



dwif
WEGWEISEND IM TOURISMUS

INNOVATIVE ENTWICKLUNGSSTRATEGIE FRÄNKISCHE MOSTSTRASSE

Gefördert durch das Bayerische Staatsministerium für Ernährung, Landwirtschaft und Forsten und den Europäischen Landwirtschaftsfonds für die Entwicklung des ländlichen Raums (ELER)

INNOVATIVE ENTWICKLUNGSSTRATEGIE FRÄNKISCHE MOSTSTRAÙE

ENDBERICHT

Autoren



MARKUS SEIBOLD

Prokurist und
Leiter Destinationsmanagement
m.seibold@dwif.de
Tel. +49(0)89 / 237 028 9-19



VERONIKA KARRENBauer

Consultant
v.karrenbauer@dwif.de
Tel. +49(0)89 / 237 028 9-0

dwif-Consulting GmbH
Sonnenstr. 27, 80331 München
www.dwif.de

dwif-Consulting GmbH

Erstellt im Auftrag von:

Interessengemeinschaft Fränkische Moststraße
&
Verein Fränkische Moststraße e.V.
c/o Gemeinde Kreßberg

München, den 15. Juni 2020

Vorwort zum Abschluss des Leader-Projektes „Innovative Entwicklungsstrategie Fränkischen Moststraße“

Zur Fränkischen Moststraße gehören aktuell 31 Kommunen aus zwei Bundesländern und 5 Landkreisen. Sie wurde 2004 gegründet, um ein Netzwerk von Moststationen zu schaffen, welches sich für den Erhalt der Streuobstkultur, der landschaftlichen Vielfalt, der regionalen Kultur und des lokalen Brauchtums einsetzt. Allerdings erkannten die Verantwortlichen, dass auf Dauer das ausgeprägte ehrenamtliche Engagement nicht ausreicht, um diese umfangreichen Ziele zu erreichen.

Vor rund 4 Jahren machten sich 26 Kommunen der Interessengemeinschaft und der eingetragene Verein mit dem Leader-Projekt „Innovative Weiterentwicklung der Fränkischen Moststraße“ auf den Weg, um professionelle und nachhaltige Strukturen aufzubauen.

Unterstützt wurden sie dabei von der dwif-Consulting GmbH, Büro München, in Form der Projektleitung und -begleitung. Erarbeitet wurden eine Bestandsaufnahme sowie Handlungsfelder für die zukünftigen Aktivitäten und Strukturen. Dies ist in der jetzt vorliegenden Strategie dokumentiert.

Ich bedanke mich für die gute Zusammenarbeit mit dwif bei Projektleiter Markus Seibold und seiner Kollegin Veronika Karrenbauer. Die Entwicklungsgesellschaft Region Hesselberg begleitete das Projekt. Hier danke ich Oliver Sollbach, welcher das Projekt federführend auf den Weg brachte sowie Anuschka und Matthias Hörr für ihre kompetente Unterstützung bei der Antragsstellung und Abrechnung.

Ich danke den Mitgliedern der Lenkungsgruppe, der Workshops und den Experten aus dem touristischen Bereich, welche unser Projekt mit Rat und Tat begleiteten.

Mit diesem Konzept sind wir am Anfang eines guten Weges hin zu professionellen Strukturen.

Robert Fischer

Vorsitzender Verein Fränkische Moststraße e.V.

Das Projekt wurde finanziell unterstützt von:



LAG Aischgrund - LAG Altmühlfranken e. V. - LAG Region an der Romantischen Straße - LAG Region Hesselberg



Stadt Crailsheim - Markt Flachslanden - Gemeinde Kreßberg - Hochschule Triesdorf

INHALT

ZUSAMMENFASSUNG.....	- 5 -
I. AUSGANGSSITUATION & AUFGABENSTELLUNG.....	- 9 -
II. SCHLUSSFOLGERUNGEN AUS DER ANALYSE DES IST-ZUSTANDES.....	- 12 -
1. Umgesetzte Aktivitäten im Rahmen der Analyse des Ist-Zustands	- 12 -
2. Kernergebnisse der Analyse.....	- 12 -
III. ENTWICKLUNGSSTRATEGIE FÜR DIE FRÄNKISCHE MOSTSTRASSE.....	- 20 -
1. Ziele und Handlungsfelder	- 20 -
2. Identität der Fränkischen Moststraße.....	- 21 -
2.1 Weg zur eigenen regionalen Identität.....	- 21 -
2.2 Werte der Fränkischen Moststraße.....	- 23 -
2.3 Grundsätze für die Überführung der regionalen Identität in Produkte.....	- 24 -
3. Zielgruppen der Fränkischen Moststraße	- 27 -
4. Ableitungen und Empfehlungen für die Produktentwicklung.....	- 32 -
4.1 Kriterienkatalog zur Produktentwicklung.....	- 32 -
4.2 Checklisten zur Überprüfung des Kriterienkataloges.....	- 34 -
5. Schlüsselmaßnahmen zur Weiterentwicklung.....	- 36 -
5.1 Schlüsselmaßnahmen im Handlungsfeld „Landschaftspflege und Biodiversität“	- 38 -
5.1.1 Fachliche Workshops	- 38 -
5.1.2 Öffentlichkeitsarbeit für Nachpflanzungs-, Pflege-, Obstsammel- & Obstverwertungsevents.....	- 39 -
5.1.3 Obstsorentest-Event.....	- 40 -
5.1.4 Besitzer-Nutzer-Börse für Obsterträge, Reiser und Mähgut	- 41 -
5.1.5 Verkaufsautomaten für regionale Produkte.....	- 42 -
5.1.6 Weitere Maßnahmenvorschläge im Handlungsfeld „Landschaftspflege und Biodiversität“	- 43 -
5.2 Schlüsselmaßnahmen im Handlungsfeld „Brauchtum und Identität“	- 44 -

5.2.1	Ernennung und Schulung von Botschaftern der Fränkischen Moststraße.....	- 44 -
5.2.2	Professionelles Lehrmaterial für Lehrer/ Erzieher.....	- 45 -
5.2.3	Ausbildung von Streuobstpädagogen.....	- 46 -
5.2.4	Führungen für Schulklassen und Kindergärten	- 47 -
5.3	Schlüsselmaßnahmen im Handlungsfeld „Naherholung und Tourismus“	- 48 -
5.3.1	Sensibilisierungskampagne zur stärkeren Verbreitung von regionalen Produkten in Stadtverwaltungen, Gastronomie & Einzelhandel.....	- 48 -
5.3.2	Obst-Event mit überregionaler Strahlkraft	- 49 -
5.3.3	Einführung einer Themenwoche.....	- 50 -
5.3.4	Erlebnisführung Streuobst für Gäste und Einheimische	- 51 -
5.3.5	Geführte Radtour „Rund um das Produkt Apfel“.....	- 52 -
5.3.6	Einrichtung von Themenwegen (Rad und Wandern) für Familien mit Kindern.....	- 53 -
5.3.7	Weitere Maßnahmenvorschläge im Handlungsfeld „Naherholung und Tourismus“	- 54 -
6.	Organisatorische Notwendigkeiten.....	- 54 -
6.1	Aufgabenspektrum einer „Koordinationsstelle Fränkische Moststraße“	- 54 -
6.2	Kostenschätzung.....	- 55 -
6.3	Organisatorische Umsetzung	- 58 -
7.	Ausblick	- 59 -
IV.	DOKUMENTATION.....	- 61 -
1.	Stärken-Schwächen-Übersicht zur Fränkischen Moststraße.....	- 61 -
2.	Mitglieder der Lenkungsgruppe	- 68 -
3.	Teilnehmer der Fachgespräche.....	- 69 -

ZUSAMMENFASSUNG

Ausgangssituation & Aufgabenstellung

Die Fränkische Moststraße ist ein **Zusammenschluss von derzeit 31 Gemeinden** und diversen regionalen Akteuren zwischen dem Großen Brombachsee im Osten und der Stadt Crailsheim im Westen sowie zwischen Burgbernheim im Norden und Oettingen im Süden. Sie erstreckt sich somit überwiegend auf Mittelfranken, reicht aber auch bis in den fränkischen Teil Baden-Württembergs. Die **gemeinsame Klammer** der sonst über das Fränkische Seenland und über einzelne Städte bekannten Region, sind die **Landschaften und Produkte des die Region prägenden Streuobstanbaus**.

Die vorliegende Entwicklungsstrategie wurde unter der Führung der Interessengemeinschaft Fränkische Moststraße und dem Verein Fränkische Moststraße e. V. initiiert und ist das Ergebnis eines umfangreichen Beteiligungsprozesses.

Sie baut auf einer umfassenden **Analyse der Ausgangssituation** auf, die u. a. eine öffentliche Auftaktveranstaltung umfasste, die Auswertung diverser Materialien und Studien, zahlreiche Fachgespräche, die Bereisung ausgewählter Moststationen, die Formulierung eines Fachbeitrags zur Bestandsaufnahme und Beschreibung der landschaftlichen Besonderheiten der Region, einer Wettbewerbsanalyse und die Durchführung einer Online-Akteursbefragung. Die **Kernbotschaften der Analyse**:

- Die Fränkische Moststraße ist mit ihrer thematischen Ausrichtung nicht allein.
- Die Identifikation mit dem Thema Streuobst ist in der Region stark ausgeprägt, die mit der Fränkischen Moststraße nur schwach.
- Das große Interesse an der Fränkischen Moststraße und die gute Stimmung unter den Akteuren gehen Hand in Hand mit einer hohen Erwartungshaltung für die Zukunft.
- Der Großteil der bestehenden Produkte und Angebote bietet aus touristischer Sicht (derzeit) kaum Reiseanlässe. Besonderer Handlungsbedarf besteht im Bereich Erlebbarkeit des Angebotes vor Ort.
- Um die Qualität und Passfähigkeit der Angebote in der Fränkischen Moststraße in der Fläche zu gewährleisten, sind selektierende Kriterien zur Aufnahme von Moststationen unerlässlich.
- In Zukunft ist eine stärkere Professionalisierung aller Beteiligten erforderlich. Zur Entwicklung attraktiver Produkte und zur Steigerung der Bekanntheit der Fränkischen Moststraße bedarf es einer intensiven Kooperation und Vernetzung.
- Für eine erfolgreiche Zukunft im Wettbewerb ist ein größerer (Personal-/Finanz-)Aufwand notwendig.

Ziele und Handlungsfelder

Die Entwicklungsstrategie verfolgt **drei klare Ziele in drei Handlungsfeldern**, die sowohl den Interessen der eigenen Mitglieder, der ansässigen Bevölkerung, Gästen und Ausflüglern als auch der öffentlichen Hand dienen. Sie will sowohl die Landschaftspflege und Biodiversität, die regionale Identität und die vorhandenen Traditionen und Produkte sowie die Erholungs- und Tourismusfunktion der Region unterstützen.

Das **Selbstverständnis der Fränkischen Moststraße** entspricht **dem einer Produkt- und Interessengemeinschaft** im Themenfeld der Streuobstwiesen und dessen Produkten. Sie will nicht die Funktion einer Tourismusorganisation übernehmen, sondern diese im Bereich Produktentwicklung und Marketing unterstützen.

Identität der Fränkischen Moststraße

Eine **gemeinsame Identität macht die Fränkische Moststraße einzigartig und unverwechselbar**, denn sie basiert auf gemeinsamen Werten. Die Basis für die Werte bilden die zahlreichen (Spitzen-)Leistungen, Errungenschaften der Menschen und Besonderheiten der Fränkischen Moststraße aus Vergangenheit und Gegenwart. Nach einem intensiven Diskussionsprozess einigten sich die Akteure der Fränkischen Moststraße auf drei Begriffspaare, die den Charakter der Fränkischen Moststraße einzigartig und unverwechselbar widerspiegeln:

- natur- und traditionsverbunden
- beharrlich und anpackend
- wertschätzend und weitsichtig

Jeder dieser Begriffe steht für eine Vielzahl von Spitzenleistungen und ist nur in Kombination mit den anderen Werten vollständig. Um die regionale Identität für alle Beteiligten in der Region greif- und anwendbar zu gestalten, gibt es **vier Grundsätze**, die als Leitplanken für die zukünftige Angebotsgestaltung dienen und die Entwicklung neuer und bestehender Produkte steuern helfen sollen. Sie dienen allen Partnern in der Fränkischen Moststraße als Hilfestellung für die künftige Arbeit:

- Streuobst-Grundsatz
- Original-Fränkisch-Grundsatz
- Verantwortungs-Grundsatz
- Macher-Grundsatz

Alle vier Grundsätze werden über eine Beschreibung, Leitfragen und Schlüsselbegriffe in der Entwicklungsstrategie erläutert.

Zielgruppen der Fränkischen Moststraße

Eine Zielgruppenanalyse identifizierte für die Fränkische Moststraße **fünf Zielgruppen**, die sich mit ihren Interessen und Anforderungen teilweise stark unterscheiden:

- Ausflügler und Gäste
- Obstbaumbesitzer
- Regionale Produzenten
- Obst- und Gartenbauvereine
- Schulen und Kindergärten

In der Strategie werden die fünf Zielgruppen jeweils in einem Steckbrief genauer beschrieben. Enthalten sind neben der Zielgruppenbeschreibung, deren grundsätzliche Motive, das Einzugsgebiet, auf das sich die Fränkische Moststraße fokussieren soll, ihre Interessen und erste Ideen für mögliche Angebote, die für diese Zielgruppen entwickelt werden könnten.

Ableitungen und Empfehlungen für die Produktentwicklung

Um nun eine auf den Werten und Grundsätzen aufbauende und passende Produktentwicklung zu unterstützen, entstand begleitend zu diesem Konzept ein **Produktleitfaden als konkrete Hilfestellung für die Partner** in der Fränkischen Moststraße. Er zeigt konkrete Ansatzpunkte auf, um mit den Ergebnissen der Studie praktisch weiterarbeiten zu können. Er gibt Empfehlungen zur künftigen strategiekonformen Produktentwicklung und Anregungen für die Vermarktung dieser Produkte. Ein (Qualitäts-)Kriterienkatalog liefert einen Handlungsleitfaden zur konkreten Umsetzung und Anwendung in der täglichen Arbeit.

Schlüsselmaßnahmen zur Weiterentwicklung

Die Entwicklungsstrategie der Fränkischen Moststraße soll die Menschen und Unternehmen in der Region in den Handlungsfeldern Landschaftspflege und Biodiversität, Brauchtum und Identität und Naherholung und Tourismus unterstützen. Dazu benennt sie **15 Schlüsselmaßnahmen**, die überwiegend **aus „den eigenen Reihen“** vorgebracht wurden.

Diese Maßnahmen sind nicht dazu bestimmt sind, alle gleichzeitig bearbeitet zu werden. Nur ein schrittweises Abarbeiten des Maßnahmenkatalogs kann die Lösung sein. Eine Priorisierung wurde auf Wunsch der Lenkungsgruppe zunächst nicht vorgenommen. Die Auswahl der zuerst anzugehenden Maßnahmen soll erst mit erfolgter Installation der Koordinierungsstelle vorgenommen werden. Auch ist die Liste nicht abschließend und kann ergänzt werden. Die Lenkungsgruppen können jederzeit weitere Maßnahmen hinzufügen, wenn dies aktuelle Entwicklungen sinnvoll erscheinen lassen.

Organisatorische Notwendigkeiten

Die ehrgeizigen Ziele der Entwicklungsstrategie sind allein durch ein ehrenamtliches Engagement kaum in die Tat umzusetzen. Vielmehr ist für die Umsetzung des Konzepts eine dauerhafte personelle Unterstützung dringend geboten.

Aus diesem Grund stellt eine eigene **Koordinationsstelle für die Fränkische Moststraße** einen wichtigen **Erfolgsfaktor** für die Umsetzung der Entwicklungsstrategie dar. Das Aufgabenspektrum, welches diese Einrichtung zu erfüllen hat, ist sehr umfangreich und erstreckt sich von der Innen- und Außenkommunikation, das Qualitätsmanagement, über die Produktentwicklung und begleitende Marketingaktivitäten bis hin zu organisatorischen und verwaltungstechnischen Aufgaben.

Ausführliche Informationen zu den organisatorischen und finanziellen Rahmenbedingungen und Strukturen, unter denen die Fränkische Moststraße zielgerichtet und unter professioneller Begleitung vorangetrieben werden kann, sind in der Entwicklungsstrategie beschrieben.

