
LES SPESSARTregional

AG Tourismus und Naherholung 1

13.12.2021

Protokoll

15.12.2021

Dr.-Ing. Elisabeth Appel-Kummer

Cellastraße 33, 91126 Schwabach,

Tel: 0178 1730 839, Mail: info regio@appel-kummer.de, Web: www.appel-kummer.de

regionalENTWICKLUNG
appel-kummer

Inhalt

1	AG-Sitzung	0
2	Einführung in die Rahmenbedingungen zur Erstellung der LES	2
3	Erarbeitung von Herausforderungen und ersten Handlungsansätzen	5
3.1	SWOT für den Teilbereich Erholungsräume für Naherholung und ländlichen Tourismus	5
3.2	Erarbeitung von Herausforderungen.....	8
3.3	Brainstorming Projektideen.....	10
4	Weiteres Vorgehen.....	11
5	Anhang	12

1 AG-Sitzung

Die erste Sitzung der AG Tourismus und Naherholung fand am 13.12.2021 als Online-Veranstaltung statt. Die Teilnehmenden setzten sich aus den Mitgliedern des Tourismusbeirats und weiteren AkteurInnen zusammen. Es nahmen insgesamt 26 Personen an der Veranstaltung teil.

Ziel der Veranstaltung war:

- Inhaltlicher Input und Klärung der Rahmenbedingungen
- Herausforderungen für die Region erkennen: woran müssen wir arbeiten?
- Erste Ableitung von Handlungsbedarfen

2 Einführung in die Rahmenbedingungen zur Erstellung der LES

Bei der Erstellung der LES sind einige Rahmenbedingungen zu beachten, die in den folgenden Folien zusammengefasst dargestellt sind. In der AG werden Themen aus mehreren der vorgegebenen vier Handlungsfelder zusammen betrachtet.

Alle Handlungsfelder sind unter Berücksichtigung der Querschnittsthemen

- **Digitalisierung,**
- **Klimaschutz**
- **Nachhaltigkeit**

zu bearbeiten.





Rahmenbedingungen LEADER 2023 -2027

Hessisches Ministerium für Umwelt, Klimaschutz,
Landwirtschaft und Verbraucherschutz

Handlungsfeld 3: Erholungsräume für Naherholung und ländlichen Tourismus

- Investitionen: tourismusnahen
Infrastruktur
- Dienstleistungen: Verbesserung
der Servicequalität



21.04.2021 Ländliche Entwicklung - mit LEADER die neue Förderperiode gestalten

9



Rahmenbedingungen LEADER 2023 -2027

Hessisches Ministerium für Umwelt, Klimaschutz,
Landwirtschaft und Verbraucherschutz


Handlungsfeld 2: Wirtschaftliche Entwicklung und regionale Versorgungsstrukturen durch Klein- und Kleinstunternehmen

- Investitionen:
regionale
Kleinstunternehmen
- Investitionen:
Kleinunternehmen
Gastgewerbe
- Dienstleistungen und
Investitionen:
Netzwerke, Wert-
schöpfungsketten,
Fachkräftestrategien



21.04.2021 Ländliche Entwicklung - mit LEADER die neue Förderperiode gestalten

8



SPESSARRegional

regionalENTWICKLUNG
appel-kummer

AG Tourismus
2 Sitzungen / 2 Tagtermine in Verbindung mit dem Tourismusbeirat

Handlungsfeld 2: Wirtschaftliche Entwicklung und regionale Versorgungsstrukturen durch Klein- und Kleinstunternehmen

2.2 Umsetzung investiver Vorhaben von Kleinunternehmen im **Gastgewerbe**
2.3 Entwicklung und Umsetzung nicht -investiver Vorhaben zur **Förderung regionaler Wirtschaftskraft** durch **Netzwerke, Wertschöpfungsketten und Fachkräftestrategien**

Handlungsfeld 3: Erholungsräume für Naherholung und ländlichen Tourismus nutzen

3.1 Umsetzung von investiven Vorhaben der **tourismunahen Infrastruktur**
3.2 Entwicklung und Umsetzung nicht -investiver Vorhaben im **Dienstleistungsbereich** und zur **Verbesserung der Servicequalität**

Handlungsfeld 4: „Bioökonomie“- Anpassungsstrategien zu einem nachhaltigen Konsumverhalten

