

Leistungsverzeichnis zur Vergabe „Kommunikationskonzept Ochsenweg“

LEISTUNGSVERZEICHNIS STORYTELLING-KONZEPT „OCHSENWEG“	1
1. ANLASS	1
Entwicklungskonzept „Qualitätsradroute Ochsenweg“	1
Organisationsstruktur	2
2. GEPLANTE VERGABE DES TEIL-BAUSTEINS „STORYTELLING-KONZEPT“	3
Das Ziel und die damit verbundenen Aufgaben werden nachfolgenden skizziert	3
Zeitplan	5
Wichtige Eckdaten des Auftrages	5
3. ANGEBOTSABGABE	5

1. Anlass

Das Land Schleswig-Holstein hat sich mit der Radstrategie Schleswig-Holstein 2030 zum Ziel gesetzt, die Bedingungen für den Radverkehr zu verbessern und mehr Personen auf das Rad zu bringen. Auch der Radtourismus soll weiterentwickelt und attraktiver werden. Eine der Schlüsselmaßnahmen ist es, die Radfernwege des Landes zu Qualitätsradrouten auszubauen.

Im Rahmen eines Wettbewerbes wurde der Ochsenweg als Pilotprojekt für die Entwicklung der ersten Qualitätsradroute Schleswig-Holsteins ausgewählt. Grundlage für die Qualitätsentwicklung ist die Bewerbung mit einem ganzheitlichen Entwicklungskonzept.

Das Entwicklungskonzept ist Bestandteil eines Antrages auf Bewilligung einer Zuwendung nach der Richtlinie „Ab aufs Rad“. Der Schleswig-Holstein Binnenland Tourismus e.V. übernimmt hierfür die Projektträgerschaft. Am 11. Oktober ist die Genehmigung zum vorzeitigen Maßnahmenbeginn erteilt worden.

Entwicklungskonzept „Qualitätsradroute Ochsenweg“

Ziele:

Ziel ist es, den Ochsenweg mit Hilfe der ADFC-Kriterien für Qualitätsradrouten zur ersten Qualitätsradroute Schleswig-Holsteins zu entwickeln. Verfolgt werden dabei folgende Unterziele:



ZIEL 1: Aufbau eines authentischen Natur- und Landerlebnisradfernweges mit hohem Erlebnischarakter



ZIEL 2: Aufbau und nachhaltiger Betrieb einer hochwertigen Radinfrastruktur



ZIEL 3: Erhöhung der nachhaltigen touristischen Wertschöpfung aus dem Radfernweg Ochsenweg

Das Ziel 1 nimmt die Empfehlungen zur Positionierung des Ochsenweges aus der Binnenlandstudie auf. Eine authentische, attraktive und mit den Attraktionen entlang der

Strecke glaubhaft verknüpfte „Story“ macht einen Radfernweg aus und unterscheidet ihn im Wettbewerb mit den anderen gut 260 Radfernwegen in Deutschland.

Eine hohe Infrastrukturqualität (Ziel 2) ist die Basisanforderung nach den Kriterien für Qualitätsradrouten, 50% der ADFC-Bewertungskriterien betreffen die infrastrukturellen Gegebenheiten.

Eine nachhaltige Erhöhung der touristischen Wertschöpfung (Ziel 3) kann nur durch die Umsetzung der Ziele 1 und 2 erreicht werden. Wie auch schon in der Studie „Entwicklungspotenziale und Handlungsempfehlungen zur Stärkung des Binnenlandtourismus in Schleswig-Holstein“ (Juni 2019) benannt, soll der Ochsenweg als Leitinfrastruktur für das Binnenland weiterentwickelt und auch thematisch (Storytelling) besser aufgestellt werden. Er bietet dann auch die Möglichkeit, touristische Leistungsträger als Ochsenwegpartner für den Radfernweg und seine Geschichte zu begeistern und damit insgesamt den Erlebniswert zu steigern. Zudem ist eine Anbindung von wertschöpfungserweiternden radtouristischen Angeboten und Services an den Ochsenweg (z.B. regionale Themenrouten, regionale E-Bikerouten, familienfreundliche Routen, ...) beabsichtigt.

Die Entwicklung des Ochsenweges zur Qualitätsradroute erfolgt in fünf Handlungsfeldern:

1. **Positionierung und Storytelling**
2. radtouristische Infrastrukturentwicklung
3. Radservices und -angebote
4. Kommunikation und Marketing
5. Organisation und Netzwerk

unter Einbindung der Kreise, kreisfreien Städte, Tourismusorganisationen, AktivRegionen und weiterer Partner. Die Instandhaltung und Weiterentwicklung der Route soll langfristig gewährleistet werden.