Ausblick

Nun stellt die größte Herausforderung dar, professionelle Strukturen für die Umsetzung der Strategie zu schaffen, um dann Kompetenz- und Leistungsbeweise zu liefern, die die allgemeine Unterstützung erhöhen. Dies ist für den nächsten großen Schritt in der Entwicklung der Fränkischen Moststraße unerlässlich. Die hierfür erforderlichen finanziellen Mittel sind erheblich aber sinnvoll investiertes Geld. Denn die Strategie dient nicht nur den eigenen Mitgliedern:

- Sie unterstützt die regionalen Produzenten und die weiteren Leistungsträger in der Vermarktung und im Vertrieb und **stärkt so die regionale Wertschöpfung**.
- Viele Aktivitäten dienen der Pflege oder gar der Ausweitung des Streuobstwiesenbestandes und damit unmittelbar dem **Kulturlandschaftserhalt**, was im öffentlichen Interesse liegt.
- Sie trägt zur **Sensibilisierung und Umweltbildung** der eigenen Bevölkerung und zur gegenseitigen Unterstützung bei, indem sie über einen wichtigen Bestandteil der eigenen Identität informieren möchte und zum **nachhaltigen Umgang mit der Landschaft und seinen Produkten** animiert.
- Und sie möchte die **Attraktivität der Region** durch Beiträge zur Aufwertung der Freizeitqualität steigern, was wiederum der Bevölkerung wie auch Ausflüglern aus den umliegenden Oberzentren oder Touristen, die ihren Urlaub im Fränkischen Seenland, im Romantischen Franken oder im Ferienland Donau-Ries verbringen, zugutekommt.

Beispiele, wie das niederösterreichische Mostviertel oder das Schwäbische Streuobstparadies zeigen, dass das Thema bei einer entsprechenden professionellen Herangehensweise und finanziellen Unterlegung Erfolgsaussichten hat, sich einer großen Unterstützung sicher sein kann und zum Allgemeinwohl und Stärkung der regionalen Identität beitragen kann. Dies alles sind Ziele und Effekte, die ein gemeinschaftliches Agieren von Privatpersonen, regionalen Unternehmen und der öffentlichen Hand mehr als lohnenswert machen.

I. AUSGANGSSITUATION & AUFGABENSTELLUNG

Die Fränkische Moststraße ist ein Zusammenschluss von derzeit 31 Gemeinden und diversen regionalen Akteuren zwischen dem Großen Brombachsee im Osten und der Stadt Crailsheim im Westen sowie zwischen Burgbernheim im Norden und Oettingen im Süden. Sie erstreckt sich somit überwiegend auf Mittelfranken, reicht aber auch bis in den fränkischen Teil Baden-Württembergs. Die gemeinsame Klammer der sonst über das Fränkische Seenland und über einzelne Städte bekannten Region, sind die Landschaften und Produkte des die Region prägenden Streuobstanbaus.

Abb. 1: Illustrationen vom Beteiligungsprozess



Quelle: dwif 2018 bis 2020

Die vorliegende Entwicklungsstrategie wurde unter der Führung der Interessengemeinschaft Fränkische Moststraße (Organ der mitwirkenden Kommunen) und dem Verein Fränkische Moststraße e. V. initiiert. Sie ist das Ergebnis eines umfangreichen Beteiligungsprozesses, der von der dwif-Consulting GmbH als Auftragnehmer begleitet und moderiert wurde. Über Fachgespräche, Online-Befragungen und zahlreiche Veranstaltungen konnten sich die regionalen Akteure in den Entwicklungsprozess intensiv einbringen. Eine Lenkungsgruppe¹ mit ausgewählten Vertretern der Kommunen und regionaler Organisationen begleitete als Steuerungs- und Entscheidungsgremium die Entwicklung der Strategie.

¹ Siehe Kapitel IV 2. Mitglieder der Lenkungsgruppe

Die Entwicklungsstrategie wurde mit der folgenden Intention angegangen:

- Erhöhung der Wertschöpfung im ländlichen Raum,
- Installation eines „Kümmers“, der die Aufstellung von zu ermittelnden marktfähigen Produkten und Angeboten der Fränkischen Moststraße begleitet,
- Sicherung der Kulturlandschaft sowie
- Stärkung von Naherholung, Identität, Brauchtum und Kultur.

Die Strategie soll ihren Beitrag dazu leisten, den bereits seit 2004 laufenden Prozess des Zusammenfindens vieler Akteure fortzusetzen, in professionelle Strukturen zu überführen und in seiner Tätigkeit nachhaltig sicherzustellen. Die Entwicklungsstrategie definiert zudem die geeignete Form der zukünftigen Zusammenarbeit und gibt hierfür eine abgestimmte Empfehlung für eine professionelle Arbeits- und Organisationsstruktur ab.

Ablauf des Entwicklungsprozesses

In der Analysephase ermittelten die Mitarbeiter des dwif zunächst den aktuellen Status quo und die daraus folgenden Schlussfolgerungen zum Handlungsbedarf. Im Rahmen von Expertengesprächen und einem Workshop wurden die Essenz der regionalen Identität und darauf aufbauend die Werte der Fränkischen Moststraße ermittelt. Auf Basis der Erkenntnisse aus der Analysephase identifizierten und bearbeiteten die regionalen Akteure in zwei Produktworkshops Angebote und Produkte, die die Kernwerte der Region widerspiegeln, die Ziele der Fränkischen Moststraße unterstützen und touristisch vermarktet werden können. Um ideale Voraussetzungen für die Umsetzung der inhaltlichen Ergebnisse zu schaffen und die Fränkische Moststraße zukunfts- und wettbewerbsfähig aufzustellen, wurden durch Expertengespräche und einen Workshop auch Vorschläge zur künftigen Organisationsform der Fränkischen Moststraße ausgearbeitet.

Abb. 2: Erarbeitungsprozess der Entwicklungsstrategie der Fränkischen Moststraße



Quelle: dwif 2020

II. SCHLUSSFOLGERUNGEN AUS DER ANALYSE DES IST-ZUSTANDES

1. Umgesetzte Aktivitäten im Rahmen der Analyse des Ist-Zustands

Im Rahmen der Analyse wurden zahlreiche Maßnahmen realisiert, um die Ausgangssituation vollständig zu erfassen:

- Durchführung einer **öffentlichen Auftaktveranstaltung** in Dentlein am Forst mit 50 Teilnehmern u.a. zur Information über den Prozess und zur Identifikation von Elementen der regionalen Identität (am 12. September 2018)
- Auswertung diverser **Materialien und Studien** aus der Region
- Führen von **Fachgesprächen** mit 15 Akteuren der Region²
- **Bereisung von insgesamt 30 ausgewählten Moststationen** einschließlich ergänzender Gespräche vor Ort (Durchführungszeitraum: 16. bis 18. Oktober 2018)
- Beauftragung **eines Fachbeitrags** an den Landschaftspflegeverband Mittelfranken zur Bestandsaufnahme und Beschreibung der landschaftlichen Besonderheiten der Region (April 2019)
- **Wettbewerbsanalyse** mit Regionen ähnlicher Profilierung in Deutschland und Österreich
- Durchführung einer öffentlichen **Online-Akteursbefragung** mit 65 Teilnehmern aus dem öffentlichen und privatwirtschaftlichen Bereich (November/Dezember 2018)

2. Kernergebnisse der Analyse

Die Kernergebnisse der verschiedenen Analysebausteine werden an dieser Stelle im Sinne einer besseren Lesbarkeit nur in Auszügen dargestellt und zu Kernbotschaften verdichtet.

1.

Die Fränkische Moststraße ist mit ihrer thematischen Ausrichtung nicht allein.

Mit ihrem thematischen Fokus auf das landschaftsprägende Element der Streuobstwiesen und der Vermarktung der damit zusammenhängenden Produkte, Traditionen und Freizeitangebote ist die Fränkische Moststraße nicht alleine und spricht ähnliche Zielgruppen (meist Familien, Senioren und Schulen/Kindergärten) an: Ob die Mürztaler Streuobstregion in der Steiermark, das Schwäbische Streuobstparadies oder das niederösterreichische Mostviertel³ – in Deutschland und auch in Österreich gibt es zahlreiche Regionen, die sich vergleichbar positionieren; allerdings mit ganz unterschiedlichen Organisationsstrukturen und budgetärer Ausstattung und dementsprechend stark variierendem Professionalisierungsgrad.

² Siehe Kapitel IV 3. Teilnehmer der Fachgespräche

³ www.streuobstregion.at, www.streuobstparadies.de und www.mostviertel.at

Abb. 3: Vielfalt der Regionen mit Streuobstbezug



Quelle: dwif 2020

Die Bestandsaufnahme hat erbracht, dass im Vergleich sicherlich das Schwäbische Streuobstparadies und das Mostviertel eine Vorbildfunktion einnehmen. Der Wettbewerbsvergleich hat verschiedene **Erfolgsfaktoren** herausgearbeitet, die für die **Entwicklungsstrategie der Fränkischen Moststraße** eine hohe Relevanz haben:

- Professionelle Organisationsstruktur mit wettbewerbsfähiger finanzieller Ausstattung
- Stringente Weiterentwicklung auf Basis einer Profilierungsstrategie
- Ansprache mit klarem Zielgruppenfokus, professionellem Marketing, attraktivem Bildmaterial und Storytelling
- Attraktiv in Szene gesetzte regionale Produkte
- Arbeit mit authentischen Personen als Botschafter der Region
- Entwicklung von attraktiven Freizeitangeboten und themenbezogenen Veranstaltungen mit hohem Erlebniswert
- Buchbare Angebote im Freizeit- und Bildungsbereich

Der Blick auf die **Fränkische Moststraße offenbart** unter Berücksichtigung dieser Erfolgsfaktoren noch **umfangreichen Handlungsbedarf**. So sind die Informationen über die Region⁴ auf der Internetpräsenz des Vereins aufgrund der derzeit noch sehr begrenzten Möglichkeiten der Akteure sehr textlastig und wenig ansprechend. Es wird insgesamt mit zu wenig und nicht professionellen Bildern

⁴ www.fraenkische-moststrasse.de

und Texten gearbeitet. Ein klares Profil der Region, welches sich von anderen unterscheidet, ist nicht erkennbar.

2.

Die Identifikation mit dem Thema Streuobst ist in der Region stark ausgeprägt, die mit der Fränkischen Moststraße nur schwach.

Die verschiedenen Fachgespräche mit Vertretern der Region, die Online-Befragung der Akteure und die gemeinsame Auftaktveranstaltung haben deutlich gemacht, dass sich die Menschen hier durch einen großen Zusammenhalt auszeichnen und stark mit ihrer Landschaft und ihren Produkten identifizieren. Dies bildet einen guten Nährboden für die gemeinsame Identitätsfindung. Der Verein Fränkische Moststraße e. V. selbst hat jedoch jenseits seiner Mitglieder nur eine sehr geringe Bekanntheit und Akzeptanz. Dies liegt auch daran, dass er aufgrund seiner begrenzten Handlungsmöglichkeiten in der Region kaum sichtbar wird und selbst die Mitglieder bislang kaum einen Nutzen aus dem Verbund für sich erkennen können. Gleichzeitig zeigen die Akteure ein **großes Interesse und Motivation an einer Zusammenarbeit und einer gemeinsamen Weiterentwicklung** der Fränkischen Moststraße. Bislang handeln die meisten Akteure im Rahmen ihrer individuellen Möglichkeiten unabgestimmt für sich. Eine schlagkräftige Organisation, die im Sinne eines Kümmerers eine stringente Koordinierungsfunktion ausübt und Plattformen für eine professionelle Vermarktung anbietet, kann auf eine große Unterstützung der regionalen Akteure zählen.

3.

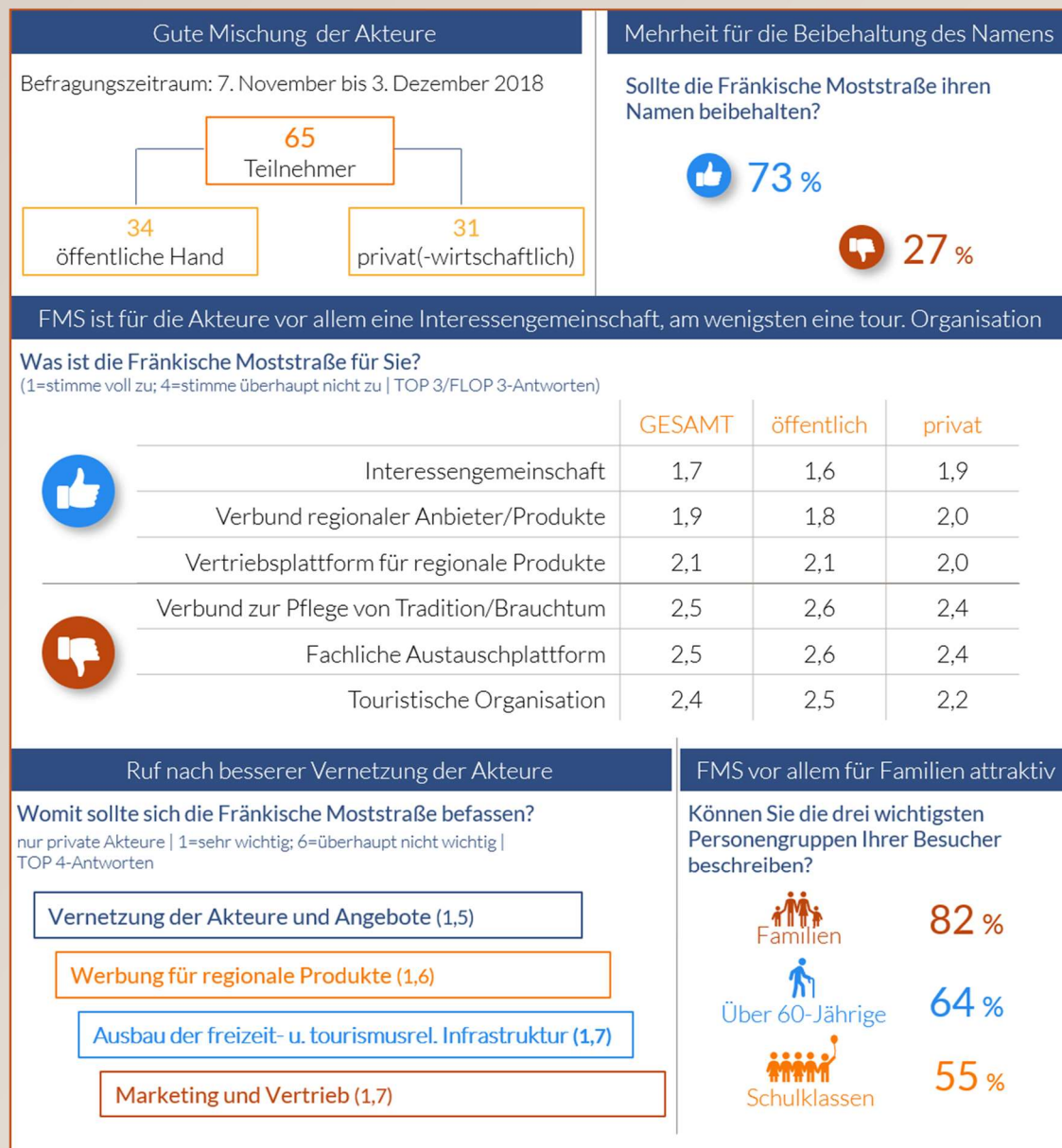
Das große Interesse an der Fränkischen Moststraße und die gute Stimmung unter den Akteuren gehen Hand in Hand mit einer hohen Erwartungshaltung für die Zukunft.

Gefragt nach den **Erwartungen an die Fränkische Moststraße** geht es Akteuren um die Interessensvertretung durch die Fränkischen Moststraße und um die Vermarktung der Produkte der Region. Dementsprechend wird der Verein in erster Linie als Interessengemeinschaft, als Verbund regionaler Anbieter/Produkte und als Vertriebsplattform für regionale Produkte gesehen. Erst mit Abstand folgen Funktionen wie die Brauchtumspflege, die Organisation eines fachlichen Austausches oder gar die Erfüllung von Aufgaben einer Tourismusorganisation. Zu den **wichtigsten Zukunftsaufgaben der Fränkischen Moststraße** zählen daher:

- Die Vernetzung der Akteure und Angebote
- Werbung für regionale Produkte
- Ausbau der freizeit- und tourismusrelevanten Infrastruktur
- Organisation von Marketing und Vertrieb

Die Mitglieder der das Projekt begleitenden Lenkungsgruppe wiesen ausdrücklich darauf hin, dass die Fränkische Moststraße keine touristischen Vermarktungsaufgaben übernehmen und nicht in Konkurrenz zu den bestehenden regionalen Tourismusorganisationen, dem Fränkischen Seenland und dem Romantischen Franken, treten soll. Vielmehr benötigen die touristischen Partner einen Partner, der in der Fläche die Akteure bei der Produktentwicklung unterstützt und z. B. an die Tourismusorganisationen vermittelt.

Abb. 4: Ergebnisse der Online-Befragung der Akteure in der Region Fränkische Moststraße


FMS ist für die Akteure vor allem eine Interessengemeinschaft, am wenigsten eine tour. Organisation

Was ist die Fränkische Moststraße für Sie?