4.2 Entwicklung und Umsetzung nicht -investiver und investiver **Vorhaben der Bioökonomie**

Als Beispiele zu dem AG-Thema wurden die folgenden Projekte genannt, die bereits mit LEADER-Mitteln gefördert wurden:

- Spessartbogen, Spessartfährten, Spessartspuren
- MTB Wegenetz, Flowtrail
- Ardeas Seenwelt Erlebnislandschaft Kinzigsee
- Zertifizierung nachhaltige Tourismusdestination
- Wirtshaus im Spessart
- Wohnmobilstellplätze
- Adventure Golfanlage

Weitere Rahmenbedingungen sind die vorgegebenen Auswahlkriterien zur Auswahl der Vorhaben in der folgenden Förderperiode. Sie geben wichtige Hinweise für die Ausrichtung der o.g. Handlungsfelder. Die Übersicht für die in der AG bearbeiteten Themen wurden den Teilnehmenden im Vorfeld zur Verfügung gestellt und sind im Anhang zu finden.

3 Erarbeitung von Herausforderungen und ersten Handlungsansätzen

Grundlage für die Erarbeitung von Handlungsansätzen ist eine Stärken-Schwächen-Chancen-Risiken Analyse (SWOT). Sie trägt zum Abgleich der Wahrnehmungen von Herausforderungen bei und dient zur Ableitung von Handlungsbedarfen, die im Rahmen von LEADER bearbeitet werden sollen.

Bei der Bearbeitung der LES wird auf bereits vorhandene SWOTs aus anderen Konzepten – Strategischen Entwicklungsplan Tourismus und dessen Fortschreibung, Naturparkplan – zurückgegriffen. Diese werden sofern nötig mit aktualisierten Daten unterfüttert und es werden ggf. bedarfsorientiert weitere Daten erhoben.

In der folgenden Abbildung ist das Prinzip, wie die SWOT erarbeitet wird und die Ergebnisse in die LES einfließen zusammenfassend dargestellt.



Für die AG wurden die relevanten Punkte aus der vorgegebenen Gliederung entsprechend vorbereitet und den Teilnehmenden vorab zur Verfügung gestellt. Im Rahmen der Sitzung wurde der Inhalt noch einmal vorgestellt und die Vorgehensweise erläutert.

In einer Arbeitsphase wurde die zur Verfügung gestellte SWOT in Kleingruppen ergänzt und auf dieser Basis auch Herausforderungen bzw. erste Handlungsbedarfe entwickelt.

3.1 SWOT für den Teilbereich Erholungsräume für Naherholung und ländlichen Tourismus

Das Ergebnis – die ergänzte SWOT – ist in der folgenden Tabelle dargestellt. Die Nummerierung entspricht der vorgegebenen Gliederung zur LES-Erstellung, damit die Zuordnung bei der Berichtslegung erleichtert wird.

