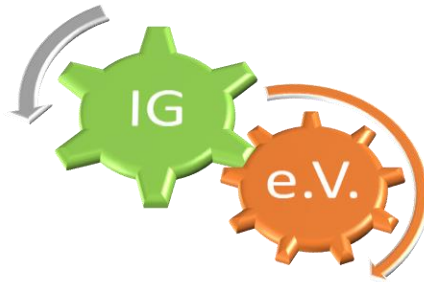




**Aufforderung zur Angebotsabgabe**

**Entwicklungsstrategie  
„Innovative Weiterentwicklung Fränkische Moststraße“**



# „Entwicklungsstrategie zur „Innovative Weiterentwicklung Fränkische Moststraße““

Leistungsverzeichnis



Interessengemeinschaft Fränkische Moststraße

c/o Stadt Herrieden  
Herrnhof 10  
91567 Herrieden  
Tel. 09825-808-56  
Fax 09825/808-30

Verein Fränkische Moststraße e.V.

c/o Gemeinde Kreßberg  
Untere Hirtenstraße 34  
74594 Kreßberg  
Tel: 07957/9880-0

sekretariat@fraenkische-moststrasse.de

<http://www.fraenkische-moststrasse.de>



Das LAG-Management wird gefördert durch das Bayerische Staatsministerium für Ernährung, Landwirtschaft und Forsten und den Europäischen Landwirtschaftsfonds für die Entwicklung des ländlichen Raums (ELER)



## Inhalt der Entwicklungsstrategie

1	Leistungsinhalt.....	3
2	Leistungsbaustein „Auftrag“ .....	4
3	Leistungsbaustein „Analyse“ .....	4
4	Leistungsbaustein „Zielsetzung und Strategie“ .....	4
5	Leistungsbaustein „Organisationsaufstellung“.....	6
6	Leistungsbaustein „Abgestimmtes Vorgehen“ .....	7
7	Leistungsbaustein „Kommunikation“ .....	7
8	Zeitplanung.....	8
9	Angebotsbestandteile und Zuschlagskriterien.....	9
10	Adresse und Frist für die Abgabe.....	9

### 1 Leistungsinhalt

Ergänzend zum Erläuterungsbericht sind im folgenden die Anforderungen in Leistungsbausteinen zusammengefasst. Die inhaltliche Bespielung der **Leistungen** soll  **kreativ** und  **innovativ** im vorgegeben Rahmen erfolgen.

Die Fränkische Moststraße erwartet eine fachliche Expertise, die nachvollziehbar die im Erläuterungsbericht aufgestellten Erwartungen erfasst und darüber hinaus innovative und kreative Lösungsvorschläge darlegt, die in Einklang mit dem Leitgedanken der Fränkischen Moststraße stehen. Dabei wurde bewusst auf enge Vorgaben, beispielsweise hinsichtlich der Methodik, verzichtet, um den ausführenden Büros **Gestaltungsspielraum** im Rahmen  **ihrer Expertise** zu lassen.

**Tabelle 1: Übersicht der geforderten Leistungsbausteine**

<b>1</b>	<b>„Auftrag“</b>	Auftragsklärungsgespräch und Jour Fixe
<b>2</b>	<b>„Analyse“</b>	Analyse der Kulturlandschaft und ihrer Besonderheiten
<b>3</b>	<b>„Zielsetzung und Strategie“</b>	Betrachtung der Angebotsseite Analyse der Nachfrageseite „Markenentwicklung“ unter Einbindung der Akteure
<b>4</b>	<b>„Organisationsaufstellung“</b>	Organisationsberatung Organisationspositionierung
<b>5</b>	<b>„Abgestimmtes Vorgehen“</b>	Konkreter Handlungsansatz
<b>6</b>	<b>„Kommunikation“</b>	Ergebnispräsentation und Öffentlichkeitsarbeit

