tourismus stehen. Der schonende und wertschätzende Umgang mit Umwelt und Natur wird die touristischen Strategien maßgeblich prägen.

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: Januar 2013

Voraussichtlicher Abschluss: Mai 2015

Voraussichtliche Gesamtkosten laut eingeholter und anliegender Kostenschätzung

Posten	netto	MwSt.	brutto
1. Projektmanagement (Halbtagskraft auf Honorarbasis, Reisekosten, Raumkosten für Veranst.)	48.000,00		48.000,00
2. Marketingkonzept (Externe Dienstleistung)	25.000,00	4.750,00	29.750,00
3. Erstmalige Schulungen für die Qualitätssicherung (Kostenschätzung nach vorliegendem Programm der VHS „Kompetenz im Tourismus“: 12 halbtägige Module (Teilnehmerzahl 7-9 Personen) à 50 € pro Person)	5.000,00	950,00	5.950,00

4. Internetauftritt	10.000,00	1.900,00	11.900,00
5. Erstmalige Öffentlichkeitsarbeit			
5.1 Startevent [Eine Eröffnungsveranstaltung inkl. Raummiete sowie Kosten für professionellem Redner – Kalkulation nach Erfahrungswert Dachau AGIL (ohne Speisen und Getränke!)]	5.000,00	950,00	5.950,00
5.2 Flyer	5.000,00	950,00	5.950,00
5.3 Messeauftritt	8.000,00	1.520,00	9.520,00
5.4 Landkreisführer mit Karte	35.000,00	6.650,00	41.650,00
Summe	141.000,00	17.670,00	158.670,00

Voraussichtliche förderfähige Kosten: 141.000,00 €

Geplante Finanzierung

Einreicher (MwSt. und 50 % aus Netto)	88.170,00
50 % Leaderförderung aus den Nettokosten	70.500,00
Gesamtkosten Brutto	158.670,00

Mariabrunn.

Ort, Datum, Unterschrift des Projektträgers