



<b>1. VORSTELLUNG DER ALLIANZ</b>	<b>2</b>
<b>2. MARKETINGZIELE</b>	<b>4</b>
2.1 PROBLEMSTELLUNG	4
<b>3. STRATEGIE</b>	<b>6</b>
<b>4. MAßNAHMEN</b>	<b>7</b>
4.1 MARKETINGMAßNAHMEN FÜR FAMILIEN	7
4.1.1 BACKTAG IN EBENHAUSEN	7
4.1.2 IM MÄRCHENWALD DA TUT SICH WAS	9
4.1.3 ERLEBNISPFAD DER SINNE	14
4.1.4 DAS OBERE WERN TAL BEWEGT SICH	17
4.1.5 TOURISTISCHES RADWEGEKONZEPT (INTERKOMMUNALE ALLIANZ)	21
<b>4.2 MARKETINGMAßNAHMEN FÜR KUR- UND WELLNESSGÄSTE UND KULTURINTERESSIERTE</b>	<b>21</b>
4.2.1 KURGÄSTE ENTDECKEN DAS OBERE WERN TAL	22
4.2.2 KUNSTAUSSTELLUNG IM AMTSHAUS EBENHAUSEN	24
4.2.3 KULTURFÜHRER (INTERKOMMUNALE ALLIANZ)	25
4.2.4 GASTRONOMIEFÜHRER (INTERKOMMUNALE ALLIANZ)	25
4.2.5 TOURISTISCHE AUTOBAHN BESCHILDERUNG (INTERKOMMUNALE ALLIANZ)	25
4.2.6 GESTALTUNG DER WERN QUELLE (INTERKOMMUNALE ALLIANZ)	26
<b>4.3 MARKETINGMAßNAHMEN FÜR SPORT- UND FITNESSBEGEISTERTE</b>	<b>26</b>
4.3.1 BADESEE	26
4.3.2 BELEUCHTETE JOGGINGSTRECKE	29
4.3.3 KLETTERGARTEN	33
<b>4.4 PROJEKTÜBERGREIFENDE KOMMUNIKATIONSPOLITIK</b>	<b>36</b>
<b>4. RESÜMEE UND AUSBLICK</b>	<b>40</b>
<b>5. ANHANG</b>	<b>41</b>



## 1. Vorstellung der Allianz

Im Wesentlichen sind die folgenden Inhalte aus dem Abschlussbericht des Gutachtens, von der Internetseite der Interkommunalen Allianz und aus einer Präsentation von Hr. Frey übernommen.

Die Interkommunale Allianz Oberes Werntal ist ein kommunales Bündnis der acht Gemeinden Bergheinfeld, Euerbach, Geldersheim, Niederwerrn, Oerlenbach, Poppenhausen, Wasserlosen und Werneck. Die Gemeinden liegen im Oberen Werntal, das sich im Nordwesten Bayerns befindet. Das Obere Werntal liegt an der Städteachse Bad Neustadt – Schweinfurt – Würzburg im Regierungsbezirk Unterfranken. Genauer betrachtet, befinden sich diese Gemeinden im näheren westlichen Umland der Stadt Schweinfurt und werden in vielerlei Hinsicht entscheidend von dieser geprägt. Von den acht Gemeinden des Oberen Werntals liegen sieben im Gebiet des Landkreises Schweinfurt. Lediglich die Gemeinde Oerlenbach befindet sich im Landkreis Bad Kissingen. Es sind also zwei Landkreise, acht Gemeinden und insgesamt 39 Gemeindeteile. Darüber hinaus setzt sich diese Region zum großen Teil aus mehreren ehemals selbstständigen Gemeinden zusammen, die oft unterschiedlich strukturiert sind. So haben wir vier Gemeinden im Verdichtungsraum um Schweinfurt herum und vier Gemeinden im ländlichen Raum. Fast alle Gemeinden sind über die Bundesstraße 19 zu erreichen. Mit dem Neubau der A71, die das Obere Werntal von Nord nach Süd durchquert, wird eine gute Erreichbarkeit der Gemeinden über die A71 und A70 ermöglicht. Das Gebiet umfasst eine Fläche von ca. 260 km<sup>2</sup> mit ca. 43.000 Einwohnern. Somit ist es im bundesweiten Vergleich eher dünn besiedelt.

Das Obere Werntal ist **in Bezug auf** .....Schlusslicht im Vergleich zu den anderen Regionen des Landkreises Schweinfurt und der Landkreis Schweinfurt ist Schlusslicht im Vergleich zu den übrigen fränkischen Regionen. Das kann daran liegen, dass es sich um ein heterogeneres Gebiet handelt, das bisher schlecht erreichbar war. Es gibt nur sehr wenige touristische Attraktionen, die zudem sehr weit auseinander liegen.

Wie jedoch bereits erwähnt, können die Gemeinden des Oberen Werntales mit der Realisierung der Bundesautobahn A71, von Schweinfurt nach Erfurt erheblich besser erreicht werden. Somit ist die Lage der Gemeinden deutlich attraktiver. Die Region



## Marketingkonzept für Naherholung im Oberen Werntal



Main-Rhön sowie das Obere Werntal bieten in Zukunft ein besseres Entwicklungspotential und werden auch für Unternehmen als Standort interessanter. Deshalb wurde im Auftrag der Direktion für Ländliche Entwicklung Würzburg, des Verbandes für Ländliche Entwicklung Unterfranken und der Allianz-Gemeinden unter der Leitung von Prof. Dr. Jörg Maier von der Universität Bayreuth und Dipl. Ing. Landschaftsarchitekt Raimund Böhringer, Bad Alexandersbad ein Strukturgutachten zum Oberen Werntal erstellt. Es wurde am 28. Mai 2003 durch Herrn Landwirtschaftsminister Miller übergeben und ist eingeordnet in das raumordnerische Entwicklungskonzept "A71 – IMPULS FÜR MAIN-RHÖN, Entwicklungsachse als Kooperationsraum". Dieses Gutachten erläutert die neuen Handlungsfelder, die sich aufgrund der neuen Struktur ergeben werden. Es werden Stärken und Schwächen aufgezeigt und spezielle Projekte vorgestellt, die für eine positive Entwicklung des Gebietes angebracht sind. Aufgrund des Gutachtens "Interkommunales Entwicklungskonzept Oberes Werntal" haben die Gemeinden am 06.10.2003 diese Arbeitsgemeinschaft gegründet. Die Gemeinden hatten in den Jahren zuvor gemeinschaftliche gemeindeübergreifende Projekte realisiert, z.B. im Bereich Schule oder Abwasserentsorgung. Damit war schon eine gemeinsame Basis vorhanden. Insbesondere möchte sich die Allianz für die wirtschaftliche Entwicklung, die Schaffung eines verbesserten sozialen und kulturellen Wohnumfeldes und die Stärkung der Position des Oberen Werntals als Bestandteil der Region Main-Rhön und des Raumes Schweinfurt stark machen. Folgende drei Bereiche werden von den geplanten gemeinsamen Aktivitäten besonders tangiert:

- Gewerbe / Infrastruktur / Regionales Marketing / Siedlung
- Naherholung / Freizeit / Kultur / Soziales
- Dorf- und Flurentwicklung / Gewässer und Kulturlandschaftspflege

Natürlich bringt die Verbesserung eines Bereiches oft auch eine Verbesserung der anderen Bereiche mit sich, so dass wir hier einen wünschenswerten Synergie-Effekt erreichen. Daher sind hierbei Interdependenzen als positiv zu werten. Mit der Bildung des Zweckverbandes wurde eine gemeinsame Plattform geschaffen. Ebenso soll eine Corporate Identity gepflegt werden, die zur Vermarktung und Werbung dienen soll. Die regionale Identität wird durch gemeinsame Beschilderung, gemeinsame Logo und Gemeindetafeln, (Touchscreen) gewährleistet werden. Die Zusammenarbeit muss freiwillig erfolgen und eine win-win-Situation zum Ziel haben,



d.h. jeder muss davon profitieren, auch wenn dies in der Praxis oft schwierig ist. Zudem sollten die Aufgabenbereiche klar abgegrenzt werden und Bürger sowie gesellschaftliche Gruppen in den Prozess eingebunden werden.

## 2. Marketingziele

Das Gutachten „Interkommunales Entwicklungskonzept Oberes Werntal“ zeigt deutlich auf, dass das Obere Werntal bisher kaum Bedeutung im Fremdenverkehr hat. Es ist auch nicht zu erwarten, dass sich dies grundlegend ändern wird. Deshalb ist es unser Ziel, den Bürgern der Region ein gutes Angebot an Naherholungsmöglichkeiten vorzuhalten und eine Art „Kleintourismus“ anzustreben. Mit unseren Projekten Baggersee, Märchenpfad, Klettergarten und Erlebnispfad der Sinne streben wir eine Positionierung in unbesetzten Nischen an. Ebenso wollen wir mit der Aktion „Das Obere Werntal bewegt sich“ vor allem den Radtourismus und die Entdeckung der vorhandenen Radwege vorantreiben, wie auch die Entdeckung schon vorhandener Sportbetriebsstätten.

Durch Aktionen, Attraktionen und Einrichtungen die bereits bestehen oder von uns vorgeschlagen werden, soll die Region bekannter werden. Wir wollen erreichen, dass das Obere Werntal ein beliebtes Ziel für Besucher aus den Landkreisen bzw. Städten Schweinfurt und Bad Kissingen wird, die Naherholung suchen. Sowie auch eine von den Bewohnern des Oberen Werntals wertgeschätzte Erholungsregion. Durch dieses in Wert setzen der Region soll eine erhöhte Wertschöpfung stattfinden. Zudem ist eine enge Zusammenarbeit mit der Stadt Schweinfurt angestrebt, da es im Oberen Werntal selbst nur wenig Übernachtungsmöglichkeiten gibt, diese jedoch in Schweinfurt zu finden wären und so beide Regionen voneinander profitieren können.

### 2.1 Problemstellung

Der Bereich des Oberen Werntals bietet große wirtschaftliche Entwicklungschancen. Aber auch für die Naherholung können vorhandene Potentiale und zusätzlich geschaffene Attraktionen genutzt werden.



## Marketingkonzept für Naherholung im Oberen Werntal



Dabei gilt es folgende Probleme, die zum Teil schon im Gutachten der Interkommunalen Allianz angesprochen wurden, zu beachten:

- Das Obere Werntal besteht aus 8 Gemeinden mit insgesamt 39 Gemeindeteilen. Natürlich möchten alle Gemeinden von den geplanten Projekten gleichermaßen profitieren, was jedoch schon aus infrastrukturellen Gründen nicht möglich ist. In diesem Konzept wurden für einige Projekte Standorte vorgeschlagen, die aus wirtschaftlicher und räumlicher Sicht am geeignetsten erscheinen. So ist es z. B. sinnvoll, wegen der dichteren Besiedlung im Umland von Schweinfurt und die Nähe zur Stadtbevölkerung, im Bereich Niederwerrn - Oberwerrn, die unter 4.3.1 vorgestellte beleuchtete Joggingstrecke und das Beach-Volleyball-Feld zu platzieren. Durch die Gründung der Interkommunalen Allianz wurde so eine solide Grundlage für eine faire Zusammenarbeit geschaffen.
- Die touristische Infrastruktur ist in weiten Bereichen des Oberen Werntals ungenügend. Es gibt nur sehr wenige Hotels und auch der Gastronomiebereich ist nicht sonderlich ausgeprägt. Daraus ergibt sich, in Bezug auf Übernachtungsmöglichkeiten eine Abhängigkeit von Schweinfurt. Da sich dieses Konzept jedoch am Naherholungstourismus orientiert, ist die geringe Anzahl von Hotels und Pensionen vernachlässigbar.
- Der landschaftliche Reiz liegt größtenteils im nordwestlichen Bereich des Oberen Werntals. Hier wechseln sich Wald und landwirtschaftliche Fläche ab. Auch kann man hier schon die Ausläufer der Rhön erkennen, was dem Landschaftsbild eine abwechslungsreichere Note verleiht. Der Süden ist dagegen geprägt von großflächigem Ackerbau und einer flachen Landschaft. Allerdings bietet sich hier gerade für nicht ganz so sportliche Radfahrer die Möglichkeit, auf flachen, gut ausgebauten Radwegen ausgedehnte Radtouren zu unternehmen. Einzig die Gemeinde Bergheinfeld mit dem Ortsteil Garstatt kann durch den dortigen Weinanbau und der Nähe zum Main den südlichen Bereich landschaftlich etwas aufwerten.
- Zwar bietet das Obere Werntal einige kulturelle Attraktionen wie die Gadenanlagen und das Archäologische Museum in Geldersheim, heimatkundliche Museen und einige von Balthasar Neumann geplante Gebäude, doch sind diese weit über die insgesamt 260 km<sup>2</sup> verteilt.