2.4 Erholungsräume für Naherholung und ländlichen Tourismus	
2.4.1 Regionales Tourismusprofil einschließlich bestehender Organisationsstrukturen	
Stärken: Welche Aussagen treffen zu?	Schwächen: Welche Aussagen treffen zu?
<ul style="list-style-type: none"> • Tourismusregion mit attraktiver und abwechslungsreicher Natur- und Kulturlandschaft. Wachsender Bekanntheitsgrad • Ausgeprägte kulturhistorische Potentiale: Altstädte, Bauwerke und bedeutende Persönlichkeiten u.a. Brüder Grimm, Grimmelshausen, Spessarträuber • Zwei starke Kurorte mit umfassenden Angeboten für Gesundheit und Wellness • Gute Verkehrsanbindung und überregionale Erreichbarkeit • Kontinuierlicher Anstieg der Übernachtungs- und Ankunfts zahlen für die Destination (vor Corona) • Wachsende Bedeutung als Naherholungsgebiet für die Rhein-Main-Region, Tagestourismus hat eine höhere Bedeutung als Übernachtungstourismus • Tourismusstrategie mit klaren Profilt h e m e n : Wandern, Radfahren & Mountainbiken, Wohlfühlen (Gesundheit), Kultur und Kulinarik. • Destinationsmanagement als Impulsgeber, Treiber und Taktgeber der touristischen Entwicklung. Unterstützung und Begleitung durch Tourismusbeirat. • Engagierte, verlässliche und kontinuierliche Zusammenarbeit der verschiedenen Ebenen und regionalen Partner wie z.B. dem Naturpark • Kreative und innovative Digitalisierung in Marketing und Vertrieb • „Mountainbike Destination (mit ergänzender Infrastruktur) Zertifizierung in Vorbereitung • „Nachhaltige Tourismusdestination“ Zertifizierung in Umsetzung • „Natourhuki“ Nachhaltiges Tourismuskonzept für Hanau und den westlichen Main-Kinzig-Kreis in Umsetzung • In der Region werden Naherholungsstrukturen in Teilräumen (Naturpark) besonders gefördert, v.a. auch für die Bewohner*innen der Region zur Minimierung von Fernreisen 	<ul style="list-style-type: none"> • Sehr heterogene Destination, mit z.T. sehr unterschiedlichen Teilgebieten • Keine einheitliche Destination (Hessischer und Bayerischer Spessart) • MIV dominierendes Reisemittel • Fehlende ÖPNV-Erreichbarkeit touristischer Einrichtungen • Fehlende Fahrradmitnahme im ÖPNV • Die Verbindung zwischen den großen touristischen Aspekten fehlt (aktives Naturerleben mit Kultur und Veranstaltung, Wellness) ist ausbaubar • Es gibt Defizite bei der „Erzählung“ zum Markenkern der Region • In der Region werden regionale Anbieter im Tourismus (inklusive vor- und nachgelagertem Gewerbe) nicht unter Nachhaltigkeitsprinzipien gefördert • Die Teilräume der Region sind unterschiedlich gut mit touristischer Infrastruktur ausgestattet und können noch besser miteinander verknüpft werden • Es gibt zu wenige grenzüberschreitende touristische Infrastruktur v.a. im Naturraum Spessart • Die nachhaltige Pflege der vorhandenen Infrastrukturen ist nicht überall sichergestellt
Chancen: Welche äußeren Bedingungen unterstützen die Region?	Risiken: Welche äußeren Bedingungen hemmen die Region?
<ul style="list-style-type: none"> • Durch die Nähe zur Metropolregion Frankfurt und den vorhandenen Naturpark besteht eine hohe Nachfrage im Rahmen der Naherholung / Tagestourismus • Wachstumsmarkt: Durch den Trend „Urlaub daheim“ erhöht sich die Nachfrage nach touristischen Angeboten in der Region • Starke Nachfragen nach naturnahen Erholungsformen: Wandern, Radwandern, MTB • Suche nach Regionalität und Authentizität 	<ul style="list-style-type: none"> • Es kann punktuell zu Überlastungserscheinungen in landschaftlich sensiblen Gebieten durch Besucher und Touristen kommen • Hohe Qualitäts- und Serviceansprüche • Die heimische Gastronomie, Hotellerie sowie vor- und nachgelagerte Bereiche können nicht genug von Tagesgästen und Touristen profitieren