(1=stimme voll zu; 4=stimme überhaupt nicht zu | TOP 3/FLOP 3-Antworten)

	GESAMT	öffentlich	privat
Interessengemeinschaft	1,7	1,6	1,9
Verbund regionaler Anbieter/Produkte	1,9	1,8	2,0
Vertriebsplattform für regionale Produkte	2,1	2,1	2,0
Verbund zur Pflege von Tradition/Brauchtum	2,5	2,6	2,4
Fachliche Austauschplattform	2,5	2,6	2,4
Touristische Organisation	2,4	2,5	2,2

Ruf nach besserer Vernetzung der Akteure

Womit sollte sich die Fränkische Moststraße befassen?
nur private Akteure | 1=sehr wichtig; 6=überhaupt nicht wichtig | TOP 4-Antworten

Vernetzung der Akteure und Angebote (1,5)

Werbung für regionale Produkte (1,6)

Ausbau der freizeit- u. tourismusrel. Infrastruktur (1,7)

Marketing und Vertrieb (1,7)

FMS vor allem für Familien attraktiv

Können Sie die drei wichtigsten Personengruppen Ihrer Besucher beschreiben?

Familien

82 %

Über 60-Jährige

64 %

Schulklassen

55 %

Quelle: dwif 2020

4.

Der Großteil der bestehenden Produkte und Angebote bietet aus touristischer Sicht (derzeit) kaum Reiseanlässe. Besonderer Handlungsbedarf besteht im Bereich Erlebbarkeit des Angebotes vor Ort.

Die Qualität der Moststationen, ihre Erlebbarkeit und ihre Darstellung gegenüber Kunden oder Gästen zeigen im Gebiet der Fränkischen Moststraße erhebliche Unterschiede.

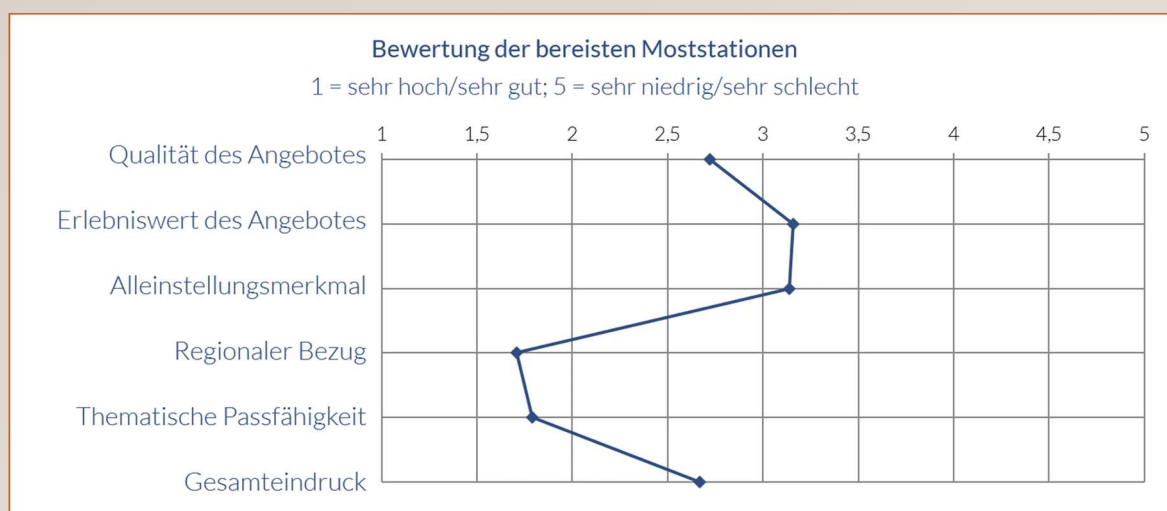
Abb. 5: Illustrationen der Begehung ausgewählter Moststationen



Quelle: dwif 2018

Eine persönliche Bestandsaufnahme der Moststationen ergab, dass **Qualität und Erlebniswert der Moststationen vielfach noch sehr ausbaufähig** sind. Auch werden kaum Alleinstellungsmerkmale sichtbar. Bei verschiedenen Einrichtungen handelt es sich lediglich um Streuobstwiesen, die zunächst schwer zu finden sind, nur zu bestimmten Jahreszeiten einen Besuchsanlass und vor Ort letztlich keinerlei Erlebniswert bieten oder Ansprechpartner vorweisen können. Hinzu kommt, dass verschiedene Einrichtungen keinen Bezug zu den Schwerpunktthemen der Moststraße aufweisen oder diesen zumindest nicht darstellen. Auf diese Weise werden möglichen Gästen gegenüber keinerlei Besuchsanreize vermittelt.

Abb. 6: Qualität und Erlebniswert der Moststationen der Fränkischen Moststraße



Quelle: dwif 2018

Auf der anderen Seite finden sich bei genauerem Hinsehen zahlreiche Kleinode und buchbare Produkte, die eine zusammengefasste Darstellung erfolgversprechend erscheinen lassen. Auch erwiesen sich viele Ansprechpartner der Moststationen als authentische Repräsentanten der Region und ausgesprochene Charakterköpfe, die das Image der Region entscheidend positiv beflügeln könnten. Es sind also auch **gute Grundlagen für eine erfolgreiche Selbstdarstellung** gegeben.

Es fehlt eine Institution, die einerseits die Funktion der Angebotsbündelung und Qualitätsentwicklung ausübt und andererseits die professionelle und zusammenfassende Darstellung und Vermittlung der Angebote übernimmt. Darüber hinaus **muss an der tatsächlichen Vor-Ort-Erlebbarkeit der Freizeitangebote gearbeitet werden**. Hierzu sollte das Informations- und das Erlebnisangebot an den Moststationen erweitert werden. Hierzu empfehlen sich Beschilderungsmaßnahmen, die Umsetzung von Elementen einer sensiblen Landschaftsmöblierung bzw. -inszenierung und die Installation attraktiver Erlebniselemente oder -stationen vor Ort.

5.

Um die Qualität und Passfähigkeit der Angebote in der Fränkischen Moststraße in der Fläche zu gewährleisten, sind selektierende Kriterien zur Aufnahme von Moststationen unerlässlich.

Alle Angebote werden im Internet trotz der mannigfachen Qualitätsunterschiede optisch gleichwertig nebeneinander dargestellt. Die herausragenden Besonderheiten sind nicht herausgearbeitet und genießen keine Vorzugsstellung im Außenauftritt. Gegenüber möglichen Gästen ist so spätestens beim Vor-Ort-Erlebnis die Enttäuschung von Erwartungen vorprogrammiert.

Für die zukünftige **Qualitätsentwicklung müssen** daher die bisherigen **Aufnahmekriterien** von den Verantwortlichen der Fränkischen Moststraße **überdacht**, stärker **überwacht** sowie **Hilfestellungen für eine professionelle und themenorientierte Produktentwicklung angeboten werden**. Erfolgsträchtig ist dies jedoch nur dann, wenn den Akteuren wiederum Anreize für die Erfüllung dieser Kriterien geboten werden. Dies setzt eine gewisse Begehrlichkeit der Mitgliedschaft in der Fränkischen Moststraße voraus, die ihren Mitgliedern Vorteile im Sinne einer professionellen Vermarktung, des Zugangs zu Vertriebsplattformen, der Öffnung von Netzwerken oder Hilfestellungen zur eigenen Weiterentwicklung bietet.

Die zuvor genannten Ausführungen beziehen sich vor allem auf touristisch bzw. für die Naherholung in Szene zu setzende bzw. zu vermarktende Moststationen. Damit sollen einfache Angebote, zum Beispiel Streuobstwiesen, die ohne weitere Angebots Elemente keine Freizeitrelevanz haben, nicht infrage gestellt werden. Diese haben ihre Daseinsberechtigung insbesondere im Bereich des Landschaftsschutzes.

6.

In Zukunft ist eine stärkere Professionalisierung aller Beteiligten erforderlich. Zur Entwicklung attraktiver Produkte und zur Steigerung der Bekanntheit der Fränkischen Moststraße bedarf es einer intensiven Kooperation und Vernetzung.

Damit die Fränkische Moststraße die zuvor genannten Funktionen überhaupt ansatzweise erfüllen kann, **bedarf es einer professionellen Organisationsstruktur**, die mit einem entsprechenden Budget hinterlegt ist. Ehrenamtliches Engagement allein kann dies nicht leisten. Der bislang erreichte Status quo wäre ohne eine elementare Veränderung der Ausgangssituation wohl das Optimum. Wenn nicht eine oder mehrere Personen die gewünschten Aufgaben haupt- oder nebenberuflich übernehmen, kann kein weiterer Entwicklungsfortschritt erwartet werden. Dies bedeutet, dass die Kommunen und die Mitglieder mit eigenen Mitteln mittelfristig die finanzielle Grundlage für diese Strukturen schaffen müssen. **Eine Förderung im Sinne einer Anschubfinanzierung kann eine wichtige Hilfestellung für einen neuen Entwicklungsschub der Fränkischen Moststraße geben**. Denn die Kommunalverantwortlichen und die Mitglieder der Fränkischen Moststraße müssen noch vom Nutzen und den Möglichkeiten überzeugt werden, die die Fränkische Moststraße bietet.

Gleichzeitig sind auch viele Moststationen angehalten, sich professioneller aufzustellen und vor allem nach außen besser darzustellen. Auch eine professionelle Dachorganisation ist auf professionelle Mitwirkende und Kooperationspartner angewiesen!

7.

Für eine erfolgreiche Zukunft im Wettbewerb ist ein größerer (Personal-/Finanz-) Aufwand notwendig.

Eine erfolgreiche Weiterentwicklung der Fränkischen Moststraße ist ein erfolgversprechendes Szenario, welches jedoch von entsprechend hinterlegten personellen oder finanziellen Ressourcen abhängt. Wie hoch diese sein müssen, wird dieser Auftrag zu klären haben. Klar ist dabei jedoch, dass die **Fränkische Moststraße auch als Erfüllungsgehilfe im Sinne der Landschaftspflege, der Daseinsvorsorge und regionalen Entwicklung** verstanden werden muss:

- Er trägt dazu bei, dass ein wichtiges landschaftsprägendes Element erhalten und Nachhaltigkeitsansätze verfolgt werden.
- Für die Bevölkerung werden attraktive Freizeit- und Bildungsangebote entwickelt und angeboten.
- Und die regionalen Produzenten erhalten schließlich Hilfe zur Selbsthilfe und Unterstützung bei der Vermarktung und damit Verbesserung der Wertschöpfung.

Die hierfür anfallenden Kosten lassen sich nur zu einem Teil mit eigenen Mitteln erwirtschaften. Auch langfristig wird hierfür die Unterstützung durch die öffentliche Hand erforderlich sein.

Zum besseren Verständnis wurden die wichtigsten Schlussfolgerungen aus den Analysetätigkeiten in Form der vorab dargestellten Kernaussagen zusammengefasst und mit ausgewählten Daten illustriert. Weitere Erkenntnisse aus der Analysephase bietet die **ausführliche Stärken-Schwächen-Übersicht**, die in Kap. IV 1. der Dokumentation dargestellt ist.

Ein wichtiger Bestandteil der Analyse ist auch der **„Fachbeitrag zum Tourismuskonzept der Fränkischen Moststraße“**, den der Landschaftspflegeverband Mittelfranken e. V. im April 2019 als Teil der Entwicklungsstrategie formuliert hat. Der Beitrag stellt die kulturlandschaftlichen Gegebenheiten dar, die Grundlagen des Streuobstbaues, die aktuellen Entwicklungen in der Verwertung von Erträgen aus Streuobst, vorhandene Netzwerkpartner sowie die Aufgaben und Zukunftsperspektiven für den Erhalt und die Entwicklung der landschaftsprägenden Streuobstbestände im Gebiet der Fränkischen Moststraße aufgezeigt. Auf eine vollständige Abbildung des Beitrags innerhalb dieser Strategie wird aus Platzgründen verzichtet. Er kann jedoch im Sekretariat der IG Fränkische Moststraße angefragt werden.⁵

⁵ E-Mail: sekretariat@fraenkische-moststrasse.de

III. ENTWICKLUNGSSTRATEGIE FÜR DIE FRÄNKISCHE MOSTSTRAßE

1. Ziele und Handlungsfelder

Die grundlegenden Ziele für die Entwicklungsstrategie der Fränkischen Moststraße konnten schnell identifiziert werden, denn sie lassen folgerichtig aus dem Vereinszweck der Vereinsatzung ableiten. Sie erfuhren in der Abstimmung mit der Lenkungsgruppe und weiteren Akteuren hohe Zustimmung.

Abb. 7: Ziele, Handlungsfelder und Zielgruppen der Entwicklungsstrategie für die Fränkische Moststraße



Quelle: dwif 2019; Bilder: dwif, freepik, Fotolia, unsplash

Die Strategie der Fränkischen Moststraße will sowohl die **Landschaftspflege und Biodiversität**, die **regionale Identität und die vorhandenen Traditionen und Produkte** sowie die **Erholungs- und Tourismusfunktion** der Region unterstützen. Wichtig ist die gleichrangige Bedeutung der aus diesen drei Zielen ableitbaren Handlungsfelder. Die Aktivitäten und Maßnahmen, die auf diese Ziele einzahlen, kommen allen Betroffenen zugute:

- den Institutionen der öffentlichen Hand,
- den Betrieben und Produzenten,
- den Vereinen in der Region,
- der eigenen Bevölkerung
- und den möglichen Gästen.

Ausdrücklich wird an dieser Stelle darauf hingewiesen, dass das Selbstverständnis der Fränkischen Moststraße, dem einer Produkt- und Interessengemeinschaft der Akteure im Themenfeld der Streuobstwiesen und dessen Produkten entspricht. Sie will nicht die Funktion einer Tourismusorganisation übernehmen, eine neue touristische Destination schaffen, Leistungen im touristischen Vertrieb übernehmen, sondern diese im Bereich Produktentwicklung und Marketing unterstützen.

2. Identität der Fränkischen Moststraße

Die Herausarbeitung der regionalen Identität stellt eine wesentliche Grundlage für die weitere Arbeit dieser Gemeinschaft dar. Die Gründe hierfür sind vielfältig: zunächst erleichtert ein gemeinsames Selbstverständnis die Arbeit hin zu einem gemeinsamen Ziel, getreu dem Motto „alle gehen in dieselbe Richtung“. Dies führt zur Effizienzsteigerung und schont die Ressourcen. Darüber hinaus wird sich durch die Arbeit, die auf einer gemeinsamen Wertebasis geführt wird, die Glaubwürdigkeit der Fränkischen Moststraße langfristig erhöhen und somit auch die Attraktivität ihrer Produkte und Angebote steigern.

Eine gemeinsame Identität macht die Fränkische Moststraße einzigartig und unverwechselbar, denn sie basiert auf gemeinsamen Werten.

Die **Basis für die Werte bilden die zahlreichen (Spitzen-)Leistungen, Errungenschaften der Menschen und Besonderheiten der Fränkischen Moststraße aus Vergangenheit und Gegenwart**. Dazu gehören spezielle Kultur- und Naturlandschaftsformen, herausragende Leistungen in den verschiedensten Wirtschaftsbranchen, Traditionen und Brauchtümer und nicht zuletzt der unverwechselbare Charakter der Menschen.

2.1 Weg zur eigenen regionalen Identität

Um zum Kern der gemeinsamen Identität vorzudringen und diese Wertebasis zu identifizieren, wurde ein mehrstufiger Prozess umgesetzt. Zunächst wurden die (Spitzen-)Leistungen aus den verschiedenen Bereichen gesammelt. Die Akteure aus der Region wurden dazu auf verschiedenen Wegen einbezogen und befragt: eine Auftaktveranstaltung lieferte erste Hinweise, Fachgespräche vertieften die Frage der Spitzenleistungen und die bereits erwähnte Online-Befragung erweiterten den Blick. Die Auswertung vorhandener Materialien und Recherchen vervollständigten das Gesamtbild der Region.

Abb. 8: Schritte zur regionalen Identität



Quelle: dwif 2019; Bilder: dwif, freepik, Fotolia, unsplash

In mehreren Verdichtungsschritten wurden die Hinweise vom dwif weiterverarbeitet und schließlich dem Fachpublikum im Rahmen eines Workshops zur regionalen Identität zur Diskussion gestellt.

Abb. 9: Impressionen aus dem Workshop „Regionale Identität“ (1. April 2019)



Quelle: dwif 2019

2.2 Werte der Fränkischen Moststraße

Nach einem intensiven Diskussionsprozess einigten sich die Akteure der Fränkischen Moststraße auf drei Begriffspaare, die den Charakter der Fränkischen Moststraße einzigartig und unverwechselbar widerspiegeln.

Abb. 10: Die Werte der Fränkischen Moststraße



Quelle: dwif 2019; Bilder: dwif

Jeder dieser Begriffe steht für eine Vielzahl von Spitzenleistungen und ist nur in Kombination mit den anderen Werten vollständig.

NATUR- & TRADITIONSVERBUNDEN

Die Fränkische Moststraße prägt eine außergewöhnliche Kulturlandschaft. Streuobstwiesen, die sich spielend in Landschaft und Siedlungsstruktur einfügen, Wasser in verschiedensten Formen sowie das sonnige Klima sind charakteristisch.