- Die Freizeitinfrastruktur im Oberen Werntal ist nicht sonderlich stark entwickelt. Obwohl in den beteiligten Gemeinden, im Vergleich zum restlichen Landkreis das Durchschnittsalter niedriger ist, wird für dieses Klientel sehr wenig angeboten.

### 3. Strategie

Um Erfolg bei diesem groß angelegten Projekt zu haben, ist es sehr wichtig, eine klar strukturierte Strategie zu entwickeln, die sich wie ein roter Faden durch das Gesamte Marketingkonzept zieht.

Dazu gehört in erster Linie, die Region „Das obere Werntal“ bekannt zu machen.

Das soll durch möglichst kostengünstige bzw. kostendeckende Werbung erreicht werden. Dabei sollen die umliegenden Landkreise, im speziellen die angrenzenden Gemeinden des Oberen Werntals angesprochen werden. Ziel hierbei ist es, auf dieses Tal aufmerksam zu machen.

Die Anwohner sollen diese Region mit all ihren Reizen und Highlights kennen und schätzen lernen. Es soll erreicht werden, dass sie dieses Naherholungsgebiet als interessante Region wahrnehmen.

Erreicht werden soll dies durch Highlights wie der Badensee, die Nachtjogging-Strecke oder der Hochseilklettergarten, um nur einige zu nennen. Dadurch soll die Region bekannt gemacht werden. Es soll in relativ kurzer Zeit ein gewisses Kundenpotential (Kundenspektrum) angesprochen werden.

Dazu zählen unter anderem Schulen, Kindergärten aber auch Firmen aus der Umgebung.

Ist dieses Ziel erst einmal erreicht, und hat sich die Wertschätzung des Oberen Wertals in den Köpfen der Bewohner dieser Allianz und der umliegenden Gebiete festgesetzt, werden die einzelnen Gemeinden, Direktvermarkter und Pächter einen monetären Nutzen haben.

Der Zusammenschluss der einzelnen Ortsteile zu einer Allianz, hat natürlich auch einen positiven Synergieeffekte, welcher auf das gegenseitige fördern der einzelnen Gemeinden untereinander beruht. So werden zum Beispiel gemeinschaftliche Anschaffungen wie Maschinen getätigt. Projektseitig ist „Fördern“ so zu verstehen, dass die größeren Projekte die Kleineren mit bewerben. Um ein Beispiel zu nennen,



werden auf den Rückseiten der **Badesee-Karten** ist die Karte nur vom Badesee oder vom ganzen OW kleinere Sehenswürdigkeit und Gasthöfe mit beworben. Hieraus resultiert dann wiederum eine Methode, bei der alle Beteiligten einen Nutzen daraus ziehen, die sogenannte win-win Strategie.

## 4. Maßnahmen

Im folgenden Abschnitt sollen neue Projekte und bereits geplante Aktivitäten der Interkommunalen Allianz dargestellt werden. Dabei ist es besonders wichtig, die Synergieeffekte, die durch die Verbindung der einzelnen Projekten entstehen, darzulegen. Da ein großer Teil der Kommunikationspolitik für alle Maßnahmen gleichermaßen gilt, wird sie im Anschluss an die einzelnen Projekte in Form einer Projektübergreifenden Kommunikationspolitik dargestellt.

**Ist es sinnvoll, die Freizeitkarte auch in unsere Projekte mit aufzunehmen, da wir uns darauf beziehen?**

### 4.1 Marketingmaßnahmen für Familien

Gerade für Familien ist es wichtig, dass in der näheren Umgebung interessante Ausflugsziele angeboten werden. Da sie eine sehr große Zielgruppe darstellen, haben wir ihnen besondere Aufmerksamkeit gewidmet. Folgende Projekte sind auf diese Zielgruppe abgestimmt:

- Backtag in Ebenhausen
- Märchenpfad
- Erlebnispfad der Sinne
- Das Obere Werntal bewegt sich
- Radwegekonzept

#### 4.1.1 Backtag in Ebenhausen

Es gibt nicht viele Gemeinden, die ihren Bürgern ein voll funktionsfähiges Backhaus zur Verfügung stellen können. Ebenhausen jedoch verfügt über ein solches Kleinod.



## **Die Projektidee**

Brot war schon immer ein wichtiges Grundnahrungsmittel der Menschheit. Seit alten Zeiten spielt Brot eine bedeutende Rolle sowohl für die Ernährung als auch für die kulturelle Entwicklung.

Die Bedeutung des Brotes als eine wichtige Lebensgrundlage spiegelt sich in vielen deutschen Sprichwörtern wieder: "sein Brot verdienen" oder der "Brötchengeber". Immer noch hat das Brot in Deutschland einen wichtigen Platz auf dem Tisch. Es ist sehr beliebt. Es gibt viele verschiedenen Sorten Brot. Jede deutsche Gegend hat seine eigenen Brotspezialitäten.

In Deutschland entstand das Handwerk der Bäcker erst im Mittelalter. In den Städten wurde der Brotbedarf schon früh durch Bäckereien gedeckt. Auf dem Lande besaßen Bauernhöfe entweder einen Backofen oder ein Backhaus. Das Brot wurde auf Vorrat gebacken.

Da das Brotbacken, wie vorher erwähnt, in der dörflichen Gemeinschaft Tradition hatte, wäre es eine tolle Sache, an diese alte Tradition wieder anzuknüpfen.

Man könnte zum Beispiel statt wie bisher nur ein bis zweimal im Jahr ein Brotbackfest zu feiern, dieses auf einen Backtag einmal im Monat ausdehnen. An diesen Backtagen soll die Dorfgemeinde vor allem alte Brotrezepte neu entdecken und diese untereinander austauschen. Doch auch Kuchen und Gebäck sollen dort gebacken werden.

Des weiteren könnte man Schulklassen und Kindergärten einen Brotbacktag anbieten, an welchem die Kinder selbst Brot backen und somit auf den Spuren ihrer Vorfahren wandeln können.

Im Rahmen des Projektes „Kurgäste entdecken das Obere Werntal“ besteht die Möglichkeit diese an den Backtagen teilhaben zu lassen.

## **Realisierung**

Damit die Backtage reibungslos ablaufen können, werden Betreuer benötigt, welche das Ganze organisieren. Zum einen wäre da die Vorbereitung des Teiges, wenn frisches Brot, Kuchen und Gebäck verkauft werden sollen. Um die Wartezeit zu überbrücken, während das Brot oder der Kuchen im Ofen ist, kann Kaffee und Tee angeboten werden. Der Erlös wird zur Kostendeckung verwendet. Bei schlechtem



Wetter, zur Vorbereitung und zum gemeinsamen Zusammensitzen ist ein Vorzelt mit Biertischgarnituren sinnvoll.

Die Schul-/Kindergartengruppen können in der naheliegenden Schule ihr Brot oder Gebäck zubereiten und dies anschließend im Backhaus fertig backen. Betreut wird diese Aktion von ehrenamtlichen Helfern, welcher den Kinder vielleicht auch noch etwas über die Geschichte des Brotes erzählen kann.

### **Finanzierung**

Die Kosten für die Betreibung und Erhaltung des Backhauses sollen durch den Verkauf von Brot, Gebäck, Kaffee und Kuchen gedeckt werden.

Bei dem Angebot an die Schulen bzw. Kindergärten müssen somit nur die Kosten für die Zutaten in Rechnung gestellt werden.

Für die Betreuung des Backhauses sollten ehrenamtliche Helfer gesucht werden, welche in Form von Backwaren eine Anerkennung erhalten.

Der Nutzen liegt darin, die dörfliche Gemeinschaft zu fördern, das Backhaus zu erhalten und die Tradition wieder zu beleben.

### **Kommunikation**

Die Bekanntmachung der Bactage erfolgt durch Anzeigen im Amtsblatt der Gemeinden des Oberen Werntals, sowie im Veranstaltungskalender. Um speziell Schulen und Kindergärten darauf aufmerksam zu machen, könnte man diese anschreiben. Kurgäste können durch ein Ausflugsprogramm darauf aufmerksam gemacht werden.

#### **4.1.2 Im Märchenwald da tut sich was**

In diesem Projekt geht es um den Aufbau eines Märchenpfades durch Wald und Wiese, um junge Familien, Kindergärten, Sonder- und Grundschulen anzusprechen.

### **Projektidee**

Märchen sind seit jeher besonders bei Kindern sehr beliebt (früher wurden Märchen Erwachsenen erzählt.) Sie üben magische Anziehungskräfte auf uns aus. „Moderne Märchen“, wie z.B. „Shrek“ bezeugen dies und hier sind auch Inhalte aus Klassikern z. B. aus den Märchen der Gebr. Grimm zu finden. Mit Märchen verbinden uns



unsere Emotionen und Träume. Märchen dienen zur Konfrontation und Auseinandersetzung von kindlichen Urängsten und Wünschen. Nicht zuletzt suchen wir Schutz vor Ungerechtigkeit, tauchen in eine Phantasiewelt ab, die alle Wünsche und Vorstellungen offen- und zulässt. Durch dieses Abtauchen in eine andere Welt wird Stress abgebaut. Entspannung stellt sich ein.

Mit einem Märchenpfad soll die Freude und die Lust am Zuhören, an Bewegung und an der Entwicklung von Phantasien und Zauberwelten gefördert bzw. geweckt werden.

Häufig führt Bewegungsmangel, inzwischen auch bei Kindern zu Übergewicht. Bewegung wird erfolgreich mit Spiel und Spaß kombiniert. Somit wird die Motivation gesteigert Aktivitäten im Freien auszuüben. Hinzu kommt noch, dass das Gemeinschaftsgefühl der den Märchenpfad begehenden Gruppen, ob Familie oder Kindergärten, gefördert wird. Ziel ist es, angenehme Stunden im Pfad zu erleben, die gerne weitererzählt werden und Neugierde zu befriedigen.

Den Märchenpfad kann man in Wasserlosen ansiedeln **weil...** ebenso kann man ihn an den Badesee anschließen **weil ...** .Schön wäre es auch, wenn sich im Anschluss an dem Märchenpfad ein Spielplatz oder ein Grillplatz befände, was zum weiteren Verweilen einladen würde.

### **Realisierung**

Auf einem Rundkurs sollen verschiedene Stationen entstehen. Damit Kinder nicht überfordert werden, sollte dieser ca. 3 km bis 4 km Länge betragen, das Begehen dauert dann etwa 40 - 60 Minuten. Ein leicht begehbarer Weg stellt sicher, dass ebenso Eltern mit Kinderwagen oder auch Rollstuhlfahrer teilnehmen können. Der Sicherheitsgedanke spielt ebenfalls eine große Rolle, so dass auch auf eine verletzungsfreie Gestaltung der Stationen geachtet werden muss, genauso wie auf eine gute Beschilderung. Der Pfad soll zum Wiederkommen einladen.

Es handelt sich um ein leicht zu realisierendes Projekt, das zudem sehr günstig ist. Die Tatsache, dass ein Freizeitangebot für junge Familien in dieser Art nicht existiert, spricht für die Errichtung eines Märchenpfades. Damit ein hoher „Wiedererkennungseffekt“ entsteht, sollten bekannte, erfolgreiche Märchen ausgewählt werden.



## Marketingkonzept für Naherholung im Oberen Werntal



Der Eingang kann schon interessant gestaltet werden. Ein Vorschlag wäre ein aus Weiden angefertigter Tunnel.

An den unterschiedlichen Stationen sollte eine Skulptur und eine Texttafel aufgestellt werden. Außerdem kann man an der Station zusätzliche Aktionspakete anbieten.