2.4.2 Infrastrukturausstattung	
Stärken: Welche Aussagen treffen zu?	Schwächen: Welche Aussagen treffen zu?
<ul style="list-style-type: none"> • Breit gefächertes Beherbergungsangebot. • Hochwertige Wanderinfrastruktur • Gut ausgebautes Radwegenetz • Hochwertige MTB-Angebot • Einbindung Ehrenamt und regionaler Kompetenz bei Entwicklung und Pflege touristischer Infrastrukturen u.a. Wegepaten • Besonderheiten Naturerlebnis: Ardeas Seenwelt, Stolzenberger Ritterblick • Vielfältige Angebote im Bereich der Natur- und Umweltpädagogik. • Besonderheiten Wohlfühlen: Thermen, Gradierwerk, Ice Lab, Salzgrotte, Ayurveda-Zentrum • Besonderheiten Kulturerlebnis: Brüder Grimm, Grimmelshausen, Erlebnisführungen • Netzwerk „Wirtshaus im Spessart“ im Aufbau • Vielfältige Angebote im Bereich Kulinarik u.a. Regionale Geschmacksvielfalt, Küchenschlacht, Platz ... Hirsch, Zickensommer • Die Ausstattung mit touristischer Infrastruktur ist überwiegend an der Nachhaltigkeit orientiert und nutzt Tourismus und Naherholung gleichermaßen 	<ul style="list-style-type: none"> • Beherbergungskapazität rückläufig • Fehlende Beherbergungskapazitäten mit Erlebnischarakter • Die Beherbergungsqualität entspricht in Teilen nicht den heutigen Standards • Räumliche Konzentration touristischer Infrastrukturen (Gefahr der punktuellen Übernutzung der Landschaft) • Defizite Radwege: Beschilderung und Wegeführung • Fehlende Vernetzung im MTB-Segment in andere Regionen hinein • Potentiale zur differenzierten Ansprache im MTB-Segment nicht ausgeschöpft • Fehlendes Versorgungsangebot / Gaststätten entlang der Rad- und Wanderwege • Potentiale Walderleben nicht ausgeschöpft • Zu wenig touristische Leuchttürme als „Frequenzbringer“ • Defizite im Bereich „Infotainment“ insbesondere unter Nachhaltigkeitsgesichtspunkten • Touristische Ausgangspunkte müssten besser erreichbar sein, um von dort weitere Ziele erreichen zu können •
Chancen: Welche äußeren Bedingungen unterstützen die Region?	Risiken: Welche äußeren Bedingungen hemmen die Region?
<ul style="list-style-type: none"> • Die Nachfrage nach qualitativ hochwertigen Infrastrukturen unterstützt deren Ausbau bzw. deren Qualifizierung 	<ul style="list-style-type: none"> • Die Nachfrage der angesprochenen Zielgruppen nach bestimmten Infrastrukturen führt zu einer „Überausstattung“ der Landschaft • Weiter Ausdehnung von versiegelten Flächen für den MIV, um Ausgangspunkte für Angebote erreichbar zu machen
2.4.3 Servicequalität und Zielgruppenorientierung	
Stärken: Welche Aussagen treffen zu?	Schwächen: Welche Aussagen treffen zu?
<ul style="list-style-type: none"> • Wertebasierte Zielgruppenorientierung nach Sinus-Milieus und konsequente Bearbeitung der potentiälträchtigsten Zielgruppen. • Gewachsenes Bewusstsein für Servicequalität • Die Angebotsqualität von Gastronomie und Hotellerie ist durch Zertifizierungen belegt: DTV-Klassifizierung, Wanderbare Gastgeber • Die Möglichkeiten der Digitalisierung im Tourismus und bei der Naherholung werden in allen Bereichen genutzt. • Den örtlichen und überörtlichen Naherholungsbedarfen wird durch den Naturpark Rechnung getragen 	<ul style="list-style-type: none"> • Die touristische Infrastruktur berücksichtigt nur teilweise Aspekte der Teilhabe und Inklusion (Wenig barrierefreie Angebote) • Fehlende Angebote Bett & Bike, MTB-Freundliche Gastbetriebe und weiterer Strukturen (Fahrradvermietung aktuell nicht attraktiv, v.a. E-Bikes kaum im Verleih) • Es fehlen an den Zielgruppen orientierte überregional bedeutsame Veranstaltungen • Die Servicequalität entspricht in Teilen nicht den heutigen Standards
Chancen: Welche äußeren Bedingungen unterstützen die Region?	Risiken: Welche äußeren Bedingungen hemmen die Region?
<ul style="list-style-type: none"> • 	<ul style="list-style-type: none"> •

3.2 Erarbeitung von Herausforderungen

Im Rahmen der Arbeitsphase wurden auf der Grundlage der o.g. SWOT Herausforderungen bzw. auch Handlungsbedarfe gesammelt:

