

Anlage

Ausführliche Vorhabenbeschreibung

In der nachfolgenden ausführlichen Vorhabenbeschreibung werden neben den Projektzielen auch die Arbeitspakete und die damit zusammenhängenden Aufgaben der Dienstleister ausführlicher dargelegt.

Einführung

Die Entwicklung des Rheinischen Reviers war bisher maßgeblich durch seine Geschichte, seine naturräumlichen Gegebenheiten und die wirtschaftlichen Aktivitäten des Braunkohletagebaus geprägt. Der gegenwärtige Transformationsprozess stellt die gesamte Region vor große Herausforderungen – ökonomisch, ökologisch und sozial. Und so ist u.a. in Grundsätzen des Revierpakts²⁰³⁸ festgelegt worden, dass ein attraktiver Wirtschaftsstandort, ein attraktives Lebensumfeld sowie eine touristische Attraktivität des Raums Grundvoraussetzungen für das Gelingen des Strukturwandels sind. Dabei soll die Neuaufstellung des Raums den Menschen wirtschaftliche, ökologische, soziale, sportliche und kulturelle Rahmenbedingungen für ein gutes und gesundes Leben bieten. Die zu schaffenden attraktiven und umweltgerechten Lebens-, Arbeits- und Wohnumfelder stellen zugleich wichtige Bedingungen dafür dar, Fachkräfte im Rheinischen Revier zu halten und neue zu gewinnen. Genau da setzt dieses Projekt an, denn die touristischen Akteure im Rheinischen Revier haben für sich herausgearbeitet, dass es im Rahmen einer strategischen Tourismusentwicklung um die Schaffung einer nachhaltigen und attraktiven Lebensraumgestaltung geht. Kurz gesagt, das was für den Einwohner attraktiv ist, ist auch für den Gast ein Grund die Region zu besuchen und möglichst seinen Aufenthalt zu verlängern. Das Ziel, ein gut abgestimmtes Destinationsmanagement für diesen Raum zu entwickeln, ist eine große Chance für diese sich im Wandel befindlichen Region.

Das Rheinische Revier kann landschaftsräumlich und kulturell als sehr heterogener Raum bezeichnet werden. Es umfasst sowohl die Bördelandschaft, geprägt von heutiger Tagebau- und Kraftwerkskulisse, als auch Teilgebiete des Mittelgebirges Eifel. Touristische Verbindungen innerhalb der Region bestehen aktuell insbesondere über die Themen Römer und Mittelalter sowie die touristischen Routen Römerkanal-Wanderweg, Wasserburgen-Route, RurUferRadweg und Erft-Radweg.

Die touristische Zuständigkeit fokussiert sich aktuell auf die jeweilige Kreisebene. Die Tourismusorganisationen und Kreise haben sich bereits als „Innovationsnetzwerk Tourismus im Rheinischen Revier“ zusammengeschlossen und zeichnen verantwortlich für die Einleitung des touristischen Transformationsprozesses, der den Wandel vom jetzigen Bergbaurevier zur innovativen Modellregion für Nachhaltigkeit und CO₂-neutralen Tourismus zur Folge haben wird.

Mit Blick in die Zukunft gilt es nun, die Region mit ihren Akteuren auf den anstehenden Transformationsprozess vorzubereiten, sich zu positionieren sowie in die Lage zu versetzen, den gegenwärtigen und zukünftigen Chancen, Problemen und Trends mit abgestimmten und strategischen Planungen zu begegnen. Dafür sollen raumübergreifende, tragfähige Strukturen für das zukünftige professionelle Destinationsmanagement geschaffen werden. Wesentlicher Bestandteil ist die Erarbeitung eines Strategiekonzeptes für die Tourismusentwicklung im Rheinischen Revier. Der erforderliche Erarbeitungsprozess soll im Wesentlichen von einer Beratungsagentur inhaltlich und strategisch gelenkt und von einer Steuerungsgruppe begleitet werden. Die Koordinierung dieses Projektes wird durch den Rhein-Erft-Kreis erfolgen, der mit den Partnern - Vertreter und Vertreterinnen aus allen Teilregionen des Rheinischen Reviers – gemeinsam die Steuerungsgruppe bildet und eng mit der Beratungsagentur und den zu schaffenden Personalstellen das Strategiekonzept erarbeiten wird.