Ein Vorschlag wäre, ein Märchen mit verschiedenen Szenen daraus durchgehend darzustellen. Ebenso kann man eine Szene beziehungsweise eine Hauptfigur aus einem Märchen als Skulptur aufstellen (**mein Favorit, weil nicht so „schulmeisterisch“, sondern kindlicher**). Wobei die verschiedenen Skulpturen aus unterschiedlichen Materialien sein können.

Um die Geschichten den Kindern vorzulesen, ist eine Texttafel mit dem jeweiligen Märchen in Kurzform anzubringen. Zusätzliche Aktionspakete machen die einzelnen Stationen vielfältiger. Dazu kann eine „Tastkiste“ verwendet werden. Hier können Kinder in eine Kiste fassen und deren Inhalt erfühlen. Es können Spiele angeregt und an Liedern erinnert werden.

Spezielle Beleuchtung an einem ausgewählten Tag kann zu einem Dämmerungsrundgang einladen (Fackelwanderung). In der Gemeindeverwaltung oder in Gasthäusern kann man eine Holzkiste für geführte Märchenwanderung bereitstellen. Der Inhalt kann aus Mützen oder Hüte zum Verkleiden; Schwungtüchern (Chiffonschal), kleinen Zwergen oder Gnomen, oder einer „goldenen“ Kugel (eine Holzkugel mit Goldfolie) bestehen. Zudem sind Bastelvorschläge, Taschen zum Sammeln, Malbücher, Märchen zum Vorlesen und Lieder unterhaltsame Objekte, die in diese Kiste gegeben werden können. Gegebenenfalls kann man den Kauf einer „Schachtel“ anbieten, die interessante Objekte zum Selbstbegehen beinhaltet.

Denkbare Stationen wären z. B. „Dornröschen“, „Der Froschkönig“, „Schneewittchen“, „Der gestiefelte Kater“, „Hänsel und Gretel“ aus den Märchen der Gebrüder Grimm. „Das Märchen vom Schmetterling“ (Hans Christian Andersen) oder auch moderne Märchen wie „Findet Nemo“, „Shrek“ oder „Monster AG“ kommen bei den Kindern und Erwachsenen ebenso gut an. Die Skulptur bei „Der Froschkönig“ kann so ausgearbeitet werden, dass ein Frosch auf dem Brunnen sitzt, der eine goldene Kugel im Maul hat. (Idee: Weg mit Brücke um Bach zu überqueren). Spiele mit der goldenen Kugel, oder „Wer kann wie ein Frosch um den Brunnen hüpfen?“



laden zum Mitmachen ein. Zusätzlich gestaltet eine Tastkiste mit einer Metallkugel diese Station spannender.

Bei Dornröschen kann man zum Mitmachen durch das Lied „Dornröschen war ein schönes Kind“ anregen. Der Text des Liedes kann auf die Texttafel aufgedruckt sein, oder von den Betreuern kurz erwähnt werden. Zu Schwungübungen z. B. mit Chiffontüchern kann ebenso angeregt werden.

Bei Schneewittchen wäre es bei geführten Touren möglich, Zwerge vorher zu verstecken (Glücksgnome), die gerne von Kindern gefunden werden. Eine Tastkiste bietet sich auch hier an: Kinder fassen in eine Kiste und können z.B. die sieben Zwerge erfühlen.

Das Märchen vom Schmetterling kann durch kleine blaue Schmetterlinge, die sich bewegen lassen (an Federn (Metall) oder dünnen Metalldrähten befestigt), ausgeschmückt werden. „Kannst du fliegen wie ein Schmetterling?“.

Bei „Hänsel und Gretel“ bietet sich eine Hexe, ein Lebkuchenhaus als Spielhaus, Lebkuchen als „Verschiebespiel“, und der Hinweis zum Lied „Hänsel und Gretel“ an.

„Der gestiefelte Kater“ wird durch ein Hologramm Zauberer/Löwe/Maus verschönert. Außerdem können die Besucher dazu animiert werden den Kater (oder sich selbst) am Rücken zu kraulen oder zu massieren. Damit der Pfad über die ganze Strecke ansprechend bleibt, kann man die Entdeckungslust wecken. Hierbei kann man mit einem Bambusrohr auf ein Ziel schauen (→Station) oder in Bäume Fabelwesen, Gesichter oder Feen schnitzen. Der Blick in eine Höhle mit Zauberkristall macht neugierig. Sicherlich möchten die Kinder auch einmal eine Pause machen, dazu kann man aus Baumstämmen Sitze formen, so dass sich die Kinder zwischendurch auch mal hinsetzen können. Der Weg soll lustig und kindgerecht ausgeschildert sein, damit man sich gut zurechtfindet.

### **Finanzierung**

Die Kosten des Projektes sind recht überschaubar, da man in der Ausführung an keine Vorgaben gebunden ist. Es entstehen fast keine Kosten für Instandhaltung, aber es sollte eine regelmäßige Pflege des Rundweges gegeben sein, damit die Skulpturen anschaulich bleiben. In Zusammenarbeit mit Schulen, (hier kann ein Wettbewerb unter den Schulen veranstaltet werden) können Skulpturen preiswert hergestellt werden. **So denke ich, dass man mit durchschnittlich 100 Euro pro Station**



**auskommt.** Würde man einen Künstler mit der Aufgabe betrauen, könnten die Kosten ins Unermessliche steigen. Ansonsten entsteht hier ein kleines Reich, das durch Vielfältigkeit besticht.

Als Einnahmequelle wären regelmäßige geführte Touren, bei der eine Waldfee die Märchen erzählt, denkbar. Dafür kann man Eintrittsgelder verlangen, oder aber zu freiwilligen Zahlungen auffordern. Macht man Führungen für die eingeladenen Kindergärten oder Schulen, kann man einen Pauschalbetrag verrechnen. Vielleicht findet sich auch der ein oder andere Sponsor (Privat- oder Geschäftspersonen) oder man versucht so viel wie möglich auf freiwilliger, unentgeltlicher Basis zu realisieren.

### **Referenzanalyse**

Laut unseren Recherchen haben wir keinen vergleichbaren Pfad gefunden, **wenngleich mir erzählt worden ist, es gäbe in Taparz einen Märchenpfad.**

### **Kommunikation**

Angesprochen werden Eltern mit Kleinkindern bzw. Kindern bis ca. zehn Jahren. Außerdem werden Kindergärten, Sonderschulen und Grundschulen beworben. Das Einzugsgebiet liegt in einem Umkreis von ca. 20 km des Märchenpfades. Erfasst werden können die Daten (Adressen) über das Einwohnermeldeamt, bzw. sind die Adressen der jeweiligen Schulen und Kindergärten bekannt. Nach diesen Vorgaben kann in Zukunft immer ausgewählt werden. Mit Hilfe von Direktmailings an Kindergärten, Eltern, Schulen, Sonderschulen, Vereinen, evtl. in Zusammenarbeit mit Firmen, die Ihre Kunden anschreiben (und somit ihre Datenbank zur Verfügung stellen) werden Eltern und Kinder eingeladen, den Märchenpfad zu besuchen. Die Einladung sollte an solchen Terminen stattfinden, die außerhalb der bekannten Feiertagen liegen, da sonst Terminüberschneidungen stattfinden. Damit die Anzahl der Besucher abgeschätzt werden kann sollten evtl. Preisausschreiben organisieren oder ein Gästebuch oder eine Holzbox für Anregungen zur Verfügung gestellt werden. Dadurch wird auch eine Evaluierung ermöglicht.

Zeitungsberichte oder Medien wie örtliche Radiosender, Gemeindeblätter oder der Veranstaltungskalender machen den Pfad bekannter. Im Internet auf der Homepage der Interkommunalen Allianz und auch auf spezielle Kinderseiten soll der Pfad beworben werden.



## **Essay**

Lust auf magische-märchenhafte Momente bekommen?

Der Phantasie sind bei der Ausgestaltung keine Grenzen gesetzt; ebenso können Märchen nach Faible und Geschmack variiert werden. Hilfreich können hierbei die Zusammenarbeit mit Kindergärten, Grundschulen und ggf. örtlichem „Geschichtenerzähler“ sein; (Paul Maar?)

### **4.1.3 Erlebnispfad der Sinne**

Die Entfaltung gesunder Sinne ist in unserer, von Reizüberflutung geprägten Zeit, wichtiger denn je. Nur über unsere Sinnesorgane ist eine Begegnung mit der Umwelt möglich, kann also erfahren werden, in welchem Bezug die uns umgebende Welt zu uns selbst steht. Gerade für zwischenmenschliche Beziehungen sind gesunde, sensibilisierte Sinne unverzichtbar, stellen sie doch eine wesentliche Voraussetzung für das Erleben des Anderen dar. Der Erlebnispfad der Sinne versucht auf die unterschiedlichen Anforderungen einzugehen, denen unsere Sinne ausgesetzt sind, um dabei ihre spezifische Wirksamkeit kennen zu lernen.

### **Die Projektidee**

Ein Erlebnispfad der Sinne wäre für das Obere Werntal eine große Bereicherung. Da es in der näheren Umgebung keine vergleichbare Anlage gibt, könnten viele Besucher angezogen werden. Durch die Verbindung des Sinnpfades mit dem oben vorgestellten Märchenpfad ist es möglich, Kinder und Jugendliche aller Altersklassen zu begeistern. Und selbst die Eltern und Großeltern können ihre Freude am Gleichgewichtsspiel oder an einem Basaltxylophon entdecken.

### **Realisierung**

Die Aufgabe eines Erlebnispfades der Sinne ist es, unsere Sinne zu wecken. Die Anlage des Rundweges entlang der Wern oder eines anderen Bachlaufes wäre daher für die Gestaltung optimal. Ein am Ende des Pfades befindlicher Spielplatz mit Rastmöglichkeiten bereichert den Ausflug zusätzlich.

Nach einer Ortsbegehung wurde der Ort Wasserlosen ausgewählt. Der Rundweg würde am Kindergarten beginnen. Hier stehen ein Spielplatz und ein Festgelände mit



zum Teil überdachten Sitzplätzen zur Verfügung, so dass die Bewirtung der Gäste ohne große Zusatzmaßnahmen möglich wäre. Ein am Beginn stehendes hohes Stromhäuschen (Wasserlosen 2) könnte als Rapunzelturm für den unter 4.1.2 vorgestellten Märchenpfad gestaltet werden. So kann sofort das Interesse der Kinder geweckt werden. Der Weg selbst liegt zum Teil auf dem Radweg Nr. 22 und ist dadurch mit dem unter 4.1.5 dargestellten touristischen Radwandernetz verbunden.

An allen Elementen sollen Hinweistafeln das Erlebnis mit einfachen Worten erläutern.

### **Sehen:**

Licht und Farbe sind für unsere Sinne von großer Bedeutung. Das wird jeder feststellen, der einmal Blinde Kuh gespielt hat. Unsere Augen vermitteln uns über 80 % der Informationen die wir zum Überleben benötigen. Um die Informationsaufnahme zu schärfen können folgende Elemente aufgestellt werden:

- Hainbuchenlabyrinth
- Kunstobjekte, die Zusammenhänge in der Natur darstellen z. B. Fibonacci-Zahlen (Goldener Schnitt, Tannenzapfen, Sonnenblumen)
- Wasserspiele z. B. Doppelspirale

### **Tasten:**

Der Tastsinn spielt in unserer durch die optische Wahrnehmung dominierten Welt eine untergeordnete Rolle. Um das körperliche Fühlen wieder mehr in unseren Alltag zu integrieren können folgende Elemente in den Erlebnispfad der Sinne aufgenommen werden:

- Barfußerlebnisstrecke mit Sand, Rindenmulch, Schlamm und Wasser
- Kletterwald mit Baumhaus und Rutschbahn
- Holzkiste zum Ertasten von verschiedenen Materialien (Moos, Steine, Rinde usw.)

### **Hören:**

Nur wenige Menschen haben den Luxus eines ruhigen Zuhauses. Viele müssen sich mit Verkehrslärm arrangieren. Zur Entspannung der Ohren und des gesamten Organismus können angenehme Töne beitragen. Folgende Elemente können aufgenommen werden:

- Summstein: hier wird in einen großen Stein eine Öffnung gefräst, so dass man bequem den Kopf hineinstecken kann. Durch das Summen in dieser Öffnung wird der Gehörsinn entspannt und die körpereigenen Schwingungen werden verstärkt.