- Nachhaltigkeit als Leitelement durch den gesamten Tag
- Alternative Beherbergungsmöglichkeiten, Erlebnischarakter z.B. Baumhaus, „Räuberhöhlen“
- MTB-Stellplätze „Van“ Life/Camper / Vereinfachte Angebote / Landlust Stellplätze
- „Restaurantführer“ Digitale Darstellung Gasthöfe
- Mystische Figuren in Landschaft verankern „Feen & Kobolde“
- Auf kommunaler Ebene touristische Angebote besser aufeinander abstimmen (z.B. Ardeas Seenwelt als Verbindungselement nutzen)
- Stärkere Nutzung der digitalen Möglichkeiten bei der Vernetzung
- Kommunale Homepages beim Thema Tourismus vereinheitlichen (angelehnt an Spessart-Tourismus)
- Grillplätze neu überdenken (Lage, Ausstattung, Erreichbarkeit)
- Konzentrieren der Ausgangspunkte -> dort ggf. Shuttleservice zum eigentlichen Ausgangspunkt
- Besucherlenkung: digitale Möglichkeiten nutzen, um z.B. Parkplatzbelegung anzuzeigen / Ausweisung der Parkmöglichkeiten (Parkplätze müssen gut nutzbar sein / gut hergerichtet / z.B. Toiletten einrichten)
- An Hotspots digitale Hinweise für weitere Angebote darstellen (QR-Code) -> was ist nah
- Zentrale Punkte: dort Fahrräder zu mieten und wieder abgeben (niedrigschwellig ausleihbar, z.B. zw. Ardeas Seenwelt und Steinau fahren) -> **Startprojekt?**
- **Mitnahme von Rädern im ÖPNV** - > dazu das **Angebot der Linien besser ausbauen** (z.B. Mernes ist außerhalb der Schulzeit kaum erreichbar mit ÖPNV; Verbindung BSS und B. Orb ganz schlecht mit ÖPNV)
- ÖPNV auch mit Rad- und Lastenrad kombinieren. Bereitstellung E-Bikes und E-Autos
- Shuttleservice von Hotellerie zur Verfügung gestellt
- Entscheidungsgrundlage für veränderte ÖPNV-Strukturen erarbeiten durch LEADER (Mobilitätskonzept)
- Digitale Lösungen (wie z.B. Stadtrundgänge o.ä.) vereinheitlichen und eine gemeinsame Softwarelösung nutzen. Insellösungen in der Region abbauen.
 - Datenbankprojekt der STM berücksichtigen.
- Anlegung der (Wege-)Infrastruktur auch außerhalb des Naturparks vereinfachen und nachhaltige Pflege sichern
- Förderung von privatgetragenen Unterkünften sowie alternativen Übernachtungsangeboten schaffen, gerade in recht ländlichen Regionen
 - Berücksichtigung: Konkurrenz Wohnraum
- Kulturelle Angebote weiter zielgruppengerecht ausbauen und vermarkten. Vorhandene Potenziale mit den starken Museen in GN, Steinau nutzen.
- Gastronomische Angebote wie Regiomaten, Verkaufsautomaten von Direktvermarktern ausbauen
 - Fachkräftemangel und Rückgang gastr. Angebot/Öffnungszeiten auffangen
 - Angebot für Besucher wie Einheimische erhalten

Für eine erste Einschätzung, wie wichtig die gesammelten Handlungsbedarfe sind, konnten die Teilnehmenden die vorhandenen Aussagen bepunkten. Die so entstandene Reihenfolge ist nicht als Entscheidung für die Übernahme in die LES zu verstehen, sondern stellt eine Orientierungshilfe für den nächsten Schritt: Ausarbeitung von Zielen und Projekten dar.

Handlungsbedarfe / Herausforderungen	Punkte
MTB-Stellplätze „Van“ Life/Camper / Vereinfachtes Angebote / Landlust Stellplätze	11
Konzentrieren der Ausgangspunkte -> dort ggf. Shuttleservice zum eigentlichen Ausgangspunkt	10
Mitnahme von Rädern im ÖPNV - > dazu das Angebot der Linien besser ausbauen (z.B. Mernes ist außerhalb der Schulzeit kaum erreichbar mit ÖPNV; Verbindung BSS und B. Orb ganz schlecht mit ÖPNV)	9
Nachhaltigkeit als Leitelement	8
Besucherlenkung: digitale Möglichkeiten nutzen, um z.B. Parkplatzbelegung anzuzeigen / Ausweisung der Parkmöglichkeiten (Parkplätze müssen gut nutzbar sein / gut hergerichtet / z.B. Toiletten einrichten)	8
Gastronomische Angebote wie Regiomaten, Verkaufsautomaten von Direktvermarktern ausbauen <ul style="list-style-type: none"> • Angebot für Besucher wie Einheimische erhalten 	8
Kulturelle Angebote weiter zielgruppengerecht ausbauen und vermarkten. Vorhandene Potenziale mit den starken Museen in GN, Steinau nutzen	6
Alternative Beherbergungsmöglichkeiten, Erlebnischarakter z.B. Baumhaus, „Räuberhöhlen“	5
„Restaurantführer“ Digitale Darstellung Gasthöfe	5
Kommunale Homepages beim Thema Tourismus vereinheitlichen (angelehnt an Spessart-Tourismus)	5
Grillplätze neu überdenken (Lage, Ausstattung, Erreichbarkeit)	5
Stärkere Nutzung der digitalen Möglichkeiten bei der Vernetzung	4
An Hotspots digitale Hinweise für weitere Angebote darstellen (QR-Code) -> was ist nah	4
ÖPNV auch mit Rad- und Lastenrad kombinieren. Bereitstellung E-Bikes und E-Autos	4
Digitale Lösungen (wie z.B. Stadtrundgänge o.ä.) vereinheitlichen und eine gemeinsame Softwarelösung nutzen. Insellösungen in der Region abbauen. <ul style="list-style-type: none"> • Datenbankprojekt der STM berücksichtigen. 	4
Entscheidungsgrundlage für veränderte ÖPNV-Strukturen erarbeiten durch LEADER (Mobilitätskonzept)	3
Mystische Figuren in Landschaft verankern „Feen & Kobolde“	2
Auf kommunaler Ebene touristische Angebote besser aufeinander abstimmen (z.B. Ardeas Seenwelt als Verbindungselement nutzen)	2
Zentrale Punkte: dort Fahrräder zu mieten und wieder abgeben (niedrigschwellig ausleihbar, z.B. zw. Ardeas Seenwelt und Steinau fahren) -> Startprojekt?	2