---

## 2 Leistungsbaustein „Auftrag“

### Auftragsklärungsgespräch und Jour Fix

Das **Auftragsklärungsgespräch** sollte gemeinsam mit Mitgliedern der extra gegründeten **Steuerungsgruppe** ‚Innovative Weiterentwicklung der Fränkischen Moststraße‘ geführt werden. Diese Steuerungsgruppe besteht aus den Vorsitzenden der Interessensgemeinschaft Fränkische Moststraße, sowie dem Verein Fränkische Moststraße; den Geschäftsführern der drei Tourismusverbände; den LAG-Managern der LEADER-Regionen, der Stadt Crailsheim sowie aus der Unteren Naturschutzbehörde Lkr. Ansbach und dem Landschaftspflegeverband Mittelfranken.

Die **Jour Fixe** mit den Mitgliedern der **Steuerungsgruppe** sollen die Möglichkeit geben die bisherigen Ergebnisse mit der Steuerungsgruppe aus fachlicher Perspektive zu besprechen und ggf. Nachjustierungen in Bezug auf die ausstehende Arbeit vorzunehmen.

## 3 Leistungsbaustein „Analyse“

### Analyse der Kulturlandschaft und ihrer Besonderheiten

Als Arbeitsgrundlage für die Analyse der Angebots- und Nachfrageseite, sowie das Herausarbeiten des Markenkerns, soll zunächst eine Analyse der Kulturlandschaft erfolgen. Dabei soll es darum gehen die **(kultur-) landschaftlichen Besonderheiten** darzustellen und herauszuarbeiten, was die **regionale Identität der Fränkischen Moststraße** ausmacht. Für den zügigen Kenntniserwerb, kann für diese Analyse regionale Wissen hinzugewonnen bzw. ein Subunternehmen beauftragt werden. Regionale Kenntnisse rund um Naturschutz und Landschaftspflege für den Erhalt und Weiterentwicklung artenreicher Kulturlandschaften sind vorhanden. Es sollen also folgende Fragen beantwortet und Aufgaben ausgeführt werden:

- Ausführliche Besichtigung des Gebiets der Fränkischen Moststraße
- Wie hat sich die Kulturlandschaft in der zeitlichen Entwicklung durch den extensiven Obstanbau verändert? Wo stehen wir heute? Welcher Wert ergibt sich daraus für den heutigen extensiven Obstanbau?
- Analyse des Leistungsvermögens des extensiven Obstanbaus
- Darstellung der kulturlandschaftlichen Besonderheiten
- Bewertung dieser kulturlandschaftlichen Besonderheiten hinsichtlich einer touristischen Nutzung (z.B. hinsichtlich Attraktivität, Relevanz)
- Darstellung der Auswirkungen der Kulturlandschaft auf „Brauchtum und Identität“
- Was macht die regionale Identität aus?

## 4 Leistungsbaustein „Zielsetzung und Strategie“

### 4.1 Betrachtung der Angebotsseite

Eine ausführliche Betrachtung der Angebotsseite soll den aktuellen Status Quo der Fränkischen Moststraße in Bezug auf den Tourismus abbilden. Es sind alle Moststationen vor Ort zu besuchen. Dabei sollen vor allem die **touristischen Produkte im Fokus** stehen. Basierend auf dieser Analyse sollen auch Handlungsmaßnahmen und Lösungsansätze aufgezeigt werden. Folgende

---

Fragen und Aufgaben sollen beantwortet, bzw. bewerkstelligt werden, wobei eine **Vor-Ort-Recherche** unabdingbar ist:

Bezüglich des Status Quo:

- Welche touristischen Produkte und Angebote gibt es aktuell im engeren Fokus der Fränkischen Moststraße?
- Welche touristischen Produkte und Angebote sind nach dem Verständnis der Fränkischen Moststraße zu berücksichtigen?
- Welche touristischen Produkte und Angebote können für die Fränkische Moststraße sofort, insbesondere in Hinblick auf die Landesgartenschau „Natur in Wassertrüdingen 2019“, aufgegriffen und an den Kunden gebracht werden?
- Was sind die (touristischen) Highlights der Fränkischen Moststraße?
- Analyse der bestehenden Produkte und Kategorisierung in A-, B- und C-Produkte
- Bewertung der einzelnen Produkte hinsichtlich Attraktivität, Professionalität; Qualität u. Relevanz
- Erstellen einer SWOT-Analyse zum Status Quo des touristischen Angebots