Dadurch werden sie für den Menschen wahrnehmbar. Diese Schwingungen entspannen Körper und Geist.

- Tönende Steine aus Basalt, die wie ein Xylophon angeordnet sind und mit einem Holz- oder Metallstock angeschlagen werden können.
- Tönende Metallplatten, hier werden Metallplatten in Fußgröße in den Boden eingebaut. Darunter befinden sich Federn, die für das Anschlagen eines Tones sorgen. Beim Laufen über die Platten erklingt der dazugehörige Ton.
- Tönende Röhren aus Metall in verschiedenen Durchmessern die mit einem Klöppel angeschlagen werden können.

### **Gleichgewicht:**

Diese Geräte sollen alle den Gleichgewichtssinn aktivieren, in den auch das Fühlen und Tasten mit einspielt. Nicht nur für Kinder sondern auch für Erwachsene ist eine solche Gruppe mit verschiedenen Geräten zur Übung eine Herausforderung

- drehend gelagerter Balken
- auf einer Feder gelagerte Plattform (Wackelplattform)
- Hängebrücke aus Rundhölzern (quer) die durch Gummibänder elastisch verbunden sind

### **Riechen:**

Hier wäre die Anlage eines Kräutergartens mit Hinweistafeln zu den einzelnen Kräutern eine interessante Möglichkeit. Weiterhin können verschiedene Rosen als Bindeglied zwischen Sehen und Riechen dienen. Man erlebt die Farbenpracht und Vielfalt der Rosen und erriecht ihren Duft.

### **Referenzanalyse des Erlebnispfad der Sinne Edersee**

An der Uferpromenade der Edertalsperre Projekt realisiert. Leider konnten keine genauen Daten finanziert und unterhalten wird es durch die.....Die Kosten für..... Geräte und Einrichtungen beliefen sich auf..... Eine genaue Beschreibung und Daten sind im Anhang eingefügt.

### **Finanzierungsvorschläge**

Der Besuch des Erlebnispfades sollte kostenlos sein.

Um jedoch den Unterhalt zu gewährleisten wäre es denkbar eine Genehmigung für einen Kiosk am Eingang zu erteilen. Dieser wird an einen örtlich ansässigen



Gastronomen verpachtet, der ihn am Wochenende und an Feiertagen bewirtschaftet. Als Betreiber wäre er dann für die Reinigung der Strecke zuständig.

Zusätzlich dazu sollten noch Sponsoren gefunden werden, um den Unterhalt der Wege und Exponate sicher zu stellen. Hier würden sich Patenschaften von örtlichen Firmen oder Vereinen anbieten.

Durch diese Maßnahmen könnte die Kostenbeteiligung der Gemeinden für den Unterhalt niedrig gehalten werden.

Um die Kosten für die Ersteinrichtung zu minimieren, könnten die Exponate von örtlichen Künstlern oder durch Eigenleistung von engagierten Mitbürgern gefertigt werden. Insbesondere die Gleichgewichtsgerät, das Hainbuchenlabyrinth und der Kräuter- Rosengarten wären für die Ausführung in Eigenleistung geeignet. Ebenfalls können die vorgeschlagene Barfußerlebnisstrecke und der Kletterwald auf diese Art kostengünstig realisiert werden.

Für die Finanzierung der Wege und Exponate, die nicht in Eigenleistung erbracht werden können bietet sich auch hier Sponsoring von örtlichen Firmen und Politikern an.

## **Kommunikation**

Durch einen Infobrief oder durch Direkt-Mailings können Kindergärten, Grund- und Hauptschulen und Jugendvereine angesprochen werden. Da an der gleichen Strecke auch der Märchenpfad angelegt sein soll, könnte man den Synergieeffekt vorteilhaft nutzen.

Zur Eröffnung und zusätzlich 2 – 3 mal im Jahr kann ein „Tag der Sinne“ in den Printmedien publiziert werden.

Natürlich wird der Erlebnispark der Sinne auch durch die projektübergreifende Kommunikation (s. 4.5) vermarktet werden.

### **4.1.4 Das Obere Werntal bewegt sich**

Sport ist wichtig zur Erhaltung der Gesundheit. Im Rahmen der Aktion „Das obere Werntal bewegt sich“ sollen die Bürger dazu bewegt werden sich sportlich zu betätigen, dabei etwas für ihre Gesundheit zu tun und ihre Region näher kennen zu lernen.

## **Die Projektidee**



## Marketingkonzept für Naherholung im Oberen Werntal



„Das obere Werntal bewegt sich“ ist eine Aktion die sich über einen Zeitraum von ca. 6 – 9 Monaten erstrecken soll. Dabei sollen alle Bewohner des Oberen Werntals, die Gemeinden, Schulen und Vereine mitwirken. Durch den gemeinsamen Sport lernen sich die Bewohner besser kennen und können untereinander Kontakte knüpfen. Gleichzeitig sollen auch die um das Obere Werntal herum gelegenen Gemeinden auf die Region aufmerksam gemacht werden. Sie werden dazu eingeladen, sich an den Aktionen zu beteiligen und die Region für sich zu entdecken. Dieses Projekt ist besonders dafür geeignet, das von der Interkommunalen Allianz ausgearbeitete touristische Radwegekonzept bekannt zu machen.

### **Folgende Aktionen sollen regelmäßig angeboten werden:**

#### Probetraining

Sportvereine können kostenloses Probetraining für jedermann anbieten (Fußball, Handball, Volleyball, Basketball, Tennis, Geräteturnen, etc.)

#### Anbieten von Lauftreffs

Anfänger, die sich mehrmals die Woche treffen um ihre Kondition Stück für Stück aufzubauen unter fachkundiger Anleitung eines Betreuers.

#### Anbieten von Walkingtreffs

Leute denen Laufen zu anstrengend ist oder die wegen gesundheitlichen Problemen nicht Laufen können, sollen hier die Möglichkeit erhalten sich entsprechend schonender sportlich zu betätigen.

#### Leichtathletiktage

Alle zwei Wochen soll am Wochenende auf einem Sportplatz oder in einer Sporthalle ein Parcours aufgebaut werden in dem man die olympischen Leichtathletikdisziplinen trainieren kann.

#### Fitnessangebote

Hierbei müsste erst einmal mit einem oder mehreren Fitnessstudios der Region gesprochen werden, ob sie ein paar Mal ein kostenloses Probetraining ihrer Kurse



## Marketingkonzept für Naherholung im Oberen Werntal



Tae Bo, Fatburner, Rückengymnastik, Aerobic, Steppaerobic oder Bauch-Beine-Po in einer Sporthalle durchführen könnten.

### Radsporttreffs

Einmal die Woche sollen Interessierte ihre Region vom Rad aus erkunden. Es wird jede Woche eine andere Tour gefahren. Jede Woche oder alle zwei Wochen wird die Tourlänge gesteigert, bis am Ende das gesamte Obere Werntal mit dem Rad erkundet worden ist. .

### **Highlights der Aktion die am Ende stattfinden sollen:**

#### Die „Tour de Wern“

Die „Tour de Wern“ ist eine Radtour die, wie ihr Name sagt, entlang der Wern stattfindet. Sie soll aufgebaut sein wie ein Radrennen und ist für besonders sportliche Teilnehmer. Startpunkt der Tour ist die Wernquelle.

Die Strecken orientieren sich, sofern möglich an den vorhandenen Radwegen. Ist dies nicht machbar, werden offizielle Straßen, die von der Feuerwehr abgesperrt werden genutzt. Die Tour führt von Pfersdorf, über Hain, Poppenhausen, Kronungen, Oberwerrn, Niederwerrn, Geldersheim, Schnackenwerth, Rundelshausen nach Werneck. Ziel ist in Werneck der Schlossgarten, in welchem anschließend die Siegerehrung stattfindet.

#### Die große Balthasar Neumann Tour (Länge ca. 35 km)

Sie ist eine Radtour gemischt mit Kultur. Start ist die Balthasar Neumann Kirche in Euerbach und führt dann über die Balthasar Neumann Kirchen, welche die Etappen der Tour darstellen, der Orte Schwemmelsbach, Schraudenbach, Zeuzleben in den Schlossgarten in Werneck. Unterwegs soll an den Kirchen Halt gemacht werden, um diese zu besichtigen.

#### Die kleine Balthasar Neumann Tour (Länge ca. 6 km)

Wie die große Balthasar Neumann Tour ist dies eine Radtour gemischt mit Kultur. Sie beginnt erst in Schraudenbach und führt dann über Zeuzleben nach Werneck, wo sie im Schlossgarten endet.



### Der Werntalmarathon

Startpunkt dieses Marathons ist das Pfarrhaus in Greßthal. Er führt dann über Obbach und Euerbach nach Geldersheim. Ziel ist die Kirchenburg in Geldersheim, in der auch die Siegerehrung stattfindet.

### Die Werntalolympiade

Bei dieser Olympiade soll jeder Oberwerntaler mitmachen können. Die Disziplinen bestehen aus Kugelstoßen, Weitsprung, 100 m Lauf, 400 m Lauf, 400 m Staffellauf (bei dem sich die Vereine gut messen können).

### **Realisierung**

Bei der Durchführung der Aktionen wäre es möglich dass die einzelnen Vereine der Region mit eingebunden werden. Jeder Verein kann im Rahmen dieser Aktion ein besonderes sportliches Programm anbieten und so vielleicht das ein oder andere neue Mitglied werben.

Genauso können sich auch Fitnessstudios der Region beteiligen, die so ebenfalls Kunden gewinnen können, die sich auch nach der Aktion weiterhin sportlich betätigen wollen.

Ebenso ist es möglich Schulklassen im Rahmen des Sportunterrichts zu beteiligen, die als Teilnehmer aber auch als Helfer (Zeitnehmer, Weitenmesser, Einweiser usw.) eingesetzt werden.

Weiterhin kann auf die Krankenkassen z. B. AOK zugegangen werden, die solche Aktionen finanziell unterstützen und/oder die Aktion mit Kursen und Seminaren fördern.

### **Finanzierung**

Die Kosten für diese Aktion wären minimal, da Sportanlagen, die genutzt werden können, bereits zur genüge vorhanden sind. Für Aktionen wie die „Tour de Wern“ oder den „Werntalmarathon“ müsste man zur Finanzierung Sponsoren gewinnen und entsprechende Startgelder verlangen.

Der Nutzen dieser Idee liegt in der Bekanntheitssteigerung des oberen Werntals, da in jedem Ort Aktionen stattfinden sollen. Bei den Highlights der Aktion werden auch



auswärtige sportbegeisterte Menschen in das obere Werntal gelockt, was den Bekanntheitsgrad der Region steigern wird.

### **Kommunikation**

Um diese Aktion durchführen zu können müssen Partner gefunden werden. Partner sollen die Vereine des oberen Werntals, die AOK Schweinfurt und Fitnessstudios in der Region sein. Diese sollen alle bei Ihren Mitgliedern Werbung machen. Besonders die Vereine können auch befreundete Vereine dazu einladen bei der Aktion, oder nur den Highlights, mitzumachen und die Kräfte zu messen. Des weiteren soll eine Plakataktion im oberen Werntal, sowie in den anliegenden Gemeinden, durchgeführt werden. Für die Highlights der Aktion sollen in den Lokalen Tageszeitungen (Main Post, Schweinfurter Tagblatt) und den Wochenzeitungen (Markt) Werbung gemacht werden, sowie durch Flyer, die an Tankstellen, auf der Gemeinde, im Landratsamt, diversen Schnellimbissen und in Lokalen ausgelegt werden.

#### **4.1.5 Touristisches Radwegekonzept (Interkommunale Allianz)**

Das Obere Werntal ist mit den Maintal-, Werntal- und Main-Werra- und Main-Saale-Radwanderwegen in das Fernradwanderwegenetz eingebunden. Um die kulturellen und naturräumlichen Sehenswürdigkeiten der Region stärker herauszustellen ist ein touristisches Radwegekonzept von der Interkommunalen Allianz erarbeitet worden. Ein entsprechender Beschilderungsplan ist ausgearbeitet. Im Frühjahr 2005 erfolgt die Beschilderung, ergänzt durch Herausgabe einer Radwanderkarte und eines Radwanderführers.