Die Ursprünglichkeit der Fränkischen Moststraße spiegelt sich in ihrer Biodiversität, dem naturverbundenen Obstanbau, der traditionellen Schafhaltung sowie gesundheitsorientierten Angeboten in der Natur wider. Die Fränkische Kultur wird hier ebenso gepflegt, wie die traditionelle Küche. Das ausgeprägte Vereinsleben, regionale Dorffeste, Kirchweihen und das Mostfest sind ein fester Bestandteil der Identität und tragen zum Ausdruck fränkischer Geselligkeit bei.

BEHARRLICH & ANPACKEND

Bereits seit Jahrhunderten trotzen die Menschen in der Region der Fränkischen Moststraße beharrlich und erfolgreich der Natur und den Wirren der Geschichte ihren Lebensraum ab. Hiervon zeugen die lange Siedlungsgeschichte mit den Spuren der Römer und ihrem hinterlassenen Erbe der Obstbaukunde, die Zeugnisse der frühen Christianisierung und die zahlreichen befestigten mittelalterlichen Städte. Abgeschlossenheit und zum Teil schwierige Voraussetzungen brachten einen ausgeprägten Erfindergeist und eine lange Handwerkstradition hervor. Eine ausgesprochene Selbstständigkeit ist seit jeher charakteristisch für die Menschen in der Fränkischen Moststraße. Sie zeichnet auch heute noch Bescheidenheit und den Willen etwas bewegen zu wollen aus. Zugleich haben sie sich ihre ländlich geprägte Lebensart und Sprache bewahrt und tragen sie mit Stolz in ihren Herzen.

WERTSCHÄTZEND & WEITSICHTIG

Das Streuobst bildet in der Fränkischen Moststraße eine identitätsstiftende Klammer. Landschaftspflege und der Erhalt der Streuobstbestände spielen daher eine wichtige Rolle. Nachhaltige Bewirtschaftung und ein wertschätzender Umgang mit der Natur und den besonderen Obstsorten sind für die Mitglieder der Fränkischen Moststraße selbstverständlich. Weitsicht und Zukunftsfähigkeit kommen in jahrhundertalten und zugleich modernen kreativen Methoden der Produktverarbeitung, der Kultivierung traditioneller Sorten und deren ortsgebundenen Verwertung in Form verschiedenster Produkte zum Ausdruck. Obst- und Gartenbauvereine, Bildungsangebote und zahlreiche Imkereien sind bis heute stets darauf bedacht, die Besonderheit der Natur zu erhalten und weiterzugeben.

2.3 Grundsätze für die Überführung der regionalen Identität in Produkte

Um die regionale Identität für alle Beteiligten in der Region greif- und anwendbar zu gestalten, gibt es vier Grundsätze. Auch diese wurden gemeinschaftlich mit den Akteuren festgelegt und sollen zukünftig die Gestaltung von Projekten und Inhalten, die Produktentwicklung und Vermarktung der Fränkischen Moststraße bestimmen.

Was ist die Funktion der Grundsätze?

- Grundsätze dienen als **Leitplanken** für die zukünftige Angebotsgestaltung und steuern die Entwicklung neuer und bestehender Produkte.
- Grundsätze formulieren eine **Zielvorstellung** und geben so **Qualitätsstandards** vor.
- Grundsätze dienen allen Partnern in der Fränkischen Moststraße als **Hilfestellung** für die künftige Arbeit.

Abb. 11: Die Grundsätze der Fränkischen Moststraße



Quelle: dwif 2019; Bilder: ERH, Fotolia, unsplash, valeria aksakova/freepik

Alle vier Grundsätze werden über eine Beschreibung, Leitfragen und Schlüsselbegriffe erläutert: Die Beschreibung dient dem besseren Verständnis des Grundsatzes. Leitfragen helfen den Partnern bei der Überprüfung der Passfähigkeit oder Entwicklung eines neuen Produkts. Schlüsselbegriffe sind Worte, die in verschiedenen Zusammenhängen mit dem Grundsatz in Verbindung gebracht werden können (z. B. im Marketing).

Streuobst-Grundsatz

Beschreibung

Streuobst ist das identitätsstiftende Merkmal der Fränkischen Moststraße. Nachhaltige Bewirtschaftung und ortsgebundene Verwertung, sind eine Selbstverständlichkeit. Jedes Produkt aus der Fränkischen Moststraße hat eine eindeutige Verbindung zum Streuobst und spiegelt Naturverbundenheit und Regionalität wider.

Leitfragen zur Prüfung der Passfähigkeit

- Hat das Angebot einen thematischen und regionalen Bezug?
- Wird Streuobst verarbeitet oder besteht eine eindeutige Verbindung zu Streuobst?
- Ist das Angebot naturnah? Spüren Gäste/ Kunden / Einheimische die Verbindung zur Natur?

Passende Schlüsselbegriffe

Streuobst, ortsgebunden, regional, ländlich, Biodiversität, regionale Saftmarken, naturverbunden, natürliches Heilen

Original-Fränkisch-Grundsatz

Beschreibung

Brauchtum und Traditionen, Kulinarik und Feste sind für die Fränkische Moststraße typisch. Alles hier ist echt fränkisch, die Menschen und Angebote authentisch. Jeder Kontaktpunkt mit der Fränkischen Moststraße spiegelt Traditionsverbundenheit, Ursprünglichkeit und Echtheit wider.

Leitfragen zur Prüfung der Passfähigkeit

- Hat das Angebot einen eindeutigen Bezug zur Fränkischen Moststraße?
- Werden Traditionen, Brauchtum und Werte sicht- und spürbar vermittelt?
- Entsteht ein echter Kontakt mit den Gästen/ Kunden/ Einheimischen? Wird eine menschliche Beziehung aufgebaut?
- Nehmen Gäste/ Kunden/ Einheimische etwas typisch fränkisches mit nach Hause? (Mitbringen, regionales Produkt, Gefühl, Geschmack)

Passende Schlüsselbegriffe

authentisch, typisch, ursprünglich, echt, fränkisch, Kulinarik, Biertradition, Feste, gesellig, traditionsverbunden, traditionelles Lebensmittelhandwerk

Verantwortungs-Grundsatz

Beschreibung

Verantwortungsbewusstsein gegenüber der Natur, ist ein Grundverständnis der Fränkischen Moststraße. Nachhaltigkeit und Fairness gehen damit einher. Die Wertschätzung gegenüber Mensch und Natur ist jederzeit spürbar.

Leitfragen zur Prüfung der Passfähigkeit

- Ist ein verantwortungsvoller Umgang mit den Produkten gewährleistet?
- Ist der nachhaltige Charakter des Angebotes für Gäste/ Kunden/ Einheimische/ Partner spür- und erlebbar?
- Wird ein wertschätzender Umgang untereinander und mit den Gästen/ Kunden/ Einheimischen/ Partnern gepflegt?

Passende Schlüsselbegriffe

wertschätzend, Selbsterhalt, bescheiden, verantwortungsvoll, nachhaltig, fair, Bildung

Macher-Grundsatz

Beschreibung

Beharrlichkeit, Mut und Selbstständigkeit machten die Menschen zu dem, was sie heute sind. Diese Charaktereigenschaften sind auch heute noch präsent. In der Region werden die Ärmel hochgekrepelt. Diese „Anpackermentalität“ findet sich auch in den Angeboten und Produkten aus der Fränkischen Moststraße wieder.

Leitfragen zur Prüfung der Passfähigkeit

- Wird das Produkt oder werden Bestandteile davon selbst erzeugt?
- Hat es seinen Ursprung im regionalen Handwerk oder einen eindeutigen Bezug dazu?
- Wird die Eigenproduktion (in Teilen) erlebbar gemacht?
- Werden typische Methoden und Kenntnisse erklärt und vermittelt?

Passende Schlüsselbegriffe

anpackend, Macher, Mut, Ärmel hochkrepeln, „Do it yourself“, beharrlich, Selbstständigkeit, Unabhängigkeit

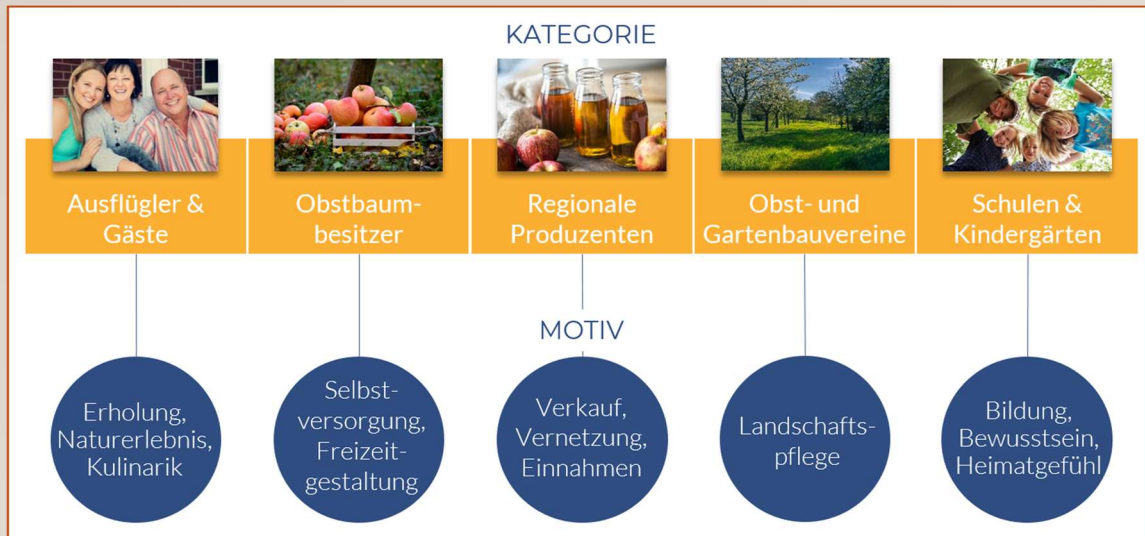
3. Zielgruppen der Fränkischen Moststraße

Für die Fränkische Moststraße wesentlich ist die Frage, für wen sie heute und zukünftig aktiv werden soll und wird. Wer sind die Zielgruppen und wer sind mögliche Kooperationspartner? Hier ergeben sich bei genauerer Betrachtung Überschneidungen, die wiederum nicht im Widerspruch zueinanderstehen, denn eine Akteursgruppe kann für die Fränkische Moststraße zugleich Zielgruppe und Partner sein.

Ein Beispiel: Die Fränkische Moststraße kann zum einen eigene Angebote für regionale Produzenten (Zielgruppe) entwickeln, benötigt diese zum anderen aber auch als Kooperationspartner für die Angebotsgestaltung beispielsweise für Gäste und Ausflügler.

Eine Zielgruppenanalyse identifizierte für die Fränkische Moststraße fünf Zielgruppen, die sich mit ihren Interessen und Anforderungen teilweise stark unterscheiden. Gemäß der drei Handlungsfelder, in der die Fränkische Moststraße tätig ist, Landschaftspflege & Biodiversität, Identität & Brauchtum sowie Naherholung & Tourismus, ergeben sich also ganz unterschiedliche Handlungserfordernisse. Für die zukünftige Arbeit ist es demnach sehr wichtig, die individuellen Motive, Bedürfnisse und Interessen der einzelnen Zielgruppen zu kennen.

Abb. 12: Fünf Zielgruppen für die Fränkischen Moststraße



Quelle: dwif 2019; Bilder: Sinus-Institut, pixabay, Fotolia


Im Folgenden werden die fünf Zielgruppen jeweils in einem Steckbrief genauer beschrieben. Enthalten sind

- neben der **Zielgruppenbeschreibung**,
- deren grundsätzliche **Motive**,
- das **Einzugsgebiet** auf das sich die Fränkische Moststraße fokussieren soll,
- ihre **Interessen**, zum besseren Verständnis ausgedrückt in Fragen und
- erste **Ideen für mögliche Angebote**, die die Fränkische Moststraße für diese Zielgruppen entwickeln oder vorhalten könnte.

 Zielgruppe: Ausflügler und Gäste	
Einheimische aus der näheren Umgebung, (Urlaubs-) Ausflügler vom Übernachtungsort (Fränkisches Seenland, Romantisches Franken, Hohenlohe Schwäbisch Hall, Altmühltal o.ä.), Durchreisende	
Motive	Erholung, Naturerlebnis, Kulinarik
Einzugsgebiet	Produktspezifisch <10 – 50 km
Interessen	<ul style="list-style-type: none"> • Welche Ausflüge kann ich in der Fränkischen Moststraße machen? • Welche Erlebnisse bietet mir die Fränkische Moststraße? • Wie komme ich von A nach B?
Mögliche passende Angebote	Informations-/Edutainmentangebote mit klarem Themenbezug, Informationszentrum zum Thema Streuobst, thematische Wander- und Radwege wie Apfelradweg, Genusstour, Tour de Most o. ä., kurze familienfreundliche Tagestouren mit Erlebniselementen z. B. Erlebnisführung Streuobst, Gastronomie mit regionalen Produkten, Themenwochen zu Apfel, Most, Streuobst o. ä., Produktverkostungen, Obstevents und authentische Feste, Kochkurse/ Einmachkurse mit regionalen Produkten Achtung: Alle Angebote sollen den vier Grundsätzen der Fränkischen Moststraße entsprechen.

 Zielgruppe: Obstbaumbesitzer	
Einheimische aus der näheren Umgebung mit kleinem bis mittlerem Obstbaumbestand oder Personen, die Interesse an eigenen Obstbäumen haben.	
Motive	Selbstversorgung, Selbstverwirklichung, Hobby, Freizeitgestaltung, Obstverwertung
Einzugsgebiet	<20 km
Interessen	<ul style="list-style-type: none"> • Wie kann ich meine Obstbestände weiterverarbeiten? • Wie kann mich die Fränkischen Moststraße dabei unterstützen? • Wie bekomme ich meinen eigenen Obstbaum? • Wie/wo kann ich mich zu diesem Thema weiterbilden? • Wie kann ich meinen Beitrag zur Biodiversität leisten?
Mögliche passende Angebote	Besitzer-/ Nutzerbörse, Veranstaltungen zum gegenseitigen Kennenlernen, fachliche Weiterbildungen z. B. Obstverarbeitung, Baumschneiden, Baum veredeln, Mostseminare, Wettbewerbe („wer hat den schönsten Obstbaum“), Obstverschenkungen, Obstpaten („unterstützen Sie die Biodiversität in der Region“), Geschenkoption für Freunde und Familie Achtung: Alle Angebote sollen den vier Grundsätzen der Fränkischen Moststraße entsprechen.

 <p>Zielgruppe: Regionale Produzenten</p> <p>Einheimische aus der näheren Umgebung mit Möglichkeit zur Obstverarbeitung und Vertrieb, Unternehmen & Betriebe</p>	
Motive	Verkauf, Vernetzung, Einnahmen
Einzugsgebiet	< 20 km
Interessen	<ul style="list-style-type: none"> • Woher bekomme ich das Obst für meine Weiterverarbeitung und Produktion? • Wie kann ich meine Produkte bestmöglich vertreiben? • Wie kann mich die Fränkische Moststraße dabei unterstützen? • Wie kann ich meine Reichweite für den Verkauf erhöhen?
Mögliche passende Angebote	<p>Besitzer-/Nutzerbörse, Veranstaltungen zum gegenseitigen Kennenlernen, Seminare und Weiterbildungen z. B. neue Produkte, Trends, Station entlang eines Themenweges für Verkostung, Verkauf o. ä., gemeinsames Produkt aller Produzenten z. B. Fränkischer Cider, Produktverkostungen, Obstevents mit eigenem Stand</p> <p>Achtung: Alle Angebote sollen den vier Grundsätzen der Fränkischen Moststraße entsprechen.</p>

 <p>Zielgruppe: Obst- und Gartenbauvereine</p> <p>Obst- und Gartenbauvereine in der Region, Landschaftspflegeverband</p>	
Motive	Landschaftspflege
Einzugsgebiet	< 30 km
Interessen	<ul style="list-style-type: none"> • Wie können wir die Aktivitäten zum Thema Landschaftspflege, regionale Produkte usw. in der Fränkischen Moststraße bündeln? • Wie tauschen wir uns untereinander aus? • Wie kann uns die Fränkische Moststraße bei unserem Beitrag zum Landschaftsschutz unterstützen? • Wie können wir uns weiterbilden?
Mögliche passende Angebote	<p>Öffentlichkeitsarbeit für Nachpflanzung, Pflege und Obstsammel-Events; Tauschbörsen, Austauschmöglichkeit zwischen den regionalen Vereinen, gemeinsame Aktionen oder Events</p> <p>Achtung: Alle Angebote sollen den vier Grundsätzen der Fränkischen Moststraße entsprechen.</p>

 Zielgruppe: Schulen und Kindergärten	
Schulen und Kindergärten in der Region, Anzusprechende: Lehrer, Erzieher bzw. Schul-/ Kindergartenleitung	
Motive	Bildung, Bewusstsein, Heimatgefühl
Einzugsgebiet	<20 km
Interessen	<ul style="list-style-type: none"> • Wie kann ich die Themen Landschaftspflege, Biodiversität & Brauchtum bestmöglich in meinen Unterricht integrieren? • Welche Informationen stehen hierfür zur Verfügung? • Kann mich die Fränkische Moststraße bei der Vermittlung der Inhalte unterstützen? • Habe ich Ansprechpartner vor Ort? • Wohin kann ich Ausflüge organisieren und was ist dabei das Lern- und Erlebniselement? • Wo finde die Informationen und wie komme ich da hin? • Wie kann ich die Informationen altersgerecht an die Kinder weitergeben?
Mögliche passende Angebote	Führungen für Schulklassen und Kindergärten, Kinder als Botschafter ernennen, Schulung der Lehrer/ Erzieher zum Thema, Lehr- & Übungsmaterial für die praktische Anwendung im Unterricht z. B. „Apfeltasche“, spielerische Angebote für Erzieher im Kindergarten, Obstsammel-Events, Erfahrungsaustausch Achtung: Alle Angebote sollen den vier Grundsätze der Fränkischen Moststraße entsprechen.