Bezüglich der künftigen Entwicklung:

- Wie können die Themen (Streu-) Obst und (Kultur-) Landschaft inszeniert werden?
- Wie können die in der SWOT-Analyse identifizierten Schwächen beseitigt oder verringert werden?
- Inwiefern und in welchen Bereichen muss eine Professionalisierung erfolgen?
- Inwiefern sollte die Produktpalette verändert oder erweitert werden?

#### 4.2 Analyse der Nachfrageseite

Neben der Angebotsseite ist auch die Nachfrageseite von großer Relevanz. Deshalb soll für die Fränkische Moststraße eine **Zielgruppen-Analyse** durchgeführt werden. Auch hierbei sind abgeleitete Handlungsmaßnahmen und Lösungsansätze gewünscht. Folgende Fragen sind im Rahmen dieser Analyse zu beantworten:

- Welche Zielgruppen ergeben sich aus der Analyse der Kulturlandschaft?
- Welche Bedürfnisse haben diese Zielgruppen?
- Inwiefern entspricht das bisherige Angebot diesen Zielgruppen?
- Wie muss das Angebot verändert werden, um den Zielgruppen gerecht zu werden?
- Welche Schwierigkeiten/Hemmnisse resultieren aus den identifizierten Zielgruppen?
- Wie kann die professionelle Produkt- und Angebotsentwicklung gelingen und welcher politische Rahmen sollte vorhanden sein?

#### 4.3 „Markenentwicklung“ unter Einbindung der Akteure

Wie im Erläuterungsbericht (vgl. *Kapitel 7.2*) beschrieben, wurde bislang nicht eindeutig herausgestellt, was den **Kern** der **regionalen Identität der Fränkischen Moststraße** ausmacht. Daher

sollen die Elemente der regionalen Identität herausgearbeitet werden. Als Grundlage dafür sollte die Analyse der Kulturlandschaft und ihrer Besonderheiten (vgl. *Leistungsbaustein 3*) dienen. Darüber hinaus sollten auch die Akteure, sowie ggf. die Bürgerinnen und Bürger der Region in diesen Prozess eingebunden werden, um eine größtmögliche Identifizierung und Akzeptanz zu erreichen. Folgende Aufgaben und Fragestellungen sollen bearbeitet werden:

- Auswertung der Ergebnisse der Analyse der Kulturlandschaft und ihrer Besonderheiten
- Durchführung eines Workshops zum Thema ‚Regionale Identität‘, bzw. zur Markenentwicklung, in dessen Rahmen auch die Namensgebung der Fränkischen Moststraße diskutiert und überdacht werden soll
- Zusammenfassung der Ergebnisse aus Workshop und Kulturlandschafts-Analyse und somit Verschriftlichung des Markenkerns, bzw. der Elemente der regionalen Identität
- Empfehlungen zur Markenentwicklung, sowie zur künftigen Namensgebung

## 5 *Leistungsbaustein „Organisationsaufstellung“*

### 5.1 Organisationsberatung

In den *Kapiteln 7.3 bis 7.5* im Erläuterungsbericht wurde deutlich, dass die Rolle der Fränkischen Moststraße in- und extern organisatorisch festgelegt werden muss. Ergibt sich der Bedarf einer **Personalstelle**, so ist ein LEADER-Antrag mit einem plausibilisierten **Kosten- und Finanzierungsplan** ist vorzubereiten.