3.3 Brainstorming Projektideen

Abschließend erfolgte ein Brainstorming, bei dem die Teilnehmenden erste Projektideen kreieren konnten. Mit Hilfe des Tools „Mentimeter“ sollte die folgende Frage beantwortet werden: Es ist das Jahr 2027..... Was war Ihr Lieblingsprojekt im Tourismus?

- Spessart ist nachhaltige Tourismusregion mit perfekter ÖPNV-Anbindung
- Spessart ist nachhaltiges Reiseziel mit einem großen und aktiven Partnernetzwerk
- Entwicklung eines nachhaltigen Tourismuskonzepts für die Region, inkl. Ausdefinieren in konkreten Angeboten und Projekten, ÖPNV, Individualverkehr, Markenkern, Identität
- Einheitliche Tourismusregion mit einheitlicher Kommunikation und abgestimmten Angeboten
- Region ist zertifizierte MTB-Region
- Wir sind die erste TOP BIKE Region Rhein Main
- Destination ist DACH-weit bekannt als Destination für Outdoor Tourismus
- Region Spessart ist als erlebenswerte Region Deutschlandweit etabliert
- Spessart entwickelt sich zu einer bekannten Destination im Bereich Medical Wellness & Wohlfühlen
- Der Spessart – Urlaubsziel für Familien
- „Modernisierung der Region“ mit vielseitigem Angebot für Jung und Alt
- Die touristischen Angebote sind hervorragend vernetzt. Die Region profitiert maßgeblich von den angestoßenen Maßnahmen. Der ÖPNV spielt eine zentrale Rolle dabei
- Bessere kommunale Tourismuszusammenarbeit

- „Einheimische“ haben den Nutzen der touristischen Bemühungen für Gäste auch als Vorteil für sich selbst erkannt.

- Mit dem Shuttleservice unkompliziert die schönsten Ausgangspunkte des Spessarts erreichen, um einen schönen Tag zu erleben
- Ausbau ÖPNV, um Wanderern, Tages- und Übernachtungsgästen im Spessart die Vielfältigkeit der Region zu zeigen

- Ausbau und Neustrukturierung des Wanderwegenetz Schlüchtern und Umgebung
- 300km neue MTB Wege inkl. Verkehrslenkung, Übernachtungsmöglichkeiten
- Digitales Erlebnisspiel im ganzen Spessart, Kultur und Natur mit allen Sinnen erkunden
- Info-Zentrum Klima & Wald
- Baumwipfelpfad Spessart
- MTB World Cup Rennen und 10-tägiges MTB Festival
- Küchenschlacht mit Gästen

- Eröffnung eines Baumhaushotels
- Baumhaushotel eröffnen
- Baumhaushotel
- Wanderzeltplätze
- Alternative Beherbergungsangebote – Camping Stellplätze

- Zentrale App mit allen kulturellen und Freizeitangeboten im MKK
- Alles online buchbar: Unterkünfte und Erlebnisse

- Gastronomie stärken und besser präsentieren
- Mehr Regiomaten aufstellen lassen
- Ein gelungener Restaurant-Führer mit guten Rastmöglichkeiten direkt an Rad- und Wanderwegen

4 Weiteres Vorgehen

In der nächsten AG-Sitzung wird es schwerpunktmäßig um die Formulierung von Zielen und die Auswahl erster Projekte gehen.