Der Maßnahmenplan umfasst fünf Bausteine, die im Rahmen der Qualitätsentwicklung umgesetzt werden. Der fünfte Baustein „Angebotsentwicklung und Erlebnisinszenierung“ umfasst unter anderem das hier ausgeschriebene **Kommunikationskonzept**; zur Verdeutlichung des Gesamtprozesses sind die anderen Bausteine mit aufgeführt:

1. Einsetzung eines Projektmanagements zur Projektsteuerung, zum Marketingmanagement und zur Koordination der Angebotsentwicklung
2. Infrastrukturmanagement, Qualitätsbeauftragte(r)
3. Gütesiegel ADFC-Qualitätsradroute inkl. Schulungen und der abschließenden Befahrung
4. Entwicklung und Umsetzung von Marketingmaßnahmen
5. **Angebotsentwicklung und Erlebnisinszenierung (Konzept, Text und Bildproduktion, Implementierung am Weg, Folgejahre Aktualisierung)**

Organisationsstruktur

In der nachfolgenden Abbildung ist die geplante Arbeitsstruktur der die AG „Positionierung/Angebotsentwicklung“ innerhalb der 3-jährigen Projektlaufzeit abgebildet.

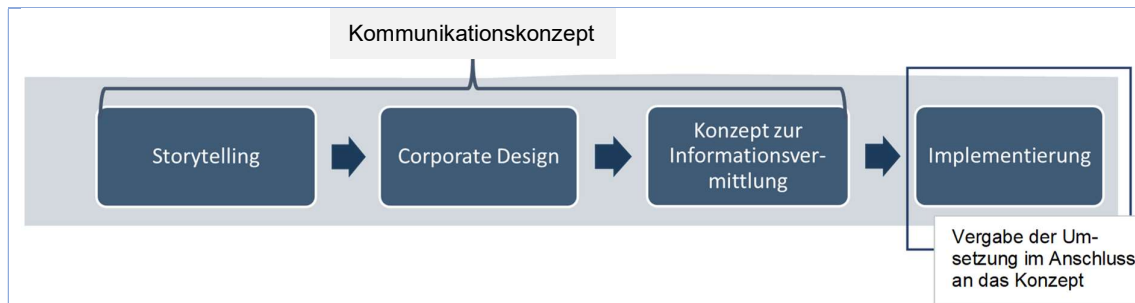
Lenkungsgruppe	Infrastruktur	Story/ Marketing/ Angebotsentwicklung
Projektmanagement	<u>AG Infrastruktur</u>	<u>AG Story/Marketing Angebotsentwicklung</u>
SHTB-Mitglieder	Projektmanagement Infrastrukturmanagement Beteiligte Kreise/ Städte Beteiligte AktivRegionen	Projektmanagement Tourismuspartner/ LTOs TASH
	Direktkontakt bzw. Gäste in der AG Infrastruktur - Kommunen - Bahnhöfe - ADFC - RAD.SH (zukünftige touristische Radkoordinierung) - Verein Naherholung	Direktkontakt bzw. Gäste in der AG Story/ Marketing • Partnerbetriebe, 1 x jährlich Partnertreffen • Bauernverband • Stiftung Naturschutz • Dänische Partner

2. Geplante Vergabe des Teil-Bausteins „Kommunikationskonzept“

Mit Hilfe des hier ausgeschriebenen Kommunikationskonzeptes sollen über einen Zeitraum von Februar bis Dezember 2023 alle notwendigen Voraussetzungen für die Umsetzung einer überzeugenden und schlüssigen Erlebnisinszenierung am Ochsenweg geschaffen werden.

Das Ziel und die damit verbundenen Aufgaben werden nachfolgenden skizziert

1. Angebotsentwicklung und Positionierung mithilfe von Storytelling: Ochsenweg – der Natur- und Landerlebnisradweg durch den echten Norden	
Ziel	Eindeutige und attraktive Positionierung und Erlebnisinszenierung
Der Ochsenweg wird klar, unterhaltsam und erlebnisreich als Natur- und Landerlebnisradweg positioniert. Dabei werden folgende Erzählstränge bzw. -varianten weiterverfolgt und ein finaler schlüssiger Erzählansatz herausgearbeitet, der nicht alle Stränge vollumfänglich integrieren muss: 1. Der Ochsenweg als historischer Treibe- und Heerweg Hier wird der historische Kern des Ochsenweges vermittelt. 2. Deutsch-dänische Geschichte entlang des Ochsenweges Entlang des Ochsenweges in Schleswig-Holstein befinden sich viele Elemente der Deutsch-Dänischen Geschichte. 3. Landnutzung gestern, heute und morgen: von Höfen, Rindern, Naturschutz und erneuerbaren Energien In diesem Handlungsstrang kommen die Kooperationen mit dem Bauernverband und der Stiftung Naturschutz zum Tragen. Gerade die aktuelle Landnutzung erklärt sich dem Radfahrer nicht von selbst. 4. Dorfgeschichten, kleine Landabenteuer und Kurioses im echten Norden Schleswig-Holstein und Schleswig-Holsteinern wird bundesweit ein ganz besonderer Charakter/Ruf zugeschrieben. Durch spezielle Dorfgeschichten und -anekdoten wird die Verbindung der Kommunen mit dem Ochsenweg erhöht.	
Partner	• Die Tourismus-Partner/LTOs des Schleswig-Holstein Binnenland Tourismus • Die Fachhochschule Westküste hat an diesem Baustein im Rahmen eines Fallstudienprojektes im Wintersemester 2021/2022 mit Studierenden gearbeitet und den Baustein konkretisiert. • Bauernverband • Stiftung Naturschutz Mögliche weitere Partner (siehe beigegefügte Liste „Partner-Beteiligung Storytelling“)
Aufgabe	