Die hier abgebildeten Beschreibungen geben einen ersten Überblick über die von der Fränkischen Moststraße anzusprechenden Personengruppen und sind als Einstieg in eine ausführliche Beschäftigung mit den Zielgruppen zu verstehen. Sie sollten im Zuge der Umsetzung des Konzeptes noch vertieft und dann auch den Mitgliedern und Kooperationspartnern zur Verfügung gestellt werden.

Insbesondere bei der **Zielgruppe der Ausflügler und Gäste** lohnt sich eine noch differenziertere Betrachtung. So empfiehlt sich aus Sicht des dwif beispielsweise eine Fokussierung auf ausgewählte Zielgruppen der „Sinus Milieus“. Die Sinus-Milieus sind eine vom Sinus-Institut⁶ entwickelte Gesellschafts- und Zielgruppen-Typologie, die in die Lebenswelt der Menschen eintauchen, diese in Gruppen einteilen und anhand von Werten, Lebenszielen, Einstellungen oder soziale Lage beschreiben und so ein wirklichkeitstreu Abbild der Gesellschaft widerspiegeln. Zu diesen Zielgruppen können ausführliche Informationen abgerufen werden, wie diese bestmöglich angesprochen werden können. Für die Fränkische Moststraße erschienen die Sinus-Milieus der „Bürgerlichen Mitte“, der „Adaptiv-Pragmatischen“ und der „Sozialökologischen“ am erfolgsträchtigen.

⁶ www.sinus-institut.de

4. Ableitungen und Empfehlungen für die Produktentwicklung

Um nun eine auf den Werten und Grundsätzen aufbauende und passende Produktentwicklung zu unterstützen, entstand begleitend zu diesem Konzept ein **Produktleitfaden als konkrete Hilfestellung für die Partner** in der Fränkischen Moststraße. Der Produktleitfaden zeigt konkrete Ansatzpunkte auf, um mit den Ergebnissen der Studie praktisch weiterarbeiten zu können. Langfristig wird eine erfolgreiche Platzierung von Angeboten und Produkten aus der Fränkischen Moststraße auf dem Markt angestrebt. Der Produktleitfaden zeigt in kurzer und prägnanter Form die Ergebnisse aus dem Identitätsprozess – die Werte, Grundsätze und Zielgruppen der Fränkischen Moststraße – auf. Darüber hinaus gibt er Empfehlungen zur künftigen strategiekonformen Produktentwicklung und Anregungen für die Vermarktung dieser Produkte. Ein Kriterienkatalog liefert einen Handlungsleitfaden zur konkreten Umsetzung und Anwendung der Strategie in der täglichen Arbeit.

4.1 Kriterienkatalog zur Produktentwicklung

Durch das Engagement Aller kann langfristig eine Produkt- und Interessensgemeinschaft wachsen, die Gästen, Einheimischen, Produzenten und Anbietern gleichermaßen ein qualitativ hochwertiges und authentisches Angebot aus der Fränkischen Moststraße verspricht.

Den Kern des Produktleitfadens bildet ein Kriterienkatalog. Dieser beinhaltet konkrete Empfehlungen für die Partner der Fränkischen Moststraße und deren Arbeit mit der Strategie. Wenn sich alle Beteiligten an diese Vorgaben halten, kann die Fränkische Moststraße erheblich an Bedeutung und Relevanz gewinnen und sich gegenüber anderen Regionen und Angeboten hervorheben und langfristig erfolgreich am Markt platzieren. Die Einhaltung dieser Qualitätskriterien ist somit für alle Akteure entscheidend.

Der Produktleitfaden richtet sich an sechs verschiedene Akteursgruppen und gibt diesen jeweils individuelle Hilfestellung:

- **Gastronomie & Unterkünfte:** alle Betriebe, die im Bereich Gastgewerbe tätig sind
- **Produzenten:** gewerbliche Betriebe und Unternehmen zur Obstverarbeitung, Einheimische mit eigener Obstverarbeitung und Vertrieb
- **Dienstleister:** Gästeführer, Anbieter von Kursen, Workshops, Weiterbildungsangebote o. ä.
- **Verantwortliche für Veranstaltungen:** Organisatoren von bzw. Mitwirkende an Märkte, Kirchweihen, regionale Feste, Obstevents o. ä.
- **Betreiber von Freizeit- und Erlebniseinrichtungen:** Themenverwandte Einrichtungen für Naturerlebnis, Museen, Informationszentren und Pflanzenlehrpfade o. ä.
- **Verantwortliche für Rad- und Wanderwege:** Freizeitrelevante Wegeinfrastruktur wie Wanderwege, Radwege etc.

Abb. 13: Akteursgruppen innerhalb der Fränkischen Moststraße



Quelle: dwif 2019; Bilder: unsplash, pixabay, Fotolia

Der Kriterienkatalog berücksichtigt drei Kategorien (A, B, C) mit jeweils eigenen Kriterien um eine qualitative Einschätzung von Angeboten und Produkten zu ermöglichen:

- **Basiskriterien (C):** Diese Qualitätsstandards sollte das Angebot mindestens erfüllen.
- **Premiumkriterien (B):** Bei Erfüllung dieser Kriterien wird das Angebot zu einem „Leitprodukt“.
- **Leuchtturmkriterien (A):** Unter Berücksichtigung dieser Kriterien wird das Angebot zum Alleinstellungsmerkmal für die Fränkische Moststraße.

Abb. 14: Kriterien innerhalb der drei Kategorien

C		B		A	
Basiskriterien		Premiumkriterien		Leuchtturmkriterien	
Erreichbarkeit & Auffindbarkeit	J/N	Ansprechpartner (vor Ort)	J/N	Regionales Alleinstellungsmerkmal	J/N
Zugänglichkeit (Öffnungszeiten)	J/N	Buchbarkeit	J/N		
Zielgruppenpassung	J/N	Eigener Vertriebskanal	J/N		
Streuobst-Grundsatz	J/N	Marketingkompetenz (Strategie & Stärke)	J/N		
Verantwortungs-Grundsatz	J/N	Qualität (Service/ Produkt/ Infrastruktur)	J/N		
Original-Fränkisch-Grundsatz	J/N				
Macher-Grundsatz	J/N				
Erlebniswert	Skala				
Bekanntheit & Strahlkraft	Skala				

Quelle: dwif 2019

Die Partner haben so die Möglichkeit, ihr eigenes Angebot zu überprüfen und hilfreiche Tipps für eine mögliche Weiterentwicklung oder qualitative Verbesserung im Sinne der regionalen Identität und Strategie der Fränkischen Moststraße zu erhalten.

Für das Produktmanagement der Fränkischen Moststraße dienen die Kategorien als Orientierungshilfe für die künftige Vermarktung der Angebote und Produkte.

4.2 Checklisten zur Überprüfung des Kriterienkataloges

Auf die einzelnen Akteursgruppen (siehe Abb. 13) innerhalb der Fränkischen Moststraße ausgerichtete Checklisten dienen zur Selbsteinschätzung des eigenen Angebotes oder Produktes und sollen eine Hilfestellung für die Verbesserung im Sinne der regionalen Identität und der zukünftigen strategischen Ausrichtung der Fränkischen Moststraße liefern. Partner der Fränkischen Moststraße können sich, je nachdem in welche Akteursgruppe sie sich einordnen, die passende Checkliste herausgreifen.

Hier wird **beispielhaft die Checkliste für die Akteursgruppe Gastronomie & Unterkünfte** aufgeführt. Alle weiteren Checklisten befinden sich im „**Produktleitfaden Fränkische Moststraße**“.

Tab. 1: Beispiel für einen Kriterienkatalog für die Akteursgruppe „Gastronomie & Unterkünfte“

GASTRONOMIE & UNTERKÜNFTE											
C Basiskriterien		J	N	B Premiumkriterien		J	N	A Leuchtturmkriterien		J	N
Ist der Betrieb vor Ort gut auffindbar und leicht zu erreichen?				Gibt es einen Ansprechpartner (vor Ort)?				Handelt es sich um ein regionales Alleinstellungsmerkmal?			
Hat der Betrieb sinnvolle und besucherfreundliche Öffnungszeiten?				Ist das Angebot des Betriebes buch- bzw. kaufbar?							
Passt das Angebot des Betriebes zu den Zielgruppen der Fränkischen Moststraße?				Verfügt der Betrieb über einen eigenen Vertriebskanal?							
Erfüllt der Betrieb Anforderungen des Verantwortungs-Grundsatzes? (siehe Leitfragen)				Verfügt der Betrieb über ausreichend Marketingkompetenz (i.S.v. Strategie & Stärke)?							
Erfüllt der Betrieb die Anforderungen des Streuobst-Grundsatzes? (siehe Leitfragen)				Ist die Qualität des Betriebes nachweislich überprüfbar (Zertifizierung, Label o.ä.)?							
Erfüllt der Betrieb die Anforderungen des Original-Fränkisch-Grundsatzes? (siehe Leitfragen)											
Erfüllt der Betrieb die Anforderungen des Macher-Grundsatzes? (siehe Leitfragen)											
Wie hoch ist der Erlebniswert?											
Es gibt mehrere vergleichbare Angebote				Es gibt nur wenige vergleichbare Angebote in der Region				Es gibt kein vergleichbares Angebot in der Region			
Wie bekannt ist der Betrieb? Wie weit reicht seine Strahlkraft?											
lokal				regional				überregional			

Quelle: dwif 2020 (Produktleitfaden „Fränkische Moststraße“)




5. Schlüsselmaßnahmen zur Weiterentwicklung

Die Entwicklungsstrategie der Fränkischen Moststraße soll die Menschen und Unternehmen in der Region in den Handlungsfeldern ...

- Landschaftspflege und Biodiversität,
- Brauchtum und Identität und
- Naherholung und Tourismus

...unterstützen. Der konkrete Unterstützungsbedarf wurde zusammen mit den hiervon betroffenen Akteuren der Region in verschiedenen Veranstaltungen identifiziert. Gemeinsam vertieften diese eine Auswahl von Maßnahmen. Das dwif nahm im Anschluss daran fachliche Ergänzungen vor. Das Ergebnis dieses Diskussionsprozesses sind **15 Schlüsselmaßnahmen**, die nachfolgend beschrieben werden.

Abb. 15: Übersicht der Schlüsselmaßnahmen

 LANDSCHAFTS- PFLEGE & BIODIVERSITÄT	1	Fachliche Workshops z.B. zu den Themen Obstverarbeitung, Baumschneiden, Landschaftspflege
	2	Öffentlichkeitsarbeit für Nachpflanzungs-, Pflege-, Obstammel- & Obstverwertungsevents & seltene Sorten
	3	Obstsortentest-Event
	4	Besitzer-Nutzer Börse für Obsterträge, Reiser und Mähgut
	5	Verkaufsautomaten für regionale Produkte
 BRAUCHTUM & IDENTITÄT	6	Ernennung und Schulung von Botschaftern der Fränkischen Moststraße
	7	Professionelles Lehrmaterial für Lehrer/ Erzieher
	8	Ausbildung von Streuobstpädagogen
	9	Führungen für Schulklassen und Kindergärten
 NAHERHOLUNG & TOURISMUS	10	Sensibilisierungskampagne zur stärkeren Verbreitung von regionalen Produkten in Gastronomie & Einzelhandel
	11	Obst-Event mit überregionaler Strahlkraft
	12	Einführung von Themenwochen zu Apfel, Most, Streuobst o.ä.
	13	Erlebnissführung Streuobst für Gäste und Einheimische
	14	Geführte Radtour „Rund um das Produkt Apfel“
	15	Einrichtungen von Themenwegen (Rad und Wandern) für Familien mit Kindern

Quelle: dwif 2019

Zum besseren Verständnis wird darauf hingewiesen, dass diese Maßnahmen nicht dazu bestimmt sind, alle gleichzeitig bearbeitet zu werden. Diese sind teilweise so aufwändig, dass angesichts der absehbar begrenzten Personal- und Finanzressourcen nur ein schrittweises Abarbeiten des Maßnahmenkatalogs die Lösung sein kann. Darüber hinaus hat eine (mögliche) Koordinationsstelle der Fränkischen Moststraße nicht zwangsläufig die Hauptverantwortung für jede hier abgebildete Maßnahme. Teilweise ist dies aufgrund der fehlenden Zuständigkeit gar nicht möglich. Vielmehr kommt ihr in zahlreichen Fällen eher die Aufgabe zu, für die Maßnahme zu sensibilisieren,

Mitstreiter für die Idee/Maßnahme zu gewinnen, die Realisierung fachlich oder kommunikativ zu begleiten oder die relevanten Akteure miteinander zu vernetzen.

Die Akteure haben bei der Definition der Maßnahmen immer Wert daraufgelegt, dass die Maßnahmen keine Konkurrenz zu bestehenden Angeboten oder Akteuren erzeugen. Vielmehr sollen Lücken ausgefüllt oder Aktivitäten ausgelöst werden, für die sich sonst keine Zuständigen finden würden oder gemeinsam neue Qualitätsstufen erreicht werden.

Die Darstellung der Maßnahmen erfolgt nach den drei schon eingeführten Handlungsfeldern.

Wichtig: Die hier dargestellte Maßnahmenabfolge bedeutet keine Gewichtung oder Empfehlung für die Reihenfolge der Bearbeitung! Eine Priorisierung wurde auf Wunsch der Lenkungsgruppe ausdrücklich nicht vorgenommen. Die Auswahl der zuerst anzugehenden Maßnahmen soll erst mit erfolgter Installation der Koordinierungsstelle vorgenommen werden. Auch ist die Liste nicht abschließend und kann ergänzt werden. Die Lenkungsgremien können jederzeit weitere Maßnahmen hinzufügen, wenn dies aktuelle Entwicklungen sinnvoll erscheinen lassen.