### **4.2 Marketingmaßnahmen für Kur- und Wellnessgäste und Kulturinteressierte**

Erholung und Wellness haben in unserer Gesellschaft einen immer höheren Stellenwert. Gerade diese Zielgruppe interessiert sich auch häufiger für Kultur und Kunst. Um sie für das Obere Werntal zu begeistern, sind folgende Projekte geplant:

- Kurgäste entdecken das Obere Werntal



- Kunstausstellung in Ebenhausen
- Kulturführer
- Gastronomieführer
- touristische Autobahnbeschilderung

#### **4.2.1 Kurgäste entdecken das Obere Werntal**

Durch die Nähe der Kurstädte Bad Kissingen und Bad Neustadt bietet es sich an, die Kurgäste zu einer Entdeckungsreise durch das Obere Werntal einzuladen.

#### **Die Projektidee**

Ein abwechslungsreicher Kuraufenthalt ist für viele Gäste ein zentrales Thema. Um dem gerecht zu werden, wäre es interessant, einmal die Grenzen der Kurstadt zu verlassen und die fränkische Kultur im Oberen Werntal zu entdecken.

Das Angebot lässt sich im wesentlichen in 3 Punkte gliedern:

#### **Wandern – Kultur - Kulinarisches**

Durch ein sich alle 4 Wochen wiederholendes Programm sollen Kurgäste und Wellness Touristen in jeder Altersstufe angesprochen werden.

#### **Realisierung**

Die Organisation eines solchen Ausfluges könnte exemplarisch wie folgt aussehen:

Die Gäste werden an den Hotels in Bad Kissingen und Bad Neustadt mit einem Bus abgeholt. Schon während der Fahrt erläutert ein ortskundiger Führer das Programm und weist auf die vielen Besonderheiten und Attraktionen des Oberen Werntal hin. Die Busfahrt führt zunächst erst einmal nach Niederwerrn. Von dort geht es dann zu Fuß über den gut ausgebauten und landschaftlich reizvollen Wern-Rad-Wanderweg nach Oberwerrn. Da dieser Weg asphaltiert ist, wäre er auch für Rollstuhlfahrer und ältere Gäste leicht zu bewältigen. Nach Oberwerrn verläuft die Strecke direkt an der Wern entlang. Nach ca. 3 km Gesamtstrecke endet die Wanderung in der Storchenmühle kurz vor Kronungen. Hier kann man gemütlich im Brotzeitpavillon heimische Spezialitäten probieren und auch Geschenke wie z. B. Marmelade oder Liköre erwerben. Nach der Wanderung und dem kulinarischen Genuss folgt nun die Kultur. Dazu werden die Besucher mit dem Bus nach Ebenhausen gebracht, wo ein Besuch des Heimatmuseums auf dem Programm steht. Alternativ oder zusätzlich zum Heimatmuseum wäre auch eine Besichtigung der geplanten Kunstausstellung



## Marketingkonzept für Naherholung im Oberen Werntal



im Amtshaus möglich. Hier sollen einheimische Künstler ihre Werke zeigen und zum Verkauf anbieten.

Denkbar wäre auch, diesen Ausflugstag mit dem „Backtag“ der Gemeinde Ebenhausen zu verbinden. Auf diese Weise könnte man die Kurgäste noch zu einem guten Stück fränkischen Zwetschgenplotz und einer Tasse Kaffee einladen.

Dies wäre ein exemplarisch ausgearbeiteter Vorschlag. Natürlich kann man solche Ausflugstage auch unter ein Motto stellen wie z. B. „Auf den Spuren von Balthasar Neumann“ oder „Das Obere Werntal und der Wein“. Möglichkeiten für eine abwechslungsreiche und interessante Gestaltung bieten sich zuhauf.

Der Nutzen dieses Vorschlages liegt in der Bekanntheitssteigerung des Oberen Werntals weit über die regionalen Grenzen hinaus. Zusätzlich dazu profitieren auch noch die eingebundenen Partnerunternehmen.

Dieses Projekt könnte kurzfristig in die Tat umgesetzt werden. Im Zuge der schon geplanten oder bereits realisierten Aktivitäten wie Kulturführer, Gastronomieführer und Wanderführer, ist die Ausgestaltung der Ausflüge eine schnell zu bewältigende Aufgabe.

### **Finanzierungsvorschlag**

Die Kosten für die Busfahrt und den Führer tragen die Kurgäste. Sie verfügen in der Regel über ein größeres Budget als junge Familien und sind im Allgemeinen bereit, mehr Geld für ihre Freizeitgestaltung auszugeben.

Eventuell könnten die profitierenden Partner wie Gaststätten und Künstler einen geringen Teil der Ausgaben übernehmen.

Die Betreuung der Kurgäste könnte von einem ortskundigen Rentner oder dem Busunternehmer selbst übernommen werden. Dadurch ist es möglich, die Ausgaben hierfür gering zu halten.

### **Distribution / Kommunikation**

Um die Kurgäste auf dieses Angebot hinzuweisen, können Flyer mit den geplanten Terminen in den Kurhotels und bei den Fremdenverkehrsämtern ausgelegt werden. Zusätzlich dazu ist es sinnvoll, dass die Gäste auch verbal auf dieses Angebot



hingewiesen werden. Direkt dort sollte auch die Buchung des Ausfluges möglich sein. Ein Abschnitt des Flyers dient als verbindliche Buchungsbestätigung.

Am sinnvollsten wäre es, wenn das Busunternehmen die Gesamtorganisation übernimmt und die Hotels und Fremdenverkehrsämter nur via Internet auf die Anmeldeseite klicken müssen, um dort die Gäste anzumelden. Die Bezahlung sollte dann, aufgrund der Einfachheit, während der Busfahrt erfolgen.

Natürlich ist es auch möglich, mit dem Busunternehmen Kontakt aufzunehmen, um direkt dort einen Platz zu buchen.

Zusätzlich zur Werbung in den Hotels und Fremdenverkehrsämtern können in der Nähe der Wandelhallen und bei Schwimmbädern Plakate angebracht werden.

Durch Anzeigen in den örtlichen Tageszeitungen und in kostenlosen Anzeigebältern können auch interessierte, ortsansässige Bürger erreicht werden. Um sicherzugehen, dass sich diese Ausgaben lohnen, wäre es sinnvoll, eine Statistik darüber zu führen, wie die Teilnehmer auf den Ausflug aufmerksam wurden.

Eine Veröffentlichung der Termine im projektübergreifenden Veranstaltungskalender ist selbstverständlich.

#### **4.2.2 Kunstaussstellung im Amtshaus Ebenhausen**

In vielen Gemeinden wohnen professionelle Künstler und Hobbykünstler. Jedoch gibt es nur wenige Kommunen, die ihnen die Gelegenheit geben, ihre Werke auszustellen.

##### **Die Projektidee**

Das Amtshaus in Ebenhausen wurde unter Mitwirkung von Balthasar Neumann erbaut. Daher eignet es sich nicht nur wegen der Räumlichkeiten gut für eine Kunstaussstellung. Das Haus verfügt über eine großzügige Garderobe und Sanitäre Anlagen. Es können dort Exponate von ortsansässigen Künstlern, Abschlussarbeiten von Schulen sowie Gesellenstücke von heimischen Handwerkern ausgestellt werden.

##### **Realisierung**

Um eine solche Ausstellung zu organisieren, sollen ortsansässige Künstler gefunden werden, die ihre Exponate zum Verkauf anbieten möchten. Die Künstler können über einen Zeitungsartikel in den Amtsblättern der Gemeinden des Oberen Werntals oder



von den örtlichen Bürgermeistern angesprochen werden. Eine weitere Möglichkeit bietet der Kunstverein in Schweinfurt.

Zur optimalen Positionierung der Kunstwerke muss eine gut abgestimmte Beleuchtung vorhanden sein. Werden plastische Exponate ausgestellt, müssen Tische oder Podeste zur Verfügung stehen.

### **Finanzierung**

Die Kosten sollen durch einen anteilmäßigen Erlös der verkauften Stücke gedeckt werden.

Der Nutzen liegt darin, den ein oder anderen verborgenen Künstler bekannt zu machen, aber auch Kunstliebhaber in die Region des Oberen Werntals zu ziehen.

### **Kommunikation**

Die Bekanntmachung erfolgt im Veranstaltungskalender, Groschenheft und in Artikeln der kostenlosen wöchentlichen Anzeigebblätter.

#### **4.2.3 Kulturführer (Interkommunale Allianz)**

Das Obere Werntal verfügt über ein reiches kulturhistorisches Erbe, das bisher nur teilweise in Wert gesetzt wurde. Unter anderen finden sich Bauwerke von Balthasar Neumann, Kirchenburgen, jüdische Kulturspuren, Ritterdörfer, Bildstöcke u.a.m. Um auf diese Kulturgüter aufmerksam zu machen, arbeitet die Interkommunale Allianz an einem Kulturführer.

#### **4.2.4 Gastronomieführer (Interkommunale Allianz)**

Zur besseren Positionierung des Oberes Werntals wurde ein Gastronomieführer erstellt. Für 2005 werden interessierte Gastronomen Aktionswochen vorbereiten.

#### **4.2.5 Touristische Autobahnbeschilderung (Interkommunale Allianz)**

An den Autobahnen sollen touristische Hinweiszeichen (z. B. Kirchenburgenland Oberes Werntal) angebracht werden. Dazu läuft momentan die Trägerbeteiligung seitens der Autobahndirektion Nordbayern.



#### **4.2.6 Gestaltung der Wernquelle (Interkommunale Allianz)**

Als Namensgeber für die Werntal-Allianz soll das Umfeld der Wernquelle aufgewertet werden. Die Fertigstellung ist für das Frühjahr 2005 geplant.

### **4.3 Marketingmaßnahmen für Sport- und Fitnessbegeisterte**

**hier fehlt noch was**

#### **4.3.1 Badesee**

**wir greifen hier den schon angedachten Badesee auf.....**

##### **Die Projektidee**

Neben den kleineren Projekten, die den Bekanntheitsgrad der Region in kleinen Schritten erhöhen, ist es wichtig, dass die Region ein Zugpferd einsetzt, das nicht nur alle Altersklassen und Bevölkerungsschichten gleichzeitig, sondern auch in verhältnismäßig großen Mengen anspricht. Hierzu wäre ein Naturbadesee in Verbindung mit einem erweiterten Freizeit und Sportangebot geeignet.

In Schweinfurt und Umgebung gibt es nur zwei nennenswerte Badeseen. Den Ellertshäuser See und den Badesee in Grafenrheinfeld. Ersterer liegt jedoch am nordöstlichen Landkreisrand von Schweinfurt, Letzterer liegt zwar stadtnah, ist jedoch meist stark überfrequentiert und hat wegen dem einseitigen Zugang nur eingeschränkte Besucherkapazitäten.

Der Schwebheimer See kommt für viele Erfrischungssuchende, wegen der schlechten Wasserqualität, den unkomfortablen Einstiegen und dem hohen Unfallrisiko nicht in Betracht.

Die hohen Besucherzahlen von Grafenrheinfeld zeigen schon den dringenden Bedarf an einem weiteren Badesee. Hier kommt noch hinzu, dass viele potentielle Besucher den See meiden, da die Gäste hier sehr gedrängt liegen.

Daher wäre ein Badesee mit gutem Zugang und Liegeflächen an mehreren Seiten eine großartige Gelegenheit viele Gäste in die Region zu ziehen und sie auch auf die weiteren Angebote der Interkommunalen Allianz aufmerksam zu machen.

##### **Realisierung mit weiteren Angeboten**

Der See sollte eine Fläche von 10.000 m<sup>2</sup> nicht unterschreiten. Zum einen um gewisse Grundkapazitäten zu liefern, zum anderen, um die Basis für Projekte zu bilden, die im weiteren Verlauf der Arbeit erläutert werden.