Der nächste Sitzungstermin ist (geplant als Vor-Ort-Termin):

14. Februar 2022, 13:00 bis 15:30.

Der Ort wird rechtzeitig bekannt gegeben

5 Anhang

Übersicht Handlungsfelder, Themen und Kriterien

Handlungsfeld 2: Wirtschaftliche Entwicklung und regionale Versorgungsstrukturen durch Klein- und Kleinunternehmen			
Themen	2.1 Umsetzung investiver Vorhaben regionaler Kleinunternehmen	2.2 Umsetzung investiver Vorhaben von Kleinunternehmen im Gastgewerbe	2.3 Entwicklung und Umsetzung nicht-investiver Vorhaben zur Förderung regionaler Wirtschaftskraft durch Netzwerke, Wertschöpfungsketten und Fachkräftestrategien
Kriterien obligatorisch	<ul style="list-style-type: none"> Das Vorhaben fördert die Gründung und Entwicklung von Kleinunternehmen <p>Förderquote: 25 % Privat</p>	<ul style="list-style-type: none"> Das Vorhaben fördert die Gründung und Entwicklung von Kleinunternehmen des Gastgewerbes. / Das Vorhaben trägt zur Qualitätssicherung bei und nimmt an anerkannten Zertifizierungsverfahren für das Gastgewerbe teil. <p>Förderquote: 25 % Privat</p>	<ul style="list-style-type: none"> Das Vorhaben unterstützt die Gründung und Weiterentwicklung von Netzwerken und regionalen Wirtschaftspartnern. Das Vorhaben unterstützt die Gründung und Weiterentwicklung von Wertschöpfungsketten. Das Vorhaben fördert die Konzeption und Umsetzung von Fachkräftestrategien zur Unterstützung der Ziele der lokalen Entwicklungsstrategie. Das Vorhaben fördert nicht-investive Vorhaben zur Umsetzung des Handlungsfeldes (z.B. Markenentwicklung, Projektentwicklung). Das Vorhaben unterstützt Investitionen in die wohnortnahe Wirtschaftsinfrastruktur (z.B. Co-Working-Spaces, Projektbüro, Telemedizin). Das Vorhaben fördert nicht-investive Vorhaben in der gebietsüberschreitenden und transnationalen Kooperation (Kooperationsprojekt). <p>Förderquote: 80 % Alle</p>
Kriterien „Mehrwert“ obligatorisch	<ul style="list-style-type: none"> Das Vorhaben trägt zur Grundversorgung der lokalen Bevölkerung bei. / Das Vorhaben wird in einem Orts- und Stadtteil mit nicht mehr als 10.000 Einwohnern umgesetzt. / Das Vorhaben wird von der Kommunen als „wichtiges“ Kleinunternehmen der Grundversorgung bestätigt. Mit dem Vorhaben wird mind. ein Arbeitsplatz- oder Ausbildungsplatz geschaffen. Der Standort des Vorhabens unterstützt die Stärkung des Innenbereichs. / Bei der Umsetzung des 	<ul style="list-style-type: none"> Mit dem Vorhaben wird mind. ein Arbeitsplatz- oder Ausbildungsplatz geschaffen. Der Standort des Vorhabens unterstützt die Stärkung des Innenbereichs. / Bei der Umsetzung des Vorhabens werden die Grundsätze für das „Bauen im ländlichen Raum“ berücksichtigt. Das Vorhaben bezieht regionale, nachhaltig erzeugte Produkte und Dienstleistungen ein. Das Vorhaben beseitigt gastronomische Angebotsdefizite an bedeutsamen Radwegen, Wander- 	Keine Kriterien!

	Vorhabens werden die Grundsätze für das „Bauen im ländlichen Raum“ berücksichtigt. <ul style="list-style-type: none"> Das Vorhaben bezieht regionale, nachhaltig erzeugte Produkte ein. Förderquote: max. 45 % Privat	und Bootswanderstrecken. Das Vorhaben wird von der TAG/Destination als Unterversorgung bestätigt. Förderquote: max. 45 % Privat	
--	--	--	--