Projektziele

Um den Weg zu einer zukunfts- und wettbewerbsfähigen, eigenständigen Tourismusdestination von internationalem Rang (DMO) zu ebnen, bedarf es der Vernetzung aller vorhandenen und geplanten Projektansätze sowie der relevanten Akteure aus unterschiedlichen Fachbereichen in einem derzeit noch sehr heterogenen Raum.

Das Kernziel ist daher eine klare, gemeinsam definierte Umsetzungs- und Handlungsstrategie zu allen tourismusrelevanten Themenstellungen im Gesamttraum Rheinisches Revier, dargelegt in einem Strategiekonzept. Dieses Strategiekonzept soll die Grundlage für die Arbeit der Akteure im touristischen System für die nächsten Jahre darstellen und im Verlauf der Jahrzehnte fortschreibungs- und anpassungsfähig gestaltet sein.

Inhalt des Strategiekonzept müssen abgestimmte Handlungsfelder mit Leitlinien und Zielen sein, die die Landestourismusstrategie NRW berücksichtigen und mit dem Landesverband Tourismus NRW e.V. insbesondere in Bezug auf das langfristig aufzubauende Tourismusmarketing rückgekoppelt werden. Auf Basis dieser Vereinbarungen sollen Arbeitsinstrumente bzw. konkrete Maßnahmen u.a. in den Bereichen Marketing und Kommunikation sowie Produktentwicklung und Infrastrukturmanagement für die zukünftige Entwicklung abzuleiten sein.

Um sich als touristische Einheit zu etablieren und klar zu profilieren, ist die Konzentration auf Fokuszielgruppen von großer Bedeutung. Daher muss eine genaue Zielgruppendefinition ebenfalls im Strategiepapier verankert sein und in der Kommunikation Berücksichtigung finden.

Hierfür ist die Erarbeitung eines Corporate Designs inklusive einer Wort-Bildmarke ein weiteres wichtiges Ziel und bereits zu einem frühen Zeitpunkt sinnvoll. Insbesondere im Hinblick auf die geplanten Besucherzentren an den Tagebauen, die sich bereits in naher Zukunft einen Orientierungsrahmen für ihre Außenwahrnehmung wünschen, als auch für die eigene Identifikation und das Binnenmarketing, ist die Schaffung eines gemeinsamen Corporate Design wichtig. Gleichzeitig soll dies den Anstoß zu einem Markenbildungsprozess erleichtern, der langfristig in die Etablierung einer Dachmarke münden soll. Eine klare Positionierung und abgestimmte Ausrichtung aller Kompetenzfelder wirkt nach innen identitätsstiftend und nach außen wird der Bekanntheitsgrad und das Image der Region gesteigert.

Zusammenfassend hat die Erstellung eines Tourismusstrategiekonzepts für das Rheinische Revier das Ziel mittel- bis langfristig den Weg für eine zukunfts-, wettbewerbsfähige und nachhaltige Tourismusdestination zu ebnen. Dabei wird ein Gleichgewicht zwischen ökologischen, ökonomischen und sozialen Faktoren angestrebt und die Destination als Erlebnisraum, aber auch als Lebens-, Arbeits-, Wirtschafts- und Gestaltungsraum für Gäste und Einheimische gleichermaßen verstanden.

Angestrebt wird ein lebendiges Strategiepapier in einem dynamischen Prozess, welches sich fortlaufend weiterentwickeln und den sich ändernden Rahmenbedingungen anpassen muss. Dieses Strategiepapier muss die Vernetzung aller regionaler und überregionaler Projekte aller Teilregionen, Partner und Akteure im Rheinischen Revier in den Mittelpunkt stellen, die damit zusammenhängenden Synergieeffekte aufzeigen und mit einem durchdringenden Kommunikationsansatz alle Ebenen erreichen. So ist aus Sicht der Akteure eine breite Information zu dem erarbeiteten Orientierungsrahmen für vorhandene und zukünftige Projekte erreichbar.

Arbeitspakete zur Erreichung der Ziele

Um die dargestellten Projektziele zu erreichen, werden verschiedene Arbeitspakete Anwendung finden, die im Folgenden erläutert werden.