So könnte die Zukunftsvision des Badesees aussehen:

Der See ist von allen Seiten von grünen Liegewiesen umschlossen. Auf ihnen sind Schatten spendende Bäume angepflanzt. An der Eingangsseite befinden sich ausreichend Parkmöglichkeiten, Umkleidekabinen sowie sanitäre Anlagen inklusive Duschen, die einen angenehmen Komfort für die Besucher bieten und den See und seine Ufer gleichzeitig vor Verunreinigung schützen. Ein Kiosk mit Sitzplätzen und Aussicht auf den See lädt die Besucher zum Verweilen ein.

Ein 3 Meter breiter Sandstreifen am Ufer verleiht dem See Meeresflair und die sandigen, flachen Randbereiche schaffen einen angenehmen und sicheren Zugang. In der Mitte des Sees befindet sich eine künstliche Insel oder schwimmende Plattform, die eine Attraktion für Kinder und Jugendliche, sowie einen Sicherheitsnutzen für alle Gäste darstellt, da sich erschöpfte Schwimmer auf ihr ausruhen können.

Soweit zu dieser kurzen Vision.

Der See würde ein Highlight darstellen, dass sich zwar nicht über das gesamte Obere Werntal erstreckt aber trotzdem könnte das gesamte OWT davon profitieren: Zum einen werden Besucher über den See indirekt auf die Region aufmerksam gemacht, zum anderen könnte man das gesamte OWT, dessen Attraktionen und Aktionen, sowie Veranstaltungen direkt bewerben. Dies könnte mittels Infotafeln rund um den See, speziell am Kiosk geschehen. Des weiteren könnten Broschüren an die Besucher verteilt werden.

Selbstverständlich würde ein solcher See auch eine erhebliche Attraktivitätssteigerung für die jetzigen, sowie potentiellen Bewohner des OWT darstellen.

### **Erweiterungsmöglichkeiten zur Attraktivitätssteigerung des Sees**

Der See könnte durch folgende Zusatzeinrichtung aufgewertet werden:

Am See sollte ein separater Bereich für Sport und Spiel eingerichtet werden. Dies würde zum einen das Angebot für die Besucher erweitern, zum anderen eine Störung der Ruhe suchenden Gäste verhindern. Als fester Aufbau, neben einer großen Rasenfreifläche, wären Beach – Volleyballfelder zu empfehlen. Beach – Volleyball erfreut sich in Deutschland als Freizeitsport zunehmender Beliebtheit, wird in Badebekleidung ausgeübt und bietet Menschen von 12 bis 50 Unterhaltung und Bewegung. Ein Feld ist schnell und kostengünstig zu errichten, da wenig Platz



## Marketingkonzept für Naherholung im Oberen Werntal



benötigt wird und das Feld mittels eines Erdaushubs, mehrerer LKW-Ladung Sand, einem Netz mit zwei Pfosten, sowie einem Sperrband als Begrenzung zu realisieren ist. Hierbei sollten eventuell zwei Felder errichtet werden, da ein Feld, wie sich an anderen Seen und Bädern zeigt, häufig nicht ausreicht. Zwei Felder würden es ebenfalls ermöglichen, dass unterschiedlich starke Spieler leistungsgleiche Spielpartner finden könnten.

Für die kleinen Besucher würde ein Abenteuerspielplatz, mit Schaukel, Rutsche, Klettergerüst, Seilbahn etc. den Aufenthalt am See weitaus interessanter gestalten. Die Kinder finden Beschäftigung, Herausforderung und Spaß zur gleichen Zeit, wodurch auch der Aufenthalt der Eltern stark erleichtert wird, da Beschäftigung der Kinder mit Erholung für die Eltern gleichzusetzen ist. Im Rahmen dieser kinder- und elternfreundlichen Gestaltung des Sees, sollte auch an einen, durch Bojenseile abgegrenzten Flachwasserbereich für Kleinkinder und im Allgemeinen gedacht werden, der den Eltern die Aufsicht über ihre Schützlinge erleichtert und die Sicherheit beim Baden erhöht.

Für die warmen Sommerabende wäre ein Grillplatz mit mehreren Feuerstellen eine idyllische Bereicherung für den See. Dieser bestünde aus einer Feuerstelle, sowie umliegenden Holzbänken mit Tischen. Zur Wahrung der nächtlichen Ruhe und der Sauberkeit, könnte in Erwägung gezogen werden, den Grillplatz nur entgeltlich und nach Ableistung einer Kautions zur Verfügung zu stellen.

Letztlich bleibt zu überlegen, ob bei derartig hohen Investitionen nicht in größerem Maße, durch die Errichtung eines Campingplatzes profitiert werden sollte. Dieser würde durch die Nähe zum See und durch den Wernradweg eine erhebliche Aufwertung erhalten, **würde Übernachtungsgäste in die Region ziehen (die brauchen aber kein Hotel im OW)** und somit den Anderen in dieser Arbeit beschriebenen Veranstaltungen und Attraktionen Besucher beschenken. Zusätzlich dazu wird die lokale Wirtschaft beleben. Campingtouristen zeigen oft Interesse an der Umgebung des Campingplatzes und erkunden diese gleichermaßen, wie Tradition und Kultur. Zu beachten bleibt hier, dass der Campingplatz nicht direkt am See gelegen sein sollte, um Interessenüberschneidungen zwischen Naherholungssuchenden, Joggern, Campern und Anwohnern zu vermeiden. Hier ist anzuraten See und Campingplatz so weit auseinander zu planen, dass beides zwar von einander getrennt, jedoch bequem und schnell erreichbar ist. Sollte dies aus Platz- oder Infrastrukturellen



Gründen nicht möglich sein und der Badesee nicht zu Fuß vom Campingplatz aus erreichbar sein, könnte dies im Sommer mittels eines mehrmals am Tag stattfindenden Kleinbustransfers kompensiert werden.

### **Finanzierungsvorschläge**

Die Anlage des Sees wäre ein Großprojekt, dessen Errichtungskosten sich auf mehrere Millionen Euro belaufen würden. Dies würde die Zusammenarbeit einiger Gemeinden, der Stadt Schweinfurt, sowie des Bayrischen Staatsministeriums und gegebenenfalls der EU erfordern.

Da die Gemeinde Niederwerrn bereits im Rahmen des geplanten Gartenschaukonzeptes über die Anlage eines Badesees mit Freizeitanlagen nachgedacht hat, sollten hier eventuell ausgearbeitete Pläne besonders in Betracht gezogen werden.

Eintrittsgelder zur Unterhaltfinanzierung des Sees lassen sich wegen der dazu nötigen vollständigen Umzäunung schwer realisieren. Daher wäre es sinnvoll einen Kiosk ermäßigt zu verpachten. Der Pächter müsste sich im Gegenzug dazu verpflichten den See, sowie die gesamte Anlage zu pflegen und zu unterhalten.

Der Campingplatz könnte ebenfalls verpachtet werden. Hierfür könnten durch die Nähe zum See eine verhältnismäßig hohe Pacht veranschlagt werden, da für den Campingplatz durch diese vorteilhafte Lage wiederum höhere Platzmieten veranschlagt werden könnten.

### **Kommunikation**

Aufgrund des hohen Attraktionsfaktors des Sees kann davon ausgegangen werden, dass der See durch die, mit der Errichtung einhergehenden Berichterstattung in den Medien und durch Mundpropaganda überregional bekannt wird. Allerdings sollte er auf der Internetseite des OWT durch Bilder und Beschreibungen ausführlichst beworben werden, um aus der weiteren Umgebung Tagesausflüglern, sowie eventuell Campern die Möglichkeit zu geben, sich ein detailliertes Bild über die Attraktionen zu machen die sie erwarten.

#### **4.3.2 Beleuchtete Joggingstrecke**



### **Die Projektidee: “Moon and Sun” oder “Night and Day”**

Die Zahl der Freizeitsportlerinnen und Sportler nimmt seit Jahren insbesondere im Bereich Jogging / Walking stetig zu. Dies ist Ausdruck eines in der Bevölkerung allgemein gestiegenen Gesundheits- und Fitnessbewusstseins. Es ist eine regelrechte Laufeuphorie ausgebrochen.

Die positiven Auswirkungen auf Körper und Psyche sind beim Joggen direkt nach Feierabend besonders ausgeprägt. Das Abschalten vom stressigen Arbeitstag gelingt viel besser. After-Work-Running wird jedoch ab Herbst zunehmend problematisch. Das Unfall- und Sicherheitsrisiko schreckt die Meisten vom Lauftraining in der Dunkelheit ab. Aber gerade in der bewegungsarmen Winterzeit ist ein regelmäßiger Ausdauersport sinnvoll.

In Schweinfurt gibt es zur Zeit zwei angelegte Laufstrecken - die Wehranlagen und der Schwebheimer See. Die im Sommer stark frequentierten Laufstrecken können im Herbst und im Winter ab Dämmerungseinbruch nicht mehr genutzt werden. Frauen trauen sich bei trübem Tageslicht häufig nicht einmal tagsüber in das Wäldchen an der Maxbrücke. Da die Dämmerung im Winter ab 16.30 Uhr einsetzt, ist es vielen Berufstätigen gar nicht mehr möglich unter der Woche im Freien zu laufen.

Da es in Schweinfurt und Umgebung keine beleuchtete Laufstrecke gibt, bleibt den berufstätigen Schweinfurter Läufern in der trüben Jahreszeit nichts anderes übrig, als unter der Woche Verzicht zu üben und sich aufs Wochenende zu freuen – falls man dann die Zeit findet. Hört man sich in Läuferkreisen um, besteht ein großer Bedarf, dessen Deckung auf enorme Zustimmung stoßen würde.

Dieses Defizit könnte sich die Allianz Oberes Werntal zu nutzen machen und ein Highlight für die Landkreise Schweinfurt und Bad Kissingen setzen, das nicht nur die Läufer der Region darauf aufmerksam macht.

Laut Auskunft des Sportamtes der Stadt Schweinfurt gibt es in Schweinfurt und weiterer Umgebung keine beleuchtete Joggingstrecke. Daher wäre eine beleuchtete Joggingstrecke im Einzugsgebiet – es kann davon ausgegangen werden, dass Läufer bis zu 15 km anreisen, um Laufen zu gehen – konkurrenzlos.

### **Umsetzung**

Zur Kostenreduzierung und zur Steigerung der Attraktivität wäre es sinnvoll, den Rundkurs um den Badensee herum anzulegen. Die Länge des beleuchteten



## Marketingkonzept für Naherholung im Oberen Werntal



Bereiches sollte aus Lauf- und Auslastungstechnischen Gründen mindestens 1600 Meter lang sein. Aus Kosten und Überwachungsgründen jedoch 2300 Meter nicht überschreiten.

Dabei wäre es dienlich eine Abzweigung anzulegen, die den Läufern tagsüber und im Sommer einen größeren Kurs eröffnet und am Ende wieder auf den kleineren Kurs zurückführt, da Start und Ziel nahe bei einander liegen sollten.

Dies führt zu einem weiteren Pro für die Kombination mit dem Badesee: Die Läufer könnten die Duschen, Umkleiden, Toiletten und Schließfächer des Badesees benutzen, was weiteren Anreiz für die Nutzer darstellt und zugleich den Laufkurs sauber hält.

Das Material, des kleinen Kurses könnte ein für die Gelenke angenehmer, stoßhemmender Quetschsand sein, die Laternen sollten mit Meter- und Orientierungstafeln versehen sein.

### Erweiterung durch einen Fitnessparcours

Eine relativ kostengünstige Aufwertung der Laufstrecke, wäre durch einen Fitnessparcours, der aus Holzgeräten für Dehnung und Kraftübungen besteht, zu erreichen. Dieses Angebot wäre in Schweinfurt wiederum einmalig und würde einen hohen Anreiz für die Läufer darstellen: Richtiges Aufwärmen und Nachdehnen mindern das Verletzungsrisiko und wirken der Verkürzung der Bänder entgegen. Des Weiteren stellen Kraftübungen eine sinnvolle Ergänzung zum Lauftraining dar.

Hier ein Realisierungsbeispiel:

Dehnbereich

Kraftbereich

### **Finanzierungsvorschläge**

#### Laternen-/Fitnessgeräte- Patenschaften

Ein Bestandteil der Finanzierung der Beleuchtungsanlage und der Fitnessgeräte ist die Übernahme einer Patenschaft. Firmen und Institutionen würden das Projekt unterstützen und wären werbewirksam mit einem Patenschaftsschild an der Laufbahn vertreten.