Handlungsfeld 3: Erholungsräume für Naherholung und ländlichen Tourismus nutzen		
Themen	3.1 Umsetzung von investiven Vorhaben der tourismusnahen Infrastruktur	3.2 Entwicklung und Umsetzung nicht-investiver Vorhaben im Dienstleistungsbereich und zur Verbesserung der Servicequalität
Kriterien obligatorisch	<ul style="list-style-type: none"> Das Vorhaben leistet einen Beitrag zur landtouristischen Entwicklung und zur Profilierung von Naherholungsregionen. / Das Vorhaben ist in die Landes- und Destinationsstrategien eingebunden und es liegt eine Vermarktungsbeteiligung der Tourismusorganisation vor. / Das Vorhaben wird in einem Orts- oder Stadtteil mit nicht mehr als 10.000 Einwohnern umgesetzt. Förderquote: 50 % Öffentlich-kommunal/Öffentlich-nicht kommunal 30 % Privat <ul style="list-style-type: none"> Das Vorhaben ist ein Kleinvorhaben im Sinne des GAK „Regionalbudgets“ 	<ul style="list-style-type: none"> Das Vorhaben unterstützt die (Service-) Qualitätsentwicklung in den Regionen durch Wissensvermittlung und Netzwerke. Das Vorhaben führt zu einer Zertifizierung der Angebotsqualität. Das Vorhaben fördert einen zeitgemäßen Gästeservice unter Einbeziehung digitaler Systeme. Das Vorhaben fördert die touristische Angebotsqualität ländlicher Regionen durch die Intensivierung von Stadt/Landdialogen. Das Vorhaben fördert den Aufbau touristischer Servicequalität durch Anreizsysteme (z.B. Gästecard). Das Vorhaben verbessert die Kompetenz im HF 3.2 durch die Umsetzung einer gebietsüberschreitenden oder transnationalen Kooperation (Kooperationsprojekt). Förderquote: 80 % Alle
Kriterien „Mehrwert“ obligatorisch	<ul style="list-style-type: none"> Bei der Umsetzung des Vorhabens werden die Grundsätze für das „Bauen im ländlichen Raum“ berücksichtigt. Das Vorhaben unterstützt „Reisen für alle“ und trägt zur barrierefreien Profilierung von Tourismusregionen bei. Das Vorhaben trägt zur Qualitätssteigerung bei und nimmt an anerkannten Zertifizierungsverfahren teil. Das Vorhaben fördert das Projektziel durch gebietsüberschreitende Kooperation (Kooperationsprojekt). Förderquote: max. 65 % Öffentlich-kommunal/Öffentlich-nicht kommunal max. 45 % Privat	Keine Kriterien!

Handlungsfeld 4: „Bioökonomie“ – Anpassungsstrategien zu einem nachhaltigen Konsumverhalten		
Themen	4.1 Sensibilisierung für ein nachhaltiges Konsumverhalten	4.2 Entwicklung und Umsetzung nicht-investiver und investiver Vorhaben der Bioökonomie
Kriterien obligatorisch	<ul style="list-style-type: none"> • Das Vorhaben fördert die Erstellung von Marketingkonzepten und deren Umsetzung unter nachhaltigen Gesichtspunkten • Das Vorhaben fördert Publikationen z.B. sogenannte Klimaspärbücher (praxisorientierter Ratgeber für den Klimaschutz in allen Bereichen des Alltags). • Das Vorhaben fördert die Entwicklung und Umsetzung von Bildungsangeboten. • Das Vorhaben unterstützt die Vermarktung regionaler Produkte. • Das Vorhaben leistet einen Beitrag zum Aufbau von regionalen Wertschöpfungsketten. • Das Vorhaben fördert die Bewusstseinsbildung für nachhaltiges Konsumverhalten. <p>Förderquote: 80 % Alle</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Das Vorhaben fördert die kooperative und arbeitsteilige Zusammenarbeit in der Region. • Das Vorhaben fördert die Netzwerkbildung von Nachfragern und Produzierenden, Endverbrauchern und Großabnehmern sowie Verarbeitern. • Das Vorhaben generiert Mehrwert im HF 4.2 durch die Umsetzung einer gebietsüberschreitenden Kooperation (Kooperationsprojekt)- • Das Vorhaben fördert ehrenamtliche Initiativen zur Sensibilisierung für ein nachhaltiges Konsumverhalten. • Das Vorhaben ist ein Kleinprojekt gemäß GAK „Regionalbudget“ <p>Förderquote: 80 % Alle</p>
Kriterien „Mehrwert“ obligatorisch	Keine Kriterien!	Keine Kriterien!