5.1 Schlüsselmaßnahmen im Handlungsfeld „Landschaftspflege und Biodiversität“

5.1.1 Fachliche Workshops

Ziel der Maßnahme	Das in der Region vorhandene Fachwissen weiterzugeben.	
Darum geht es	<p>Bei den fachlichen Workshops (z. B. zu den Themen Obstverarbeitung, Baumschneiden, Landschaftspflege) geht es vor allem darum, das vorhandene Wissen in mehreren Themenbereichen für verschiedene Zielgruppen wie Kommunen, private Obstbaumbesitzer, Einheimische, interessierte „Städter“ o. ä. zu vermitteln oder zu erweitern. Die angebotenen Themen sollten eine Verbindung zum Thema Streuobst haben.</p> <p>Wichtig: Die zu entwickelnden Angebote dürfen keine Konkurrenz zu bestehenden Strukturen oder Aktivitäten der Obst- und Gartenbauvereine schaffen. Es geht darum, Angebotslücken auszufüllen oder bestehende Angebote zusammenzuführen.</p>	
Wichtige Schritte der Maßnahme	<ul style="list-style-type: none"> • Entwurf Finanzierungskonzept • Festlegung der Workshopthemen • Referentensuche und -ansprache • Entwicklung eines Jahresprogramms; Terminplanung in Orientierung an den Vegetationszyklen (d. h. Durchführung mit zeitlichem Vorlauf zur unmittelbar daran anschließenden Anwendung des Wissens) • Kommunikation und Bewerbung der Veranstaltungen 	
Aufgabe der Fränkischen Moststraße	<ul style="list-style-type: none"> • Impulsgeber • Bündelung bestehender Angebote der verschiedenen Partner, Netzwerkaufbau • Zusammenstellung eines attraktiven Jahresprogramms • Unterstützung bei der Bewerbung 	
Zielgruppe(n) der Maßnahme	Zielgruppennutzen	
<ul style="list-style-type: none"> • Mitarbeiter in den Kommunen • „Jedermann“ (d. h. private Obstbaumbesitzer, interessierte „Städter“, Einheimische etc.) 	<ul style="list-style-type: none"> • Wissensvermittlung • Motivation zur Pflege der Streuobstwiesen • Beitrag zur Kulturlandschaftspflege 	
Empfehlung zur Zuständigkeit/ Federführung	Empfehlung zu wichtigen Partnern für die Realisierung	
<ul style="list-style-type: none"> • Koordinationsstelle Fränkische Moststraße 	<ul style="list-style-type: none"> • Obst- und Gartenbauvereine • Fachexperten • Landwirtschaftliche Lehranstalten/Bildungszentrum Triesdorf • Verein Baumwarte • Lokale Medien 	

5.1.2 Öffentlichkeitsarbeit für Nachpflanzungs-, Pflege-, Obstsammel- & Obstverwertungsevents

Ziel der Maßnahme	Unterstützung von Maßnahmen der Kulturlandschaftspflege und Förderung eines nachhaltigen Umgangs mit den Produkten des Streuobstanbaus.
Darum geht es	Diese Maßnahme soll Einheimische, Vereine, (Kinder-)Gruppen und Schulklassen zentral über Nachpflanzungsmaßnahmen, Obstsammel- und Obstverwertungsevents informieren, zur Mitwirkung animieren und somit für die Pflege und Erhaltung Kulturlandschaft sensibilisieren. Auch Informationen zu Streuobstquellen/Streuobstbesitzern oder die Organisation von Nachpflanzungen können Bestandteile dieser Maßnahme sein.
Wichtige Schritte der Maßnahme	<ul style="list-style-type: none"> • Ansprache der Akteure • Technische Einrichtung/Pflege eines Veranstaltungskalenders • Sammlung/Zusammenführen der Veranstaltungsdaten der verschiedenen Organisatoren • Bewerbung der Plattform und der Veranstaltungen • ggf. Organisation von Nachpflanzungsevents
Aufgabe der Fränkischen Moststraße	<ul style="list-style-type: none"> • Impulsgeber • Vernetzung der Anbieter • Betrieb und Pflege der Veranstaltungsplattform • Öffentlichkeitsarbeit
Zielgruppe(n) der Maßnahme	Zielgruppennutzen
<ul style="list-style-type: none"> • Private und kommunale Streuobstwiesen-Grundstücksbesitzer • Obst- und Gartenbauvereine • Vereine generell • Schulklassen / Kindergärten • Einheimische Bevölkerung 	<ul style="list-style-type: none"> • Unterstützung der Pflege der Streuobstwiesen und damit Beitrag zur Kulturlandschaftspflege • Sensibilisierung der Bevölkerung und nachhaltiger Umgang mit den Produkten des Streuobstanbaus • Aufmerksamkeitssteigerung für die Veranstaltungen
Empfehlung zur Zuständigkeit/Federführung	Empfehlung zu wichtigen Partnern für die Realisierung
<ul style="list-style-type: none"> • Koordinationsstelle Fränkische Moststraße 	<ul style="list-style-type: none"> • Obst- und Gartenbauvereine der Region (inkl. Kreisverbände / Bezirksverband) • Regionale Medien • Kommunen • Schulen & Schulamt • Kindergärten • Streuobstwiesenführer • Landschaftspflegeverband

5.1.3 Obstsortentest-Event

Ziel der Maßnahme	Vermarktung der regionalen Produzenten und ihrer Produkte.
Darum geht es	Dieses spezielle Veranstaltungsformat soll an vorhandene Angebote und Veranstaltungen wie Märkte, Kirchweihen und andere Feste gekoppelt werden. Mit Marktständen einer Auswahl regionaler Produzenten wird unter dem Dach der Moststraße mehrmals im Jahr auf verschiedenen Veranstaltungen das Thema Streuobst und die damit zusammenhängenden Produkte erlebbar. Alle Obstinteressierten, Einheimischen und Gäste können Produkte aus der Fränkischen Moststraße probieren, seltene Sorten kennenlernen und sollen bestenfalls zu einem Kauf animiert werden.
Wichtige Schritte der Maßnahme	<ul style="list-style-type: none"> • Erstellung eines Kosten- und Finanzierungskonzepts (inkl. Beteiligungsmodell) • Konzipierung/ggf. Beauftragung eines Standkonzepts (im CD der Moststraße) • Ansprache/Gewinnung von Produzenten • Auswahl der Events und Aufstellung eines Jahresprogramms • Organisation der Veranstaltungspräsenz • ggf. Organisation begleitender Aktionen (Ratespiele, Probierbaum, Wettbewerbe, ...) • Bewerbung der Events
Aufgabe der Fränkischen Moststraße	<ul style="list-style-type: none"> • Impulsgeber • Einführung, Organisation und Vermarktung des Events
Zielgruppe(n) der Maßnahme	Zielgruppennutzen
<ul style="list-style-type: none"> • Regionale Produzenten • Einheimische • Gäste 	<ul style="list-style-type: none"> • Information über regionale Produkte • Bewerbung der Fränkischen Moststraße und der Produzenten • Sensibilisierung/Angebot eines Geschmackserlebnisses • Bewusstseinsbildung • Bereicherung von Festen/Kirchweihen
Empfehlung zur Zuständigkeit/Federführung	Empfehlung zu wichtigen Partnern für die Realisierung
<ul style="list-style-type: none"> • Koordinationsstelle Fränkische Moststraße 	<ul style="list-style-type: none"> • Produzenten • Pomologen • Obst- und Gartenbauvereine • Kommunen • Organisatoren der Veranstaltungen • Presse

5.1.4 Besitzer-Nutzer-Börse für Obsterträge, Reiser und Mähgut

Ziel der Maßnahme	Das Ziel der Tauschbörse ist es, die privaten Obstbaumbesitzer mit Abnehmern und Produzenten zusammenzubringen.	
Darum geht es	<p>Den Produzenten wird eine Kommunikationsplattform angeboten, um ihren Materialbedarf und ihre Produkthanforderungen zu kommunizieren. Umgekehrt können Obstbaumbesitzer ihren Obstbestand (entgeltlich) anbieten.</p> <p>Für die Plattform sind auch weitere Nutzungen denkbar: für den Tausch von Reisern, das Suchen und Finden von Interessenten für das Mähen von Streuobstwiesen einschließlich der anschließenden Verwertung des Mähguts.</p>	
Wichtige Schritte der Maßnahme	<ul style="list-style-type: none"> • Konzeption der Kommunikationsplattform • Beauftragung der technischen Umsetzung und Pflege; ggf. Erwerb/Beteiligung bei bestehenden Plattformen (z. B. Schwäbisches Streuobstparadies) • Betrieb und Datenpflege • Bekanntmachung und Bewerbung der Plattform 	
Aufgabe der Fränkischen Moststraße	<ul style="list-style-type: none"> • Impulsgeber • Beauftragung/Entwicklung einer virtuellen Vermittlungsbörse • Bewerbung 	
Zielgruppe(n) der Maßnahme	Zielgruppennutzen	
<ul style="list-style-type: none"> • Private- und kommunale Streuobstwiesenbesitzer • Verwerter der Produkte des Streuobstwiesenanbaus • Obst- und Gartenbauvereine 	<ul style="list-style-type: none"> • Vermittlung zwischen (Streuobst-)Wiesenbesitzern und Verwertern der Produkte • Unterstützung der Pflege der Streuobstwiesen und damit Beitrag zur Kulturlandschaftspflege • Sensibilisierung der Bevölkerung und nachhaltiger Umgang mit den Produkten des Streuobstanbaus 	
Empfehlung zur Zuständigkeit/Federführung	Empfehlung zu wichtigen Partnern für die Realisierung	
<ul style="list-style-type: none"> • Koordinationsstelle Fränkische Moststraße 	<ul style="list-style-type: none"> • Private und kommunale Streuobstwiesenbesitzer • Verwerter der Produkte des Streuobstwiesenanbaus • Produzenten • Obst- und Gartenbauvereine • Kommunen • Landwirte 	

5.1.5 Verkaufsautomaten für regionale Produkte

Ziel der Maßnahme	Installation und Betrieb von Verkaufsautomaten für regionale Produkte der Fränkischen Moststraße. (Vergleichbar dem Prinzip der Milchstationen/-verkaufsautomaten auf Bauernhöfen)	
Darum geht es	Schrittweise sollen Verkaufsautomaten in ausgewählten Ortskernen in der Region der Fränkischen Moststraße aufgestellt werden. Diese werden von jeweils mehreren Händlern oder regionalen Produzenten (ggf. insbesondere aus dem jeweiligen Ort) mit passenden Produkten zum Verkauf regelmäßig befüllt. Die Automaten werden optisch im Corporate Design der Fränkischen Moststraße gestaltet.	
Wichtige Schritte der Maßnahme	<ul style="list-style-type: none"> • Entwicklung eines Umsetzungs-/Betriebskonzepts • Prüfung von Fördermöglichkeiten • Ansprache und Gewinnung von Produzenten und Händlern • Organisation der regelmäßigen Befüllung • Erwerb und Pflege der Automaten • Umsetzung einer Pilotphase mit einem Testautomaten in Herrieden • Bewerbung der Initiative 	
Aufgabe der Fränkischen Moststraße	<ul style="list-style-type: none"> • Impulsgeber • Betrieb der Automaten • Öffentlichkeitsarbeit 	
Zielgruppe(n) der Maßnahme	Zielgruppennutzen	
<ul style="list-style-type: none"> • Regionale Produzenten und Händler • Einheimische • Gäste 	<ul style="list-style-type: none"> • Eröffnung eines zusätzlichen Vertriebskanals für regionale Produzenten und damit Vertriebsunterstützung • Bewerbung der Produzenten der Fränkischen Moststraße 	
Empfehlung zur Zuständigkeit/ Federführung	Empfehlung zu wichtigen Partnern für die Realisierung	
<ul style="list-style-type: none"> • Koordinationsstelle Fränkische Moststraße • Vertriebspartner (Produzenten/Händler) 	<ul style="list-style-type: none"> • Produzenten • Händler • Automatenhersteller 	

5.1.6 Weitere Maßnahmenvorschläge im Handlungsfeld „Landschaftspflege und Biodiversität“

Im Zuge der Diskussionen über die unter der Führung der Fränkischen Moststraße erforderlichen Maßnahmen wurden weitere Handlungsvorschläge eingebracht. Diese wurden jedoch nicht so hoch gewichtet und daher vorerst nicht weiter vertieft. Damit diese nicht in Vergessenheit geraten, werden diese an dieser Stelle dargestellt:

- Seminare/ Fortbildungen zu neuen Methoden, Trends o. ä. in den Themenfeldern der Fränkischen Moststraße
- Organisation von Obstbaumverschenkungsaktionen durch die Kommunen und Angebot von Reisern
- Fortsetzung der bereits angegangenen Obstsortenbestimmung und -beschilderung in der Region der Fränkischen Moststraße

5.2 Schlüsselmaßnahmen im Handlungsfeld „Brauchtum und Identität“

5.2.1 Ernennung und Schulung von Botschaftern der Fränkischen Moststraße

Ziel der Maßnahme	Umsetzung eines Botschafterkonzepts zur Stärkung des Images und der Bekanntheit der Fränkischen Moststraße.
Darum geht es	Bisher repräsentiert die Apfelkönigin dankenswerterweise als Botschafterin diese besondere Region. Aufbauend auf dem Botschafter-Gedanken sollen zukünftig in Ergänzung dazu weitere ausgebildete „Botschafterinnen oder Botschafter“ der Fränkischen Moststraße als Imageträger dazu beitragen, die Bekanntheit und Beliebtheit der Fränkischen Moststraße zu erhöhen. Ausgewählte authentische Vertreter der Region (z. B. Obst- und Gartenbauvereine, bekannte Persönlichkeiten, Bürgermeister, Schüler) treten auf Märkten, Festen oder Veranstaltungen auf und informieren über die Themen Streuobstanbau und seine Geschichte, Landschaftspflege und Biodiversität. Bestenfalls erfolgt die Tätigkeit auf ehrenamtlicher Basis, ggf. ist eine Aufwandsentschädigung oder gar Entlohnung zu zahlen. Dabei sind mögliche Synergien oder Kooperationen mit den Genussbotschaftern der „Genussorte“ ⁷ zu prüfen.
Wichtige Schritte der Maßnahme	<ul style="list-style-type: none"> • Entwicklung eines Botschafterkonzepts • Ansprache und Gewinnung möglicher Botschafter/Imageträger (ggf. über öffentliche Ausschreibung und ein eigenes Casting) • Ausbildung/Schulung der Botschafter in Kooperation mit Experten und Bildungsträgern • Bewerbung der Botschafter und Vermittlung an Interessierte (Schulen, Kindergärten) • Organisation der Präsenz auf ausgewählten Veranstaltungen
Aufgabe der Fränkischen Moststraße	<ul style="list-style-type: none"> • Entwicklung und Realisierung des Botschafterkonzeptes • Betreuung und Koordination des Botschaftereinsatzes
Zielgruppe(n) der Maßnahme	Zielgruppennutzen
<ul style="list-style-type: none"> • Einheimische • Vereine, Schulklassen, Kindergärten • (Reise-)Gruppen 	<ul style="list-style-type: none"> • Attraktives Erlebnisangebot für Gruppen, Schulen, Kindergärten etc. • Aufwertung von Veranstaltungen • Steigerung der Bekanntheit der Fränkischen Moststraße • Beitrag zur Bewusstseinsbildung
Empfehlung zur Zuständigkeit/ Federführung	Empfehlung zu wichtigen Partnern für die Realisierung
<ul style="list-style-type: none"> • Koordinationsstelle Fränkische Moststraße 	<ul style="list-style-type: none"> • Vereine • Schulen • Kindergärten • Kommunen • Tourismusverbände • Reiseveranstalter • Regionale Medien

5.2.2 Professionelles Lehrmaterial für Lehrer/ Erzieher

Ziel der Maßnahme	Bereitstellung professioneller Lehrmaterialien über die Geschichte des Streuobstwiesenanbaus in der Region.
Darum geht es	Um schon frühzeitig Bewusstsein für die Themen Streuobst, Landschaftspflege, Naturschutz und Biodiversität zu schaffen, bietet es sich an, Kindergärten und Schulen zu diesen Themen und der Region professionell zu informieren. Hierzu sollen Materialien entwickelt werden, die den Schulen und Kindergärten der Region für den Unterricht oder für Exkursionen zur Verfügung gestellt werden.
Wichtige Schritte der Maßnahme	<ul style="list-style-type: none"> • Organisation eines Erfahrungsaustausches zur Identifikation des tatsächlichen Bedarfs • Recherche hinsichtlich bereits vorhandenem und für die Zwecke der Moststraße verwendbaren pädagogischen Materials • Entwicklung eines Umsetzungskonzepts in Kooperation mit Vertretern von Schulen und Kindergärten • ggf. Beauftragung der Erstellung von professionellem Lehr- & Übungsmaterial; Gestaltung und Vervielfältigung von Materialien • Bereitstellung und Vertrieb der Materialien an Schulen/Kindergärten • Entwicklung von buchbaren Erlebnisangeboten in ausgewählten Moststationen mit Bezug zu den Lerninhalten des eigenen Übungsmaterials
Aufgabe der Fränkischen Moststraße	<ul style="list-style-type: none"> • Impulsgeber • Koordinator der Umsetzung • Auftraggeber für die Erstellung von Lehrmaterialien • Vertrieb und Bewerbung des Materials
Zielgruppe(n) der Maßnahme	Zielgruppennutzen
<ul style="list-style-type: none"> • Schulen • Kindergärten 	<ul style="list-style-type: none"> • Unterstützung des Erziehungs- und Lehrpersonals • Animation zu Ausflügen zu den Moststationen • Steigerung der Bekanntheit der Fränkischen Moststraße in der eigenen Bevölkerung • Beitrag zur Bewusstseinsbildung
Empfehlung zur Zuständigkeit/ Federführung	Empfehlung zu wichtigen Partnern für die Realisierung
<ul style="list-style-type: none"> • Noch zu prüfen ggf. Koordinationsstelle Fränkische Moststraße 	<ul style="list-style-type: none"> • Schulen/Schulamt • Lehrer und Erzieher • Elternbeiräte/Fördervereine • Kindergärten • Kommunen • Kirchen • Obst- und Gartenbauvereine • Moststationen