Arbeitspaket 1: Projektmanagement (1,5 Stellen)

Das Arbeitspaket umfasst das gesamte Projektmanagement und die gesamte Projektkoordination inklusive der Kommunikation des Projekts. Hierfür werden 1,5 Personalstellen geschaffen, die folgende Schwerpunktaufgaben zur Projekterfüllung erfüllen:

- Organisation und zielführende inhaltliche Vorbereitung der Steuerungsgruppensitzungen. Die Steuerungsgruppe ist für die interne Prozessbegleitung zuständig und mit Vertretern und Vertreterinnen aus allen Teilregionen besetzt.
- die Vorbereitung von Ausschreibungen, die Auswertung der Angebote und die Vorbereitung der entsprechenden Vergabeunterlagen.
- Die Abstimmungen mit den Dienstleistern und enge Begleitung.
- Veranstaltungsorganisation: Raumorganisation, Verteilererstellung, Einladung und inhaltliche Vorbereitung sämtlicher vorgesehener Veranstaltungen mit allen Fachbereichen aus Kommunen, Kreisen, Institutionen, Verbänden, Leistungsträgergruppen usw. im gesamten Rheinischen Revier
- die enge Abstimmung mit den Akteuren in parallel ablaufenden Prozessen zur strategischen Platzierung des Vorhabens und der Projektziele, u.a. mit den Koordinatoren tourismusrelevanter Projekte, mit der Zukunftsagentur Rheinisches Revier, mit den Revierknotenzuständigen, mit der Stabsstelle Strukturwandel NRW, mit dem Resort Tourismus im Wirtschaftsministerium, mit den für die IBTA Zuständigen usw.
- Teilnahme und diversen Veranstaltungen und Präsentation des Förderprojektes
- Koordinierende Entwicklung/Erstellung von verschiedenen Marketing- und Kommunikationsmaßnahmen
- Projektkalkulation, Projektdokumentation, Vorbereitung Verwendungsnachweise

Arbeitspaket 2: externe Projektbegleitung

Hierfür wird eine Beratungsagentur mit fundierter Expertise und weitreichender Erfahrung beauftragt, die eine Tourismusstrategie für das Rheinische Revier entwickelt. Zur Abstimmung mit den Kooperationspartnern und relevanten Akteuren in der Region werden unterschiedliche Formate, wie z.B. Workshops und Tourismustage durchgeführt.

Zu den Aufgaben der Projektbegleitung gehören:

- Interne Projekt-Kommunikation
 - Regelmäßige Abstimmungen mit den Projektmitarbeitern/innen sowie dem Projektverantwortlichen zum Projektverlauf und ggf. Projektanpassungen
- Gremien und Öffentlichkeitsarbeit
 - Inhaltliche und strategische Vorbereitung, Moderation und Nachbereitung von Workshops, Arbeitskreissitzungen, Tourismustagen und Informationsveranstaltungen
 - Bericht in den Steuerungsgruppensitzungen
Ggf. Präsentation in politischen Gremien und Ausschüssen, im Rahmen von Veranstaltungen, parallel laufender Prozesse

- Analyse des Ist-Stands zu bestehenden touristischen Angeboten und geplante touristische Infrastrukturprojekte (auf Grundlage vorhandener Gutachten & Konzepte)
- Beratung zur Wettbewerbs- und Zielgruppenanalyse und der Betrachtung des gegenwärtigen Nachfrageverhaltens sowie die Darstellung zukünftiger Trends bezogen auf das Rheinische Revier
- Ausarbeitung eines Strategiekonzeptes mit Zielen, Handlungsfeldern sowie Handlungsempfehlungen mit konkreten Aufgaben und Maßnahmen
- Erarbeitung von Empfehlungen für die zukünftige Entwicklungsagentur / Destinationsmanagementorganisation in Bezug auf mögliche Organisationsstrukturen, Management und Finanzierung
- Erarbeitung von Empfehlungen für die Binnen- und Außenkommunikation, u.a. in Bezug auf die Informationsflüsse zu touristischen Zusammenhängen im Rheinischen Revier

Arbeitspaket 3: Erarbeitung eines Corporate Designs und Marketing und Kommunikationsmaßnahmen

Nach heutigem Stand erscheint es frühzeitig erforderlich zu sein, ein Corporate Design inklusive Wort-Bildmarke zu erarbeiten, an das sich zukünftige Projekte orientieren können.