Im Anschluss an das hier ausgeschriebene Kommunikationskonzept vergibt das Projektmanagement analog zu den Ergebnissen desselbigen den entsprechenden Auftrag/die Aufträge für die Umsetzung des Kommunikationskonzeptes (Implementierung). Das Kommunikationskonzept beinhaltet 3 Bestandteile:

1. Entwicklung eines Storytelling-Konzeptes „Ochsenweg“

1.1 Status Quo

- a) Sichtung bestehender Storytelling-Ansätze z.B. Antrag inkl. Bewerbung, Präsentationen FH Westküste, aktuelle Inhalte, aktuelle Angebote zum Ochsenweg
- b) Wettbewerbsanalyse

1.2 Beteiligung relevanter Partner und Experten

siehe Anlage „Partner-Beteiligung Storytelling“

1.3 Entwurf Storytelling-Konzept inkl. Diskussionsphase mit der AG und ggf. weiterer Partner inkl. Ausarbeitung und Ansprache von Erlebnispunkten (z.B. Unterkünfte, Gastronomie, besondere Erlebnisstationen, Leistungsträger)

siehe Anlage „Partner-Beteiligung Storytelling“

1.4 Verabschiedung Storytelling-Ansatz (AG Storytelling und Lenkungsgruppe)

Der grobe Rahmen ist wie oben skizziert vorgegeben, die konkrete Ausgestaltung vor allem der Phasen 1.2 und 1.3 obliegt dem Auftragnehmer und ist in der Projektskizze zu beschreiben.

2. Corporate Design für den Ochsenweg

2.1 für die on- und offline Medien (Anzeigen, Postkarten, Print-Publikationen, Webseite) unter Beachtung der Radfernwegbeschilderungen

2.2 Muster-Infrastrukturlösungen für Rastplätze, Bahnhöfe und ggf. Lösungen zur Informationsvermittlung (siehe 3.)

2.3 Konzept für die Qualifizierung (z.B. Kriterien) und zur Kennzeichnung der Partner am Wegesrand sowie die Informationsvermittlung zum Ochsenweg durch ebendiese Partner/Leistungsträger

3. Konzept zur Informationsvermittlung

3.1 Sichtung bestehender Informationsvermittlungen am Weg und Definition der Informationen (z.B. zum Weg, zum Ort, zur Geschichte,...)

3.2 ggf. Beteiligung relevanter Partner und Experten siehe Anlage „Partner-Beteiligung Informationsvermittlung“

3.3 Entwurf Konzept inkl. Diskussionsphase mit der AG, dem Infrastrukturmanagement und geg. weiterer Partner inkl. Erarbeitungen zu Grundinformationen zum Weg, Bildern, Texten

3.4 Verabschiedung Konzept (AG Storytelling, Infrastrukturmanagement und Lenkungsgruppe)

Der grobe Rahmen ist wie oben skizziert vorgegeben, die konkrete Ausgestaltung vor allem der Phasen 3.2 und 3.3 obliegt dem Auftragnehmer und ist in der Projektskizze zu beschreiben.

Zeitplan

Geplanter Beginn/Ende des Teil-Projektbausteins „Storytelling-Konzept“: **15. März 2023 bis 15. Dezember 2023**. Die Einzelnen Auftrags Bestandteile haben unterschiedliche Fristen:

- Verabschiedung der Storytelling-Idee bis 21. Juli 2023.
- Erstellung des Corporate Designs und Verabschiedung des Konzeptes zur Informationsvermittlung bis 15. Oktober 2023.

Wichtige Eckdaten des Auftrages

- Für den Auftrag stehen voraussichtlich der Bewilligung des Förderantrages durch das Land Schleswig-Holstein Mittel im Rahmen von bis zu 85.000 € netto inkl. Nebenkosten zur Verfügung
- Auftragsbeginn 15. März 2023
- Die Ergebnisse der Fallstudie an der FH Westküste, die aktuellen Inhalte der Infotafeln sowie die bereits gesammelten inhaltlichen Informationen werden dem Auftragnehmer am 15. März 2023 zur Verfügung gestellt.
- Eine Liste möglicher zu beteiligender Partner sowie die Liste der verpflichtend zu beteiligenden Partner im Rahmen der Entwicklung der Storytelling-Idee liegen dieser Ausschreibung bei (siehe Anlage „Liste Partner-Beteiligung Storytelling“).
- Eine Liste möglicher Experten aus der Region für die Informationsvermittlung am Weg liegt der Ausschreibung ebenfalls bei (siehe Anlage „Liste Partner-Beteiligung Informationsvermittlung“).

3. Angebotsabgabe

Wir bitten um die Zusendung des Angebotes sowie der weiteren Nachweise gemäß Nachweisliste bis **zum 12. Februar 2023**. Bitte geben Sie auch mindestens **zwei Terminvorschläge für die Präsentation der Projektskizze** im Zeitraum vom 20. bis zum 22. Februar 2023 an.