⁷ www.100genussorte.bayern

5.2.3 Ausbildung von Streuobstpädagogen

Ziel der Maßnahme	Gewinnung, Schulung und Vermittlung von professionellen Führern zum Thema Streuobst.
Darum geht es	<p>Auf Plattformen wie www.streuobst-paedagogen.de können z. B. Privatpersonen, Landschaftsführer oder Lehrer innerhalb von neun Monaten eine Ausbildung zum Streuobstpädagogen absolvieren.</p> <p>Dies soll ihnen das erforderliche Wissen vermitteln, ein Bewusstsein für das Ökosystem Streuobstwiese schaffen und das Wissen um die Zusammenhänge in der Natur an Kinder, Jugendliche und Erwachsene zu vermitteln. Nach Abschluss erhalten die Personen ein Zertifikat und können selbstständig als Streuobstpädagoge, z. B. für die Fränkische Moststraße, arbeiten.</p> <p>Es empfiehlt sich eine vorherige Bedarfsprüfung und ein Erfahrungsaustausch mit dem Verein Triesdorfer Baumwarte e. V., da dieser Verein im Jahr 2020 bereits eine solche Ausbildung in Weidenbach durchgeführt hat.</p> <p>In diesem Zusammenhang sollten auch Synergien oder Querverbindungen zum Botschafterkonzept (siehe Maßnahme III 5.2.1) geprüft werden.</p>
Wichtige Schritte der Maßnahme	<ul style="list-style-type: none"> • Information über mögliche Schulungsangebote • Bewerbung der Ausbildung gegenüber potenziellen Interessenten • ggf. Mitfinanzierung und Organisation von Ausbildungsmaßnahmen in der Region • Bewerbung und Vermittlung der Streuobstpädagogen
Aufgabe der Fränkischen Moststraße	<ul style="list-style-type: none"> • Impulsgeber • Unterstützung der Ausbildung • Bewerbung und Vermittlung der Streuobstpädagogen
Zielgruppe(n) der Maßnahme	Zielgruppennutzen
<ul style="list-style-type: none"> • Interessierte an der umweltpädagogischen Arbeit mit Kindern, Jugendlichen und Erwachsenen • Schulen • Kindergärten • Vereine 	<ul style="list-style-type: none"> • Beitrag zur Bewusstseins- und Umweltbildung in der eigenen Bevölkerung
Empfehlung zur Zuständigkeit/ Federführung	Empfehlung zu wichtigen Partnern für die Realisierung
<ul style="list-style-type: none"> • Koordinationsstelle Fränkische Moststraße • Verein Triesdorfer Baumwarte e. V. 	<ul style="list-style-type: none"> • Interessierte Privatpersonen • Lehrer und Erzieher • Bildungsträger (z. B. Bildungszentrum Triesdorf)

5.2.4 Führungen für Schulklassen und Kindergärten

Ziel der Maßnahme	Angebot von Führungen für Schulklassen und Kindergärten in ausgewählten Moststationen.	
Darum geht es	<p>Um Kindern spielerisch den Umgang mit dem Thema und den Produkten zu erleichtern, könnten Führungen speziell für diese Zielgruppe für Wandertage oder spezielle Ausflüge entwickelt und angeboten werden. Die Lehrer können diese Angebote zu bestimmten Themen an den Moststationen buchen.</p> <p>Es gibt zwar bereits vereinzelte Angebote (siehe Kappelbuck). Es fehlt jedoch eine zentrale Vermarktungsplattform und eine professionelle Bewerbung der Angebote.</p>	
Wichtige Schritte der Maßnahme	<ul style="list-style-type: none"> • Erhebung der vorhandenen Angebote und Prüfung von Qualität und Buchbarkeit • Bei Bedarf Motivation möglicher Führer und Weiterentwicklung oder Professionalisierung der Angebote • Entwicklung eines Vermarktungskonzepts • ggf. Zusammenführung der geeigneten Angebote auf der Plattform der Fränkischen Moststraße • Bewerbung der Angebote und Vermittlung von Nachfrage und Angebot 	
Aufgabe der Fränkischen Moststraße	<ul style="list-style-type: none"> • Impulsgeber • Motivation der Akteure • Zentralisierte Datenpflege • Bewerbung und Vermittlung 	
Zielgruppe(n) der Maßnahme	Zielgruppennutzen	
<ul style="list-style-type: none"> • Schulen • Kindergärten • Vereine 	<ul style="list-style-type: none"> • Beitrag zur Bewusstseins- und Umweltbildung in der eigenen Bevölkerung 	
Empfehlung zur Zuständigkeit/Federführung	Empfehlung zu wichtigen Partnern für die Realisierung	
<ul style="list-style-type: none"> • Koordinationsstelle Fränkische Moststraße 	<ul style="list-style-type: none"> • Streuobstpädagogen/Landschaftsführer • Lehrer und Erzieher • Bildungsträger (z. B. Bildungszentrum Triesdorf) • Verein Triesdorfer Baumwarte e. V. • ggf. Tourismusorganisationen 	

5.3 Schlüsselmaßnahmen im Handlungsfeld „Naherholung und Tourismus“

5.3.1 Sensibilisierungskampagne zur stärkeren Verbreitung von regionalen Produkten in Stadtverwaltungen, Gastronomie & Einzelhandel

Ziel der Maßnahme	Vertreter von Stadtverwaltungen, Gastgewerbe und Einzelhändler sollen stärker auf die Verwendung oder den Vertrieb einheimischer Produkte aufmerksam gemacht und angesprochen werden.	
Darum geht es	Mit einer Kampagne sollen unter anderem Produzenten, Betreibende von Unterkünften, Gastronomiebetrieben oder Einzelhandelsgeschäften, Vereine und Kommunen für die Themen regionale Produkte, Nachhaltigkeit, Klima- und Landschaftsschutz, Biodiversität und Ökologie sensibilisiert werden.	
Wichtige Schritte der Maßnahme	<ul style="list-style-type: none"> • Erstellung eines Kommunikationskonzeptes idealerweise in Zusammenarbeit mit regionalen Produzenten; Bestandteile des Konzeptes: <ul style="list-style-type: none"> • ggf. Erstellung und Kommunikation von Listen mit geeigneten Betrieben auf unterschiedlichsten Kanälen • Erstellung einer Werbebroschüre • ggf. Erstellung eines Werbefilms • Persönliche Besuche und Ansprache • ggf. partnerschaftliche Finanzierung und gemeinsame Umsetzung bzw. Bewerbung 	
Aufgabe der Fränkischen Moststraße	<ul style="list-style-type: none"> • Impulsgeber • Begleitung bei der Kampagnenentwicklung und -umsetzung in Kooperation mit den relevanten Partnern • Unterstützende Bewerbung 	
Zielgruppe(n) der Maßnahme	Zielgruppennutzen	
<ul style="list-style-type: none"> • Profiteure: Produzenten • Adressaten der Maßnahme: Gastgeber, Vereine, Gastronomen, Einzelhändler, Kommunen 	<ul style="list-style-type: none"> • Unterstützung des Vertriebs regionaler Produkte • Beitrag zu Nachhaltigkeit und Klimaschutz • Beitrag zur Bewusstseinsbildung im regionalen Gewerbe und in der eigenen Bevölkerung 	
Empfehlung zur Zuständigkeit/Federführung	Empfehlung zu wichtigen Partnern für die Realisierung	
<ul style="list-style-type: none"> • Koordinationsstelle Fränkische Moststraße • Regionale Produzenten 	<ul style="list-style-type: none"> • Regionale Produzenten • Landschaftspflegeverband Mittelfranken e. V. • Öffentliche Einrichtungen • Regionale Medien 	

5.3.2 Obst-Event mit überregionaler Strahlkraft

Ziel der Maßnahme	Konzeption und Installation eines themenbezogenen Events, welches überregionale Strahlkraft erringen kann und so das Image der Fränkischen Moststraße unterstützt.	
Darum geht es	<p>Bei dem Obst-Event handelt es sich um eine(!) attraktive kulinarische Veranstaltung, die jährlich im Sinne eines „wandernden“ Events stattfindet, indem es an bestehende Veranstaltungen gekoppelt wird, die ihrerseits bereits einen Bezug zur Fränkischen Moststraße haben. Das Ziel ist vor allem das Erleben der Produkte sowohl für Einheimische als auch für Gäste zu ermöglichen, sowie den Bekanntheitsgrad der Fränkischen Moststraße zu erhöhen.</p> <p>Diese Maßnahme hat im konzeptionellen Ansatz Überschneidungen mit dem Obstsortentest-Event (siehe Kapitel III 5.1.3), ist jedoch größer dimensioniert. Eine Abstimmung der beiden Maßnahmen ist empfehlenswert.</p>	
Wichtige Schritte der Maßnahme	<ul style="list-style-type: none"> • Konzeption eines Events in Zusammenarbeit mit Partnern unter einer festen Dachbezeichnung in Ergänzung zur jeweiligen Gastgeberveranstaltung; erste Ideen: <ul style="list-style-type: none"> • Wandernder Kulinarikmarkt • Auftritt der Apfelkönigin • Gestaltung eines Kinderprogramms • Produktprämierung • Aufstellung eines Organisationsteams • Erstellung eines begleitenden Kommunikationskonzepts 	
Aufgabe der Fränkischen Moststraße	<ul style="list-style-type: none"> • Impulsgeber zur Konzeption der Veranstaltung und Motivation zu ihrer Realisierung; • (Mit-)Vermarktung (in Zusammenarbeit mit Orten und Tourismusorganisationen) 	
Zielgruppe(n) der Maßnahme	Zielgruppennutzen	
<ul style="list-style-type: none"> • Einheimische • Tagestouristen • Urlauber 	<ul style="list-style-type: none"> • Erlebnis der Produkte der Region • Stärkung des Images der Fränkischen Moststraße durch die Entwicklung eines Leuchtturmevents 	
Empfehlung zur Zuständigkeit/ Federführung	Empfehlung zu wichtigen Partnern für die Realisierung	
<ul style="list-style-type: none"> • Noch zu klären 	<ul style="list-style-type: none"> • Regionale Produzenten • Obst- und Gartenbauvereine • Gastronomie vor Ort • Persönlichkeiten • Lokale Medien • Kommunen • Tourismusorganisationen 	

5.3.3 Einführung einer Themenwoche

Ziel der Maßnahme	Konzeption und Installation eines themenbezogenen Events, welches überregionale Aufmerksamkeit erringen kann und so das Image der Fränkischen Moststraße stärkt.
Darum geht es	Hier geht es um die Konzeption einer Themenwoche von verschiedenen (ggf. schon bestehenden) Veranstaltungen unter einem gemeinsamen (Fränkischen Moststraßen-)Dach in verschiedenen Orten der Region. Dies können verschiedene auch schon bestehende Veranstaltungen sein (Feste, Märkte, Seminare, Workshops, Führungen) und sollten sich idealerweise um die Themen zu Apfel, Most, Streuobst o. ä. drehen. Auf diese Weise soll ein Leitevent der Fränkischen Moststraße entstehen, um eine größere Aufmerksamkeit zu erzeugen.
Wichtige Schritte der Maßnahme	<ul style="list-style-type: none"> • Partnerfindung • Konzeption der Themenwoche in Zusammenarbeit mit den relevanten Partnern • Aufstellung eines Organisationsteams • Erstellung eines begleitenden Vermarktungskonzepts (inkl. Medienkooperation) idealerweise in Kooperation mit Sponsoren • Umsetzung und Bewerbung
Aufgabe der Fränkischen Moststraße	<ul style="list-style-type: none"> • Impulsgeber zur Konzeption der Veranstaltung und Motivation zu ihrer Realisierung • Mitwirkung bei der Konzeption • Beitrag Vermarktung (in Zusammenarbeit mit Orten und Tourismusorganisationen)
Zielgruppe(n) der Maßnahme <ul style="list-style-type: none"> • Einheimische • Tagestouristen • Urlauber 	Zielgruppennutzen <ul style="list-style-type: none"> • Erlebnis der Produkte der Region • Stärkung des Images der Fränkischen Moststraße durch die Entwicklung eines Leuchtturmevents
Empfehlung zur Zuständigkeit/ Federführung <ul style="list-style-type: none"> • Noch zu klären 	Empfehlung zu wichtigen Partnern für die Realisierung <ul style="list-style-type: none"> • Regionale Produzenten • Obst- und Gartenbauvereine • Gastronomie vor Ort • Persönlichkeiten • Lokale Medien • Kommunen • Tourismusorganisationen

5.3.4 Erlebnisführung Streuobst für Gäste und Einheimische

Ziel der Maßnahme	Entwicklung eines für Gruppen buchbaren Angebots mit hohem Erlebniswert und touristischer Relevanz.	
Darum geht es	Eine Erlebnisführung soll das Thema Streuobst erlebbar machen. Die Führung richtet sich vor allem an naturverbundene Personen, die am Thema interessiert sind. Dies können sowohl Gäste als auch Einheimische, darunter Familien, Kindergärten und Schulklassen oder (Bus-)Gruppen von außerhalb sein. Wichtig ist, dass dieses Angebot dauerhaft verfügbar ist, professionell abgewickelt werden kann und auch von Tourismusorganisationen verlässlich beworben werden kann.	
Wichtige Schritte der Maßnahme	<ul style="list-style-type: none"> • Ansprache und Gewinnung eines geeigneten Anbieters, der die hohen Qualitätskriterien erfüllen kann. (ggf. in Kooperation mit einer Privatperson oder einer Tourismusorganisation) • Gemeinsame Erstellung eines Führungskonzeptes mit Zielgruppenfokus, hohem Erlebnischarakter mit ggf. mehreren Routen und verschiedenen Themen (soweit erforderlich) sowie eines Maßnahmenkatalogs zur Bewerbung und zum Vertrieb • Ausbildung der Gästeführer soweit erforderlich (siehe auch Maßnahme Kap. III 5.2.3 „Streuobstpädagogen“) • Vermarktung und Durchführung der Touren • Wichtige Qualitätskriterien: <ul style="list-style-type: none"> • Professionelle Gästeführer • Ausreichende Infrastruktur vor Ort (z. B. sanitäre Einrichtungen, Parkplätze) • Feste Ansprechpartner 	
Aufgabe der Fränkischen Moststraße	<ul style="list-style-type: none"> • Impulsgeber • Motivation von Mitwirkenden • Einleitung/Moderation der Produktentwicklung • Unterstützung bei der Operationalisierung des Produkts gegenüber Tourismusorganisationen 	
Zielgruppe(n) der Maßnahme	Zielgruppennutzen	
<ul style="list-style-type: none"> • Interessierte Gäste(-gruppen) von außerhalb bzw. der umliegenden Großstädte • Einheimische 	<ul style="list-style-type: none"> • Entwicklung eines Leitprodukts, welches sich auch touristisch vermarkten lässt • Beitrag zur Bewusstseins- und Umweltbildung in der eigenen Bevölkerung 	
Empfehlung zur Zuständigkeit/Federführung	Empfehlung zu wichtigen Partnern für die Realisierung	
<ul style="list-style-type: none"> • Ausgewählte Moststationen bzw. gewerbliche Anbieter 	<ul style="list-style-type: none"> • Moststationen • Tourismusorganisationen • Reiseunternehmen • Regionale Vereine (z. B. Obst- und Gartenbauvereine) • Gästeführer/Streuobstpädagogen (z. B. Genussort-Gästeführer) 	

5.3.5 Geführte Radtour „Rund um das Produkt Apfel“

Ziel der Maßnahme	Entwicklung eines für Gruppen buchbaren Angebots mit hohem Erlebniswert und touristischer Relevanz.	
Darum geht es	Für Besucher aus dem Umland und Tagesgästen soll eine geführte Radtour rund um das Produkt Apfel entwickelt und angeboten werden. Die Gäste können dabei unter Begleitung eines kundigen Führers die Kulturlandschaft aktiv erleben und die Produkte selbst „erfahren“. Idealerweise führt die Tour an einigen Moststationen der Fränkischen Moststraße vorbei und die Radler haben die Möglichkeit, von ihren Führern mehr zum Thema Streuobst und Apfel zu erlernen oder regionale Produkte zu erwerben.	
Wichtige Schritte der Maßnahme	<ul style="list-style-type: none"> • Ansprache und Gewinnung eines geeigneten Anbieters, der die hohen Qualitätskriterien erfüllen kann. • Gemeinsame Entwicklung einer Tour und eines Führungskonzeptes mit definierten Qualitäts- und Sicherheitskriterien, Zielgruppenfokus, hohem Erlebnischarakter sowie eines Maßnahmenkatalogs zur Bewerbung und zum Vertrieb • Ausbildung der Gästeführer soweit erforderlich (siehe auch Maßnahme Kap. III 5.2.3 „Streuobstpädagogen“) • Professionelle Vermarktung und Durchführung der Touren • Wichtige Qualitätskriterien: <ul style="list-style-type: none"> • Professionelle Gästeführer • Ausreichende Infrastruktur vor Ort (z. B. sanitäre Einrichtungen, Parkplätze, ggf. Erreichbarkeit mit öffentlichen Verkehrsmitteln) • Feste Ansprechpartner 	
Aufgabe der Fränkischen Moststraße	<ul style="list-style-type: none"> • Impulsgeber • Motivation von Mitwirkenden • Einleitung/Moderation der Produktentwicklung • Unterstützung bei der Operationalisierung des Produkts gegenüber Tourismusorganisationen 	
Zielgruppe(n) der Maßnahme	Zielgruppennutzen	
<ul style="list-style-type: none"> • Interessierte (Tages-)Gäste(-gruppen) von außerhalb bzw. der umliegenden Großstädte, Radwanderer • Einheimische (insb. Familien) • Kindergärten, Schulen • (Rad-)Sportvereine, Vereine generell 	<ul style="list-style-type: none"> • Entwicklung eines Leitprodukts, welches sich auch touristisch vermarkten lässt. • Beitrag zur Bewusstseins- und Umweltbildung in der eigenen Bevölkerung 	
Empfehlung zur Zuständigkeit/ Federführung	Empfehlung zu wichtigen Partnern für die Realisierung	
<ul style="list-style-type: none"> • Gästeführer bzw. gewerblicher Anbieter 	<ul style="list-style-type: none"> • Moststationen • Tourismusorganisationen • Unterkünfte / Gastronomie • Reiseunternehmen • Regionale Vereine • Gästeführer/Streuobstpädagogen 	