Die Wort-Bildmarke dient zum einen dem Binnenmarketing im Sinne der gemeinsamen Identifikation mit der touristischen Entwicklungsperspektive. Zum anderen erzeugt sie in den verschiedenen Projekten für die Gäste eine Wiedererkennbarkeit und fördert somit eine vernetzte Kommunikation im RRR. Hierfür wird eine Marketingagentur beauftragt, die über umfängliche Erfahrungen in der Ausarbeitung von Corporate Designs und der Entwicklung von Themenmarken verfügt.

Angestrebt wird die Ausarbeitung eines Corporate Designs und die Erstellung eines CD-Manuals, das dynamisch fortgeschrieben werden kann. Hilfreich sind Empfehlungen der Agentur zu modellhaften Gestaltungsvorschlägen für interne Zwecke und für die externe Kommunikation (z.B. Geschäftsausstattung, Infoflyer, Newsletter) und die Entwicklung von touristischen Themenmarken.

Leistungen, die wir an die Dienstleister vergeben

Um das Strategiekonzept zur Tourismusentwicklung im Rheinischen Revier zu erarbeiten, wird eine Beratungsagentur beauftragt, die intensiv und gut abgestimmt mit dem Projektmanagement und der Steuerungsgruppe zusammenarbeitet.

Gesucht wird für dieses Projekt eine Agentur mit fundierter Expertise und weitreichender Erfahrung in den Bereichen Infrastruktur, Destinations- und Standortentwicklung sowie nachhaltigen Tourismus.

Zu den Aufgaben der gesuchten Agentur gehört die Analyse des Status quo im Rheinischen Revier in Bezug auf bestehende touristische Angebote sowie Konzepte und bereits geplante touristische Infrastrukturprojekte. Ferner sollen eine Wettbewerbs- und Zielgruppenanalyse fundierte Erkenntnisse unter anderem zu folgenden Fragestellungen liefern: Betrachtung des gegenwärtigen touristischen Nachfrageverhaltens, Ermittlung touristischer Potenziale,

zukünftige Trends, Akzeptanz der gesamttouristischen Entwicklung bei Gästen und der Bürgerschaft sowie eine präzise Zielgruppenbetrachtung.

Gegenstand des Auftrags wird es sein, eine Vielzahl intensiver Abstimmungsgespräche mit dem Auftraggeber, der Steuerungsgruppe sowie einer großen Anzahl an Akteuren zu führen. Hierzu können Interviews mit Kreisen, Kommunen, Tourismusorganisationen, Funktionalpartnern, Interessenverbänden und touristischen Stakeholdern erforderlich sein. Weiterhin sind regelmäßige Berichte in Steuerungsgruppensitzungen über die erfolgten Projektschritte genauso notwendig, wie die Dokumentation der erreichten Meilensteine.

Hauptaufgabe und Herzstück des Auftrags wird die Ausarbeitung eines Strategiekonzeptes mit Handlungsempfehlungen in verschiedenen Handlungsfeldern z.B. Infrastruktur, Mobilität, Angebote & Produkte, Kommunikation & Vertrieb, Gästeservice sowie Organisation, Management & Finanzierung sein. Im Handlungsfeld Organisation, Management & Finanzierung geht es zum Beispiel darum, eine Empfehlung für die zukünftige Entwicklungsagentur bzw. der späteren Organisation des Tourismus im Rheinischen Revier auszuarbeiten und eine konkrete Handlungsempfehlung für eine tragfähige Organisationsstruktur unter Berücksichtigung branchenüblicher Kennzahlen zu erstellen.

Kommunikationsstruktur / Marketing- bzw. Kommunikationselemente

Für diesen Arbeitsschritt wird eine Marketing- bzw. Kommunikationsagentur gesucht, die über umfangreiche Erfahrungen in der Ausarbeitung von Corporate Designs, in der Entwicklung von touristischen Themenmarken sowie von Kommunikationsstrategien im Sinne eines crossmedialen Ansatzes verfügt.

Unter Berücksichtigung der Visionen und Ziele in Bezug auf die touristische Zukunft des Rheinischen Reviers und die verschiedenen Zielgruppen, die sowohl im Binnen- als auch im Außenmarketing eingebunden sind bzw. angesprochen werden sollen, gilt es eine Kommunikationsstruktur, bestehend aus verschiedenen Bausteinen, zu entwickeln.

Ziel ist ein CD-Manual, in dem alle geschaffenen Bausteine festgehalten werden und das in den Folgejahren der Weiterentwicklung dynamisch fortgeschrieben werden kann.