## Marketingkonzept für Naherholung im Oberen Werntal



Für die Übernahme einer Patenschaft wäre es sinnvoll Sportartikelhersteller, Sportgeschäfte, Krankenkassen, Banken, Vereine, Lokale Industrie und Geschäfte oder die Stadtwerke etc. anzusprechen.

Aus Flexibilitätsgründen für die Organisatoren und die Paten könnte die Patenschaft auf die Dauer von 3 Jahren festgelegt und bei Bedarf verlängert werden. Ansonsten wäre eine dauerhafte Patenschaft anzuraten, bei der der Pate das jeweilige Objekt sponsert.

### Finanzierungslauf

Ein Lauf könnte die fehlenden Mittel für einen dauerhaften Betrieb der Laternen, sowie Unterhalt und Pflege der Strecke einspielen. Dabei sollten alle Teilnehmer mit ihrem Startgeld einen Beitrag dazu leisten und die Realisierung "erlaufen".

Dieser Stadtlauf muss vom OWT in Zusammenarbeit mit der Stadt organisiert und überregional (Würzburg, Bad Kissingen, Bamberg) beworben werden. Den Paten könnte hier die Chance gegeben werden ihr Unternehmen gegen Gebühr über Banner, Luftballons etc zu bewerben. Es sollten verschiedenen Läufe für unterschiedliche Altersklassen (z.B. Bambinilauf), verschiedene Längen und Mottos (z.B. Firmenlauf) angeboten werden.

Dieser Lauf wäre eine Attraktion für ganz Schweinfurt und würde neben den Läufern auch zahlreiche Zuschauer anlocken. Eine großartige Chance Schweinfurt auf das Obere Werntal und seine Attraktionen aufmerksam zu machen.

### Alternativen

Alternativen, sowie eine Erweiterung zu den eben dargestellten Varianten wären folgende Möglichkeiten:

In Zusammenarbeit mit ansässigen Vereinen oder dem Fitnessstudio in Oberwern könnten geführte Jogging- und Walkingkurse für Anfänger oder motivationsbedürftige Gruppen angeboten werden.

Ein Unkostenbeitrag für die Benutzung der Strecke bei Nacht, sollte möglichst niedrig gehalten bzw. vermieden werden.

### **Kommunikation**



Neben den allgemeinen Kommunikationsmaßnahmen, wie der Erwähnung auf der Freizeitlandkarte und den eben angesprochenen Möglichkeiten, wie dem Stadtlauf oder der Kooperation mit dem Sporttreff 2000, muss die Joggingstrecke durch weitere Maßnahmen vermarktet werden.

Eine wichtige Plattform für die Laufstrecke wäre eine Internetseite. Diese sollte einen Lageplan, eine Skizze, Bilder, alle Hardfacts über die Laufstrecke sowie einen Aktions- und Veranstaltungsplan enthalten. Außerdem ist auch zu überlegen, ob man ein Forum bzw. einen Chat einrichtet, in dem sich Läufer austauschen und verabreden können.

Des Weiteren könnten als Direktmarketing Mailings oder Newsletters versandt werden, in deren Empfängerlisten man sich sowohl über die Homepage als auch handschriftlich über Listen, die an der Strecke ausliegen, eintragen kann. In diesen Mailings werden die Läufer über Neuigkeiten und geplante Veranstaltungen informiert.

Die selben Informationen sollten den Sportvereinen der Regionen als Aushang für ihre Schaukästen und Schwarzen Bretter zur Verfügung gestellt werden.

### **4.3.3 Klettergarten**

Das agieren in 10 m Höhe erfordert eine gehörige Portion Mut und eine gesunde Selbsteinschätzung. Diese individuelle Persönlichkeitsbildung kann in einem Hochseilklettergarten erfahren werden.

#### **Projektidee**

Gerade in großen Unternehmen ist es selbstverständlich, dass man leitenden Angestellten Seminare zur Entwicklung der Teamfähigkeit anbietet. Eine Möglichkeit dazu bietet ein Hochseilklettergarten.

Hier werden in schwindelerregender Höhe aufwendige Seilkonstruktionen aufgebaut. Die Kletterseile können zum Teil in vorhandene Bäume eingebunden sein, oder auch an Stützen befestigt werden. Man unterscheidet zwischen Hochseilkletter- und Niederseilgärten. Die Hochseilkonstruktionen sind zehn Meter über dem Boden befestigt. Die Teilnehmer sind dabei selbstverständlich durch zusätzliche Sicherungsseile abgesichert.



## Marketingkonzept für Naherholung im Oberen Werntal



Hier heißt es "Grenzen austesten!". Das Ganze findet unter Anleitung eines professionellen Sicherungstrainers statt. In einem solchen Klettergarten kann sich jeder, ob jung oder alt beweisen. Das ist Herausforderung pur. Wichtig dabei ist, dass die Bewältigung keinem sportlichen Selbstzweck dient, sie ist vielmehr Methode eines erlebnispädagogischen Konzeptes. Eine spielerische, vertrauensbildende Einstimmung. Der hohe Aufforderungscharakter und die stets emotionsgeladene Durchführung der Aktionen schaffen die Voraussetzungen, um persönlichkeitsbildende und gruppenbezogenen Prozesse in Gang zu setzen.

Interaktions- und Kooperationsspiele bereiten die Teilnehmer auf die Risiken vor. Inhaltlich geht es hierbei vorrangig um den Gruppenprozess der während der Bewältigung einer gestellten Aufgabe abläuft: Vertrauen, Kooperation, Kommunikation, teamorientierte Problemlösung und Kreativität. **Wiederholung von oben, Klarer, Erklärung wie der Ablauf ist, Beispiel**

Die sogenannten hohen Stationen sind so konzipiert, dass sie sehr riskant wirken. Für den Einzelnen erscheinen sie zunächst sehr gefährlich und schwierig. Die Bewältigung dieser Stationen wird erst durch die Mithilfe und die Zusammenarbeit der ganzen Gruppe möglich. Natürlich sind alle Teilnehmer dabei durch die Verwendung von Bergsportmaterialien optimal abgesichert. Das Wagnis für die Teilnehmerinnen und Teilnehmer liegt in der Überwindung eingefahrener Persönlichkeitsmuster, der Möglichkeit eigene Grenzen zu verschieben und diese neu festzusetzen. Ein besonderen Wert liegt dabei darauf, dass sich die Gruppe gegenseitig sichert und die Bewältigung der Stationen durch Hilfestellung unterstützen.

Natürlich erhalten die Teilnehmer vom Betreiber Helme, Kletterseile, Gurte, diverse Sicherungsmaterialien sowie ein Erste-Hilfe-Set.

Um die Teilnehmer optimal zu betreuen, werden Seminare mit intensiver Schulung angeboten. Die Leitung erfolgt durch erfahrenen Mitarbeitern.

### **Realisierung**

Als Standort für dieses Projekt wäre ein Waldgebiet oder ein Grundstück mit Baumbestand sehr gut geeignet. Der nördliche Teil des Oberen Werntals bietet sich daher durch seine Wälder und der hügeligen Landschaft besonders an.



Der Aufbau des Klettergartens sollte in privater Hand liegen, so dass er sich selbst über die Einnahmen tragen kann.

Durch die Realisierung eines Hoch- und Niedrigseilgartens können auch Jugendliche und Kinder aus dem Umkreis angezogen werden.

## **Referenzanalyse des Hochseilklettergartens in.....**

### **Finanzierungsvorschlag**

Wenn solch ein groß angelegtes Projekt angegangen werden soll, stellt sich als erstes immer die Frage der Finanzierung. Schließlich möchte man stets mit möglichst geringer finanzieller Beteiligung auskommen. Um dies möglich zu machen, sind hierbei Firmen mit großen, sozialen Engagement der richtige Ansprechpartner.

Dies ist sehr gut am Referenzbeispiel der Siemens Management Consulting und UPJ-Partner BDKJ im Bistum Mainz zu erkennen. Die Unternehmensberatung verbindet regelmäßig ihren Mitarbeiter-Aktionstag mit einem sinnvollen sozialen Engagement und hatte dieses Jahr den Hochseilklettergarten für das Bamberger Jugendwerk „Don Bosco“ realisiert.

<http://www.upj-online.de/upj/bmonat.html>

Eine weitere Möglichkeit wäre, auf das Vorhaben einer Gartenschau, zumindest Bruchteile daraus, aufzubauen. Hierfür könnten Gelder aus verschiedenen Verbänden, unter anderem auch dem Bund der Selbständigen, bezogen werden. Als Leitfaden kann hierzu das Projekt „Norderstedts Plan für die Gartenschau“ hergenommen werden. <http://www.abendblatt.de/daten/2004/10/21/354530.html>.

Alternativ zu den beiden Lösungsansätzen kann man auch über Sponsoring den Park finanzieren. Dies sieht so aus, dass „Paten“ für Pfosten, Sitzbänke etc. gesucht werden.

### **Kommunikation**

Zur Zielgruppe zählen Unternehmen, Schulen, Fachhochschulen und Universitäten. Weiterhin können Jugendgruppen oder Pfadfindervereine angesprochen werden.

Ein großes Potential bietet sich hier auch bei den Schweinfurter Großunternehmen wie ZF Sachs, FAG oder Bosch Rexroth.



Jedoch sollten die Werbemaßnahmen für diesen Hochseilklettergarten nicht nur regional beschränkt sein. Gerade durch diese Attraktion könnten auch Gruppen aus weiter entfernt liegenden Unternehmen angezogen werden. Adäquate Übernachtungsmöglichkeiten bietet das nahe gelegene Bad Kissingen in ausreichender Menge.

Die Präsentation des Klettergartens sollte besonders in den Unternehmen, die ja bekanntlich die größten potentiellen Kunden sind, durch den Betreiber persönlich stattfinden. Dabei werden in einem anschaulichen, mehrseitigen Prospekt der Sinn und Zweck dargestellt. Parallel dazu werden Flyer an interessierte Mitarbeiter verteilt. Um andere Zielgruppen für den Hochseilklettergarten zu begeistern, werden Zeitungsartikel verfasst, welche in regelmäßigen Abständen in der Mainpost und im Schweinfurter Tagblatt erscheinen.

Eine weitere Möglichkeit wäre die Zusammenarbeit mit ortsansässigen Fitness Studios und Sportvereinen. Hier könnten für die Mitglieder Gruppenseminare angeboten werden.

Weiterhin wäre es für den Betreiber überlegenswert, ob er den Klettergarten bei Sport- und Freizeitmessen präsentiert. Hier erreicht er im Allgemeinen ein breites Publikum und kann so weit über die regionalen Grenzen hinaus potentielle Kunden erreichen.

Radio – oder regionale Fernsehwerbung ist nur dann zu verwirklichen, wenn der Betreiber die Kosten dafür übernimmt. Eine Patenschaft von ortsansässigen Firmen wäre dazu eine sinnvolle Ergänzung.

Durch einen Internetauftritt könnte der Klettergarten deutschlandweit bekannt gemacht werden. Hier kann mit einem Link zur Seite des Oberen Werntals auch auf die vielen anderen Attraktionen hingewiesen werden.

#### 4.4 Projektübergreifende Kommunikationspolitik

**hier auch noch die Autobahnbeschilderung mit einfügen**

Neben den projektspezifischen Kommunikationsmaßnahmen gibt es allgemeine Maßnahmen, die projektübergreifend anwendbar sind. Daher werden sie, um Wiederholungen zu vermeiden bei den Einzelprojekten nicht mehrfach aufgeführt. Sie werden nun an dieser Stelle beschrieben.



## Marketingkonzept für Naherholung im Oberen Werntal



Zusätzlich zu dem bereits in Arbeit befindlichen Kultur- und Gastronomieführer, wäre es zu empfehlen einen **Freizeit-/ Erlebnisleitenden** zu entwickeln. Dieser sollte nicht als Heft sondern als faltbarer Kartenprospekt erscheinen. Auf der Vorderseite sollte die Region vereinfacht kartografisch dargestellt werden. Die Freizeitmöglichkeiten sollten in dieser Karte als dreidimensionales symbolträchtiges Bild dargestellt werden und mit Nummern oder Bezeichnung versehen sein. So sollte die komplette Seeanlage, der Radweg, die Laufstrecke, der Erlebnispfad der Sinne, der Klettergarten, vorhandene Skateparks, Jugendtreffs, die Sportplätze der lokalen Vereine, die Freilichtbühne in Sömmersdorf etc. aufgezeigt werden – also alle Stätten zur Freizeitgestaltung inklusive der Sportanlagen.