Weiter ist zu überlegen, wie die Fränkische Moststraße künftig in das bestehende Konstrukt aus Vereinen und Verbänden eingegliedert werden soll um die gewünschte **Synergetik** zu erreichen. Folgende Fragen sind dabei zu klären und Empfehlungen auszusprechen:

- Welche Rechtsform soll die Fränkische Moststraße künftig haben?
- Wo soll die Stelle des Produktmanagers angesiedelt sein?
- Wie kann der Produktmanager langfristig finanziert werden?
- Wie kann eine sinnvolle, ergänzende Arbeit des Produktmanagers gewährleistet werden?
- Wie hat eine systemische Organisation aufstellung zu erfolgen?
- Wie können die Synergien herbeigeführt und Doppelstrukturen vermieden werden?

### 5.2 Organisationspositionierung

Im Vorfeld der nun anstehenden Studie ist bereits ein langjähriger, dynamischer Prozess der Bewusstseins- und Meinungsbildung abgelaufen. Die einzelnen Partner kennen sich und hatten Gelegenheit für einen Austausch. Darin gilt es anzuknüpfen, um die verschiedenen Erwartungen aufzugreifen, abzugleichen und miteinander zu verbinden.

Dieser Prozess ist fortzuführen und in eine dauerhafte und tragfähige Struktur zu überführen. Dafür gilt es die Fränkische Moststraße in vorhandene Strukturen und Abläufe zu integrieren. Damit entstehen **Verbindungen** der Fränkischen Moststraße **mit anderen Organisationen**. Diese können locker über eine Netzwerkverbindung erfolgen oder über konkrete geschäftliche Beziehungen. Es gilt eine **klare Position und Rolle** zu finden:

- Welche Partner sind für eine erfolgreiche synergetische Arbeit vorhanden? Ergeben sich Clustergruppen?
- Welche Beziehungssysteme zeigen sich auf? Sind neue Beziehungssysteme herzustellen?
- Wie kann mit Partnern eine konsistente Entwicklung erreicht werden?
- Ist ein Fremd- und Eigenvertrieb aufzustellen? Wie hat bei Fremdvertrieb die Integration von Produkten und Angeboten zu erfolgen?
- Sind **finanzielle Mittel** für die Tourismusverbände bereit zu stellen, um ein adäquates Marketing aufzusetzen? Gibt es weitere konkret anzugehende Geschäftsbeziehungen für die Organisation Fränkische Moststraße?

## 6 **Leistungsbaustein „Abgestimmtes Vorgehen“**

### Konkreter Handlungsansatz

**Ziel der Arbeit ist die konkrete Umsetzung der Ergebnisse.** Es ist daher aufzuzeigen, wie an der Studie angeknüpft und damit gearbeitet werden sollte.

Es ist aufzuzeigen, welche Wege zu verfolgen sind, um Produkte und Angebot erfolgreich in den Markt zu bekommen. Die Studie soll konkrete Hilfestellungen und Anregungen enthalten, wie die Vermarktung mit den Akteuren und Partnern der Tourismus angegangen werden kann, um die gewünschte Nachfrage zu erzielen. Dabei ist zu beachten, dass die Erzeugung der Nachfrage zu großen Teilen über die Kanäle von Dritten erfolgen wird.

Anhand der Glieder der touristischen Servicekette sind diese Wege aufzuzeigen:

- Welche Arbeitsschritte sind zu verfolgen?
- Wie kann eine Umsetzung erfolgreich gelingen?
- Wie stellt sich die Servicekette aus Sicht der Fränkischen Moststraße dar?
- Wie sind Zusammenarbeiten mit allen Partnern zu regeln?
- Wie sollen die A-, B- und C-Produkte dem Kunden das Qualitätsversprechen erfüllen und wie sind diese zu vermarkten?
- Wie sind Preis, Vertrieb und Kommunikation für marktfähige Produkte aufzustellen?
- Nach welchen Zeithorizonten sind Markteinführungen von Produkten und Angeboten zu erfolgen? Ist dabei die Kategorisierung A-, B- und C-Produkte zu berücksichtigen?