Auf der Rückseite dieser Karte sollten diese Stätten näher erläutert werden. Der Übersichtlichkeit halber sollte man nach Kultur, Sport, Freizeit, Familie / Kinder sortieren und den Bezug auf die Nummerierung vernachlässigen.

Ein Viertel der Rückseite sollte für die Ausschnittsvergrößerung des Badesees mit den ihn umgebenden Anlagen reserviert sein, da eine Darstellung auf der Vorderseite wegen der lokal komprimierten Menge der Attraktion zu unübersichtlich wäre. Der positive Synergieeffekt des Sees und die Kombination der Attraktionen auf der Karte werden an dieser Stelle besonders deutlich. Möchte sich ein Besucher des Sees einen Überblick über die Badeanlage machen, wird er gleichzeitig auf die sonstigen Angebote der Region aufmerksam.

Des Weiteren wäre in Erwägung zu ziehen (je nach Platz und Design), die Restaurants aus dem Restaurantführer ebenfalls auf dieser Karte mit aufzuführen.

Die **Kultur- Gastronomie- und Freizeitführer** sollten dem Bürgerservice, den Geschäftsstellen der Tageszeitungen und Wochenblätter, Tagungszentren, Hotels, der Stadtbücherei von Schweinfurt und eventuell auch Bad Kissingen und Bad Neustadt zur Auslage **zur Verfügung gestellt** werden. Zu Beginn sollten dünnere Broschüren wie z.B. der Freizeitführer im Anzeiger oder im Markt einmalig beigelegt werden, um die Bewohner von Schweinfurt Stadt und Land auf die Region aufmerksam zu machen. Im Anschluss daran sollten sie natürlich auf den Ämtern und an den Infoständen des Badesees ständig verfügbar sein.

Für die Gemeinden des OWT sollte alle zwei Wochen ein Infoblatt in den Gemeindeblättern beiliegen. Darin werden die Bürger über die aktuellen Projekte der Allianz informiert. Ein wichtiger Effekt ist hierbei, dass Bürgernähe erzeugt wird und



## Marketingkonzept für Naherholung im Oberen Werntal



eine höhere Identifikation der Bürger mit dem Gesamtkonzept Oberes Werntal erreicht wird. Wenn die Bürger stärker hinter dem Projekt stehen, werden sich sicherlich auch Freiwillige finden, welche die Durchführung der Projekte stark erleichtern und erheblich zum Gesamterfolg beitragen.

Das wichtigste Kommunikationsmittel ist die **Berichterstattung in lokalen Medien**. Sie vereint zwei wichtige Faktoren, zum einen spricht sie ein großes Publikum an und zum anderen ist sie dabei noch kostenlos.

Hierzu müssen lediglich Berichte vorbereitet oder in Zusammenarbeit mit einem Mitarbeiter der Medien erstellt werden. Die Berichte sollten zur Vorstellung des gesamten Oberen Werntals mit seinen neuen Planungen (sobald diese feststehen), sowie vor dem Start der wichtigen Projekte erscheinen beziehungsweise gesendet werden. Hierzu sollten sowohl die Printmedien wie Schweinfurter- Markt, Tagblatt, Anzeiger, Mainpost, Stadt- und Veranstaltungsmagazine wie das Groschenheft, Fritz usw., als auch regionale TV-Sender (TV-Touring oder die Lokalstunde auf den Sat 1-Frequenzen über Kabel, sowie die Dritten Programme) in Erwägung gezogen werden. Des Weiteren die Radiosender Primaton, Charivari, Gong und auch Bayern 3. Die TV und Radiosender könnten sowohl bereits im Vorfeld, sowie von der Veranstaltung selbst berichten. Ein wichtiger Werbeeffekt der keinesfalls außer Acht gelassen werden sollte.

Die Veranstaltungskalender der Zeitschriften und Sender sollten immer mit den aktuellen Informationen versorgt werden, um die Bewohner im Umfeld des OWT immer auf dem Laufenden zu halten und um im Gespräch zu bleiben.

In **Zusammenarbeit mit den Städten, Landratsämtern und Gemeinden** könnte ein Konzept erarbeitet werden, das neu zugezogene Mitbürger besser über die Freizeitmöglichkeiten in den jeweiligen Städten und Umgebung aufklärt. In Schweinfurt werden neue Bewohner lediglich auf Nachfrage auf einen Ständer mit Infobroschüren hingewiesen. Über einen übersichtlichen gemeinschaftlichen Freizeitführer verfügt die Stadt oder der Landkreis laut Auskunft der Touristeninformation jedoch nicht. Oft liegt es schlichtweg an fehlender Information, dass neue Einwohner nach dem ersten Eindruck davon ausgehen, man könne hier nichts Sinnvolles unternehmen.

Des Weiteren könnten in Verbindung mit den Behörden ein Ferienpasskonzept für das „neue“ OWT ausgearbeitet werden. Aber auch die Schulen, Kindergärten,



## Marketingkonzept für Naherholung im Oberen Werntal



Vereine oder Pfadfindergruppen könnten direkt angesprochen werden und es könnten ihnen Angebote unterbreitet werden, wie die Kinder, Klassen und Gruppen Wandertage, Ausflüge und Besichtigungen im OWT durchführen könnten. Der Einfluss eines Kindes, das seinen Eltern von einem Ausflug vorschwärmt und zu einem erneuten Besuch auffordert, ist nicht zu unterschätzen.

Wichtig wäre es zum Thema Stadt und Land ebenso, dass der Online - Veranstaltungskalender auf den Seiten wie [www.schweinfurt.de](http://www.schweinfurt.de) auch hier wieder mit ausführlichen und regelmäßigen Informationen versorgt wird. Die Internetseite des OWT sollte als gut sichtbarer Link auf den Seiten der Behörden zu finden sein – ein Link der auch in dieser Arbeit zu einem der wichtigsten Aushängeschilder des Oberen Werntals führt – der Internetpräsenz:

Die **Homepage des OWT** ist von äußerst großer Bedeutung, da gerade im regionalen und ländlichen Naherholungsbereich bei vielen Gemeinden starke Defizite bei Themen wie Design, Aufbau, Informationsgehalt und Auffindbarkeit vorliegen. Dies gibt dem OWT die Möglichkeit sich durch einen professionellen Auftritt eindeutig von der Konkurrenz abzuheben. Da die zunehmende Bedeutung des **Internets** als Recherche-, Planungs- und Informationsmedium als bekannt vorausgesetzt wird, soll sie an dieser Stelle nicht näher erläutert werden.

Die Internetseite sollte eine ansprechende und angenehme Präsentation der Region in Wort und Bild beinhalten. Die Bilder sollten per Mausklick vergrößert dargestellt werden können und wenn möglich von professioneller Hand fotografiert worden sein. Die Landkarte mit eingezeichneten Aktionsschauplätzen (siehe Thema Freizeitführer), sollte hier in digitaler Version mit allen Informationen zur Verfügung stehen. Weiterhin sollten auch die Informationen aus dem Gastronomie und Kulturführer mit aufgenommen werden.

Die Radwanderkarte sollte in vereinfachter Form als PDF-Datei zum Ausdruck zur Verfügung stehen. Ebenso der Veranstaltungskalender, der hier natürlich besonders aktuell aufgeführt sein sollte. Darüber hinaus sollten die Übernachtungsmöglichkeiten in der Region dargestellt und eine Rubrik „Aktuelles / diese Woche“ gepflegt werden. Neben den verschiedenen Landkarten sollte selbstverständlich die Anreise aus verschiedenen Richtungen skizziert und beschrieben werden und ein Button zur Kontaktaufnahme via Email und den postalischen Adressen vorhanden sein. Die



Öffnungszeiten der Geschäftsstellen und Veranstaltungsorte sollten ebenso Erwähnung finden.

Wichtig ist auch, in Bezug auf die zur Zeit online stehende Version der Seite, dass eine eindeutige Trennung des Bereiches Freizeit / Naherholung und der Bereiche gewerblicher und politischer Hintergrund der Interkommunalen Allianz stattfindet, um die Kunden, die nach Freizeitgestaltungsmöglichkeiten suchen, nicht mit den politischen Hintergrundinformationen und umgekehrt abzuschrecken bzw. zu überlasten.

Wie oben beschrieben ist die **Erreichbarkeit und Verlinkung** der Seite von hoher Bedeutung. Neben den Seiten, der Städte und Landkreise des Einzugsgebietes sollten ebenfalls Seiten, die über Freizeitmöglichkeiten in der Region berichten per Link auf das Obere Werntal verweisen und in Kurzform über das OWT berichten. Hierbei ist es ebenso wichtig, dass Suchmaschinen mit den richtigen Schlagwörtern ausgestattet werden. Dadurch soll erreicht werden, dass Menschen, die allgemein mit Hilfe der Suchmaschinen nach Freizeitmöglichkeiten im Bereich Schweinfurt, Bad Kissingen oder Bad Neustadt suchen, zwangsweise auf das OWT aufmerksam werden.

Weiterhin sollte das OWT auf regionalen **Messen** wie der Ufra vertreten sein um die Region vorzustellen und zu bewerben.

**Hinweisschilder** an der Autobahn, den Landstraßen und innerhalb der Orte, sowie die Infokästen, sollten auf die Attraktionen des Oberen Werntals hinweisen und zur Orientierung dienen.

## 4. Resümee und Ausblick

Der Neubau der A 71 wird das Gebiet des Oberen Werntals langfristig stark verändern. Durch geeignete Maßnahmen kann sich daraus eine Steigerung für den touristischen Naherholungsbereich ergeben.

In diesem Marketingkonzept sind Maßnahmen der Interkommunalen Allianz und neue, von uns entworfene Projekte verknüpft worden. Dadurch können Synergieeffekte geschaffen und genutzt werden. Es wird aufgezeigt, dass durch die sehr gute Integration der bestehenden Maßnahmen in die von uns geplanten



Projekte ein schlüssiges Marketingkonzept für Naherholung entsteht. Als Beispiel wäre hier die Gestaltung des geplanten Badesees zu nennen. Durch die Vernetzung der Projekte untereinander wird eine Steigerung im Bereich Naherholung erreicht.

Das Obere Werntal wird durch die unter 4.4 aufgeführten projektübergreifenden Kommunikationsmöglichkeiten laufend in verschiedenen Medien beworben. Dadurch werden potentielle Besucher auf dieses Gebiet aufmerksam und können die angebotenen Aktivitäten in ihre Freizeitgestaltung einplanen.

Durch eine Steigerung der Besucheranzahl wird sich auch ein monetärer Nutzen für Gaststätten, Museen, Vereine aber auch für Gewerbetreibende einstellen.

Den Bereich der Naherholung zu fördern, zeugt auch von einer positiven Einstellung zur Umwelt und zum sozialen Miteinander. Nur eine intakte Natur und positiv eingestellte Bewohner der Region ziehen auf Dauer Besucher an.

Unsere Empfehlung lautet natürlich, alle Maßnahmen umzusetzen. Nur dadurch können alle Zielgruppen auf Dauer angesprochen werden und die Region langfristig bekannt gemacht werden. Natürlich ist es sinnvoll, die Ergebnisse nach 3 – 5 Jahren zu prüfen und einer kritischen Analyse zu unterziehen. Dadurch werden Fehlinvestitionen verhindert.

Eine enorme Steigerung des Bekanntheitsgrades des Oberen Werntals erwarten wir von dem Projekt „Das Obere Werntal bewegt sich“. Hier werde über einen Zeitraum von mindestens 6 Monaten ständig Artikel in den Zeitungen erscheinen. Eventuell senden lokale Fernsehsender Berichte über Aktionstage und durch ausliegende Flyer und Veranstaltungskalender wird ein großer Teil der Bevölkerung auf diese Aktionen aufmerksam gemacht.

## **5. Anhang**

Quellenangaben