## 7 **Leistungsbaustein „Kommunikation“**

### Ergebnispräsentation und Öffentlichkeitsarbeit

Die Ergebnisse der touristischen Strategie sollen der Fränkischen Moststraße in folgender Form und Anzahl zur Verfügung gestellt werden:

- 2 gedruckte Exemplare der schriftlich niedergelegten Ergebnisse mit einer vorangestellten Zusammenfassung
- 5 Wechseldatenträger mit den Ergebnissen

Darüber hinaus ist eine Begleitung der Strategie-Erstellung durch **intensive Öffentlichkeitsarbeit** notwendig, um eine **größtmögliche Transparenz** zu schaffen. Strategisch geplante und innovative Öffentlichkeitsarbeit macht den Erfolg aus, weitere Vorschläge für eine vertiefende Verankerung des Prozesses sind erwünscht.

Folgende Schritte sind garantiert umzusetzen:

- Abschlussveranstaltung in Abstimmung mit der Fränkischen Moststraße
- Begleitende Öffentlichkeitsarbeit, um die Mitwirkung zu erhöhen (Eigene Vorschläge)
- Erstellung einer Marketingbroschüre A4 aus den Ergebnissen in Abstimmung mit der Fränkischen Moststraße:
  - Zielgruppen: Kommunen, Stadt- und Gemeinderäte, Behörden, Partnerorganisationen
  - Umfang: 4 Innenseiten
  - Druckdatei in pdf
  - Ausdruck von 100 Stück
- In Abstimmung mit der Fränkischen Moststraße sind Inhalte für einen Monitor, z.B. <http://naturerlebnis-deutschland.de/naturerlebnis-monitor>, auf der Internetseite „Fränkische Moststraße“ zur kompakten Information von Mitgliedern und Akteuren zu erstellen.

## 8 Zeitplanung

Die Gesamtbearbeitungszeit beträgt zwei Jahre. Beginnend ab dem Auftragsklärungsgespräch.

Die Landesgartenschau „**Natur in Wassertrüdingen 2019**“ möchte **Angebote und/oder Produkte** der **Fränkischen Moststraße** anbieten. Daher ist abzustimmen, wie im Rahmen des zwei jährigen Prozesses die Fränkische Moststraße bei der Landesgartenschau „Natur in Wassertrüdingen 2019“ präsent sein kann (24.05.2019 bis 08.09.2019 Natur in Wassertrüdingen 2019).

Die Jour fixe sind jeweils nach Abschluss der aufgeführten Leistungsphasen durchzuführen.

Im Folgenden ist eine vereinfachte Zeitplanung dargestellt:

2018	2019
 Öffentlichkeitsarbeit	
Auftragsklärung (= Jour fixe 1)	
„Analyse“	
Jour fixe 2	
„Zielsetzung und Strategie“	
	Jour fixe 3



	„Organisationsaufstellung“
	„Abgestimmtes Vorgehen“
	Jour fixe 4
	Abschlussveranstaltung

## 9 **Angebotsbestandteile und Zuschlagskriterien**

Ihr Angebot sollte die folgenden Bestandteile enthalten:

Bestandteile	Gewicht in der Angebotsauswertung
Leistungsbaustein 1 „Auftrag“	5%
Leistungsbaustein 2 „Analyse“	10%
Leistungsbaustein 3 „Zielsetzung und Strategie“	25%
Leistungsbaustein 4 „Organisationsaufstellung“	15%
Leistungsbaustein 5 „Abgestimmtes Vorgehen“	30%
Leistungsbaustein 6 „Kommunikation“	10%
Referenzen von bisherigen vergleichbaren Arbeiten.	5%
GESAMT	100%

## 10 **Adresse und Frist für die Abgabe**

Angebotsabgabe bis 06.04.2018 bei der federführenden

Lokale Aktionsgruppe Region Hesselberg e. V.

Geschäftsstelle: Oliver Sollbach (LAG Management)

Schloss Unterschwaningen / Hauptstraße 11 / 91743 Unterschwaningen

Telefon (0 98 36) 970 772 / Telefax (0 98 36) 970 773

oliver.sollbach@region-hesselberg.de / www.region-hesselberg.de

Kreßberg, den 01.03.2018

gez. Robert Fischer

1. Vorstand