5.3.6 Einrichtung von Themenwegen (Rad und Wandern) für Familien mit Kindern

Ziel der Maßnahme	Themen- und erlebnisorientierte Weiterentwicklung der freizeit- und tourismusrelevanten Infrastruktur	
Darum geht es	<p>Die Konzeption, Installation (inkl. Möblierung, Erlebnisstationen, Beschilderung) und Bewerbung von qualitativ hochwertigen (Erlebnis-)Themenwegen (ohne Anlage neuer Wege!) macht die wichtigsten Themen der Fränkischen Moststraße für Einheimische und Gäste dauerhaft erlebbar und bietet im Ergebnis mind. ein Leitprodukt der Fränkischen Moststraße</p> <p>Eine wichtige Grundlage bilden die konzeptionellen Vorarbeiten des Landschaftspflegeverbands Mittelfranken zum Thema Obstwander-touren im Gebiet der Fränkischen Moststraße im Jahr 2011.</p>	
Wichtige Schritte der Maßnahme	<ul style="list-style-type: none"> • Recherche hinsichtlich möglicher Fördermittel • Ansprache möglicher Kommunen • Aufstellung eines projektbegleitenden Fachgremiums • (Schrittweise) Beauftragung der Konzeption, Gestaltung und Ausweisung des Themenwegs • Vermarktung und Unterstützung der Tourismusorganisationen bei der Vermarktung 	
Aufgabe der Fränkischen Moststraße	<ul style="list-style-type: none"> • Impulsgeber • Motivation ausgewählter Kommunen • Unterstützung der Konzeption der/s Themenwegs/-e ggf. mit externer Unterstützung • Unterstützung bei der Suche und Beantragung von Fördermit-teln • Bewerbung der Themenwege und Platzierung bei Tourismusor-ganisationen 	
Zielgruppe(n) der Maßnahme	Zielgruppennutzen	
<ul style="list-style-type: none"> • Interessierte (Tages-)Gäste(-gruppen) von au-ßerhalb bzw. der umliegenden Großstädte, Radwanderer • Einheimische • Kindergärten, Schulen 	<ul style="list-style-type: none"> • Entwicklung eines Leitprodukts, welches sich auch touristisch vermarkten lässt. • Beitrag zur Bewusstseins- und Umweltbil-dung in der eigenen Bevölkerung 	
Empfehlung zur Zuständigkeit/ Federführung	Empfehlung zu wichtigen Partnern für die Realisierung	
<ul style="list-style-type: none"> • Koordinationsstelle Fränkische Moststraße • Kommunen 	<ul style="list-style-type: none"> • Kommunen • Landschaftspflegeverband Mittelfranken • Tourismusorganisationen • Moststationen • Gastronomie • Obst- und Gartenbauvereine 	

5.3.7 Weitere Maßnahmenvorschläge im Handlungsfeld „Naherholung und Tourismus“

Im Zuge der Diskussionen über die unter der Führung der Fränkischen Moststraße empfehlenswerten Maßnahmen wurden weitere Handlungsvorschläge eingebracht, die dem Handlungsfeld „Naherholung und Tourismus“ zuzuordnen sind. Diese wurden jedoch nicht so hoch gewichtet und daher vorerst nicht weiter vertieft. Damit diese nicht in Vergessenheit geraten, werden diese an dieser Stelle dargestellt:

- Überarbeitung und Verbreitung der Informationsbeschilderung
- Umsetzung eines Radevents zum Thema Most („Tour de Most“) mit überregionaler Strahlkraft
- Gestaltung eines Themenspielplatzes Streuobst
- Angebot von Mostseminaren

6. Organisatorische Notwendigkeiten

6.1 Aufgabenspektrum einer „Kordinationsstelle Fränkische Moststraße“

Die Schlüsselmaßnahmen, die für die Weiterentwicklung der Fränkischen Moststraße ins Auge gefasst werden, machen deutlich, dass die ehrgeizigen Ziele für die Zukunft allein durch ein ehrenamtliches Engagement kaum in die Tat umgesetzt werden können. Vielmehr ist für die Umsetzung des Konzepts eine dauerhafte personelle Untersetzung dringend geboten.

Das Beispiel „Schwäbisches Streuobstparadies“ zeigt, dass derartige Initiativen dann die größten Erfolgsaussichten haben,

- wenn diese über ausreichend **Personal** verfügen,
- welches **dauerhaft und transparent als Ansprechpartner** zur Verfügung steht,
- das alle themenbezogenen **Aktivitäten koordiniert**, die auf die gemeinsamen Ziele einzahlen,
- welches wichtige **Schlüsselmaßnahmen** zusammen mit den weiteren Akteuren **selbst umsetzt** und
- welches **zusätzliche Fördermittel** akquiriert, um die Umsetzung ausgewählter Projekte voranzutreiben.

Abb. 16: Aufgabenspektrum einer Koordinationsstelle Fränkischen Moststraße

Verwaltung/ Organisation	Umsetzung/ Produktentwicklung	Qualitätsmanagement
<ul style="list-style-type: none"> Mitgliederakquisition Mitgliederverwaltung Büroorganisation/Verwaltung Buchhaltung 	<ul style="list-style-type: none"> Umsetzung der Maßnahmen des Entwicklungskonzeptes Produktentwicklung in Zusammenarbeit mit den Partnern*innen Zuarbeit zu den Tourismusorganisationen 	<ul style="list-style-type: none"> Kommunikation und Pflege der Werte und Prinzipien der Fränkischen Moststraße Pflege und Einhaltung der Qualitätskriterien für die Moststationen/Produkte
Kommunikation/Netzwerkarbeit	Finanzierung & Förderung	Marketing/ Vertriebsunterstützung
<ul style="list-style-type: none"> Kommunikation nach innen (Mitglieder/ Moststationen, Kommunen) Kommunikation nach außen (z. B. Presse, Bevölkerung, Schulen, Kindergärten, Vereine, Kirchen u.a.) Netzwerkarbeit (Tourismusorganisationen, Partner/-organisationen, etc.) 	<ul style="list-style-type: none"> Fördermittelakquisition 	<ul style="list-style-type: none"> Marketing (z. B. Pflege Internetauftritt/ Informationsaufbereitung) Erzeugung Bildmaterial Contentzulieferung für Partner Erstellung von Karten/Infos, Bewerbung regionaler Produkte Veranstaltungskalender
	<p>ggf. Unterstützung bei Infrastrukturentwicklung</p> <ul style="list-style-type: none"> Initiativen zur Infrastrukturentwicklung 	

Quelle: dwif 2020

Aus diesem Grund stellt eine eigene **Koordinationsstelle für die Fränkische Moststraße** einen wichtigen **Erfolgsfaktor** für die Umsetzung der Entwicklungsstrategie dar. Das Aufgabenspektrum, welches diese Einrichtung zu erfüllen hat, ist sehr umfangreich (siehe Abb. 16) und erstreckt sich von der Innen- und Außenkommunikation, das Qualitätsmanagement, über die Produktentwicklung und begleitende Marketingaktivitäten bis hin zu organisatorischen und verwaltungstechnischen Aufgaben.

6.2 Kostenschätzung

Grundlagen der Kostenschätzung

Die genannten Aufgabenbereiche sind mit einem erheblichen finanziellen Aufwand verbunden. Um auf der Kostenseite zu einer realistischen Bedarfsschätzung zu kommen, hat das dwif verschiedene Aktivitäten durchgeführt:

- Entwurf und Abstimmung des Aufgabenspektrums einer Koordinationsstelle Fränkische Moststraße
- Recherche der Kosten- und Finanzierungsstrukturen vergleichbarer Organisationen und Ableitung von Schlussfolgerungen für die konkrete Situation in der Fränkischen Moststraße
- Ermittlung/Kalkulation realistischer Kosten für Personal, Büro- und Sachkosten
- Entwurf verschiedener Organisations- bzw. Trägervarianten
- Diskussion der Rechercheergebnisse und Organisationsentwürfe im Rahmen einer gemeinsamen Sitzung des Vorstands der IG Fränkische Moststraße und des Vereins und einer

weiteren Sitzung mit der Lenkungsgruppe für die Entwicklungsstrategie der Fränkischen Moststraße.

Grundannahmen der Kalkulation

Der Bedarfsschätzung liegen verschiedene Annahmen zugrunde. Für das bessere Verständnis und die Nachvollziehbarkeit der Bedarfsermittlung werden diese in einem ersten Schritt erläutert.

- **Aufgabenspektrum:** Die Koordinationsstelle bearbeitet das gesamte zuvor aufgelistete Aufgabenspektrum und übernimmt neben fachlichen und administrativen Aufgaben demzufolge auch die Betreuung der Mitglieder des Vereins Fränkische Moststraße und die Kommunikation nach innen und außen.
- **Personal:** Es sind zwei Vollzeit-Mitarbeiter (Projektleitung/Produktmanager und Assistenz) empfehlenswert, um auch die eigene Umsetzung von Schlüsselmaßnahmen unter der Führung der Koordinationsstelle gewährleisten zu können. Davon verfügt mindestens eine Person über einen Hochschulabschluss. Zwei Personen empfehlen sich zudem allein aus praktischen und organisatorischen Gründen (Urlaubsvertretung etc.). Auch hier sind Anpassungen denkbar. Eine Vollzeitstelle ist jedoch als absolut erforderlich anzusehen.
- **Eigener Bürostandort:** Die Koordinationsstelle bezieht ein eigenes Büro unmittelbar in der Region mit komplett eigener Infrastruktur (Teeküche, Toilette inkl. Reinigung, Ausstattung). Hierfür ist eine Miete für gewerbliche Büroräume zu leisten, die vollständig aus eigenen Mitteln zu finanzieren ist. Die Kosten wurden über Recherchen für gewerbliche Mieten in der Region geschätzt. Diese Annahmen wurden aus Gründen der kalkulatorischen Vorsicht getroffen. Bürogemeinschaften mit gemeinsamer Nutzung und Bezahlung der Basisinfrastruktur (Küche, Toiletten, Besprechungsräume, Reinigung) oder eine kostengünstige Gestellung von Räumlichkeiten in öffentlichen Einrichtungen können zu einer deutlichen Kostenreduzierung führen.
- **Anschaffungskosten:** Es wird davon ausgegangen, dass Technik, Mobiliar und Büroausstattung neu angeschafft werden müssen. Auch hier bestehen selbstverständlich Einsparpotenziale, wenn z. B. Möbel kostengünstig übernommen werden können.
- **Projekt- und Marketingmittel:** Das Personal der Koordinationsstelle benötigt ein flexibel einsetzbares Budget, um seine Aufgaben erfüllen zu können und ggf. anfallende Kosten für Projektkosten, Agenturleistungen und Webhosting begleichen zu können. In der vorliegenden Kalkulation werden hierfür pauschal 50.000 Euro für (schlüssel-)projektbezogene Leistungen pro Jahr angesetzt.
- **Reisekosten:** Für anfallende Dienstreisen in der Region wird die berufliche Nutzung des Privatwagens des Mitarbeiters angenommen. Die anfallenden Kosten werden über den Kilometerpauschalwert beglichen.
- **Selbstfinanzierung:** Die Koordinationsstelle wird sich nicht selbst finanzieren können. Sie ist definitiv auf (Projekt-)Fördermittel, Eigenmittel der Kommunen oder Mitgliedsbeiträge angewiesen. Es ist auf absehbare Zeit unrealistisch, dass die Koordinationsstelle durch

entgeltpflichtige Dienstleistungen, Merchandising etc. einen essenziellen Beitrag zur eigenen Finanzierung leisten kann.

Sollten ausgewählte Variablen im Zuge der weiteren Diskussion verändert werden, kann dies natürlich zu einer Reduzierung oder Erhöhung des erforderlichen Budgets führen.

Tab. 2: Kostenschätzung für eine mögliche Koordinationsstelle der Fränkischen Moststraße
(Entwurf)

Personalkosten	Kosten pro Jahr
1 Projektleiterin (Vollzeit; Bachelor/FH; TVöD E 11; inkl. AG-Anteil)	55.000,- Euro
1 Assistenz (Vollzeit; Berufsausbildung; TVöD E 6; inkl. AG-Anteil)	40.000,- Euro
	insg. ca. 95.000,- Euro
Sachkosten	
Einmalige Einrichtung & Technik für 2 Mitarbeiter (Anschaffungskosten bei vollständiger Neueinrichtung)	(10.000,- Euro im ersten Jahr)
Bürokosten (inkl. Versicherungen, monatliches Verbrauchsmaterial; Kommunikation; monatlich ca. 300,- Euro)	3.000 bis 5.000,- Euro
Miete (inkl. Nebenkosten) (Strom/Heizung, Reinigung; monatlich ca. 800,- Euro)	10.000,- Euro
Reisekosten, Catering für Eigenveranstaltungen, Raummieten	5.000,- Euro
	Auftaktjahr: insg. ca. 30.000,- € Weitere Jahre: insg. ca. 20.000,- €
Jährliche Projekt-/Marketingmittel	50.000,- €

Quelle: dwif 2020

Unter der Berücksichtigung der zuvor genannten Grundannahmen wird **ein jährliches Budget in Höhe von etwa 165.000 Euro (175.000 Euro im ersten Jahr) für die Koordinationsstelle** als erforderlich betrachtet.

6.3 Organisatorische Umsetzung

Für die organisatorische Umsetzung und Verortung wurden verschiedene Varianten in Erwägung gezogen und gemeinsam diskutiert. Die folgende Lösung wurde (Stand: Frühjahr 2020) als einvernehmliche Vorzugsvariante identifiziert:

Anstellung der Mitarbeiter

Die beiden Mitarbeiter der Koordinationsstelle werden direkt beim Verein Fränkische Moststraße angestellt. Diesem Vorschlag liegen folgende strategischen Überlegungen zugrunde:

- Der Verein Fränkische Moststraße ist der „geborene“ Träger der Koordinationsstelle und Inhaber der Markenrechte Fränkische Moststraße.
- Durch die unmittelbare Anstellung beim Verein ist eine Weisungsbefugnis gegenüber den Mitarbeitern und die inhaltliche Einflussnahme auf die Arbeitsschwerpunkte stets gewährleistet.
- Der Verein ist inhaltlich offen für die Mitgliederbedürfnisse und für alle drei Handlungsfelder der Strategie und würde diese gleichberechtigt bearbeiten können. Alternative Trägerstrukturen wurden diskutiert. In vielen Fällen war jedoch ein Ungleichgewicht bei der Bearbeitung der Handlungsfelder oder des geografischen Gebiets zu befürchten, da die diskutierten Träger individuelle Schwerpunkte in jeweils einem der drei Handlungsfelder hatten und/oder nur für einen Teil des Gebiets der Fränkischen Moststraße zuständig waren.
- Der Verein genießt eine hohe Akzeptanz bei den Gemeinden und den eigenen Mitgliedern.

Das dwif empfiehlt im Falle einer Bereitschaft für die Umsetzung dieses Lösungsvorschlags eine vorherige beihilfe- und steuerrechtliche Bewertung. Diese kann und darf das dwif rechtlich begründet nicht durchführen.

Bürogemeinschaft mit dem Regionalmanagement Hesselberg

Räumlich wird eine Bürogemeinschaft mit der Entwicklungsgesellschaft Hesselberg in Unterschwaningen favorisiert. Hierfür sprechen zahlreiche Argumente:

- Das LAG-Management begleitet bzw. unterstützt die Fränkische Moststraße schon seit mehreren Jahren, hat überdies den Entwicklungsprozess dieses Konzepts inhaltlich begleitet, kennt die handelnden Akteure seitens der IG und des Vereins und das Gebiet der Fränkischen Moststraße.
- Es bestehen ähnliche Arbeitsstrukturen und in Teilen fachliche und inhaltliche Berührungspunkte im Zuständigkeitsbereich der beiden Institutionen, die für beide Seiten bei einer räumlichen Nachbarschaft von Vorteil sind.
- Durch eine Bürogemeinschaft können zusätzlich zum fachlichen Nutzen überdies Kosten gespart werden und unter Umständen organisatorische Synergien gehoben werden (z. B.

Telefondienst, anteilige Mitarbeiterfinanzierung, gemeinsame Nutzung von Besprechungsräumen etc.)

7. Ausblick

Die Entwicklung der Fränkischen Moststraße hat in den vergangenen Jahren insbesondere auf ehrenamtlichem Engagement beruht. Trotz der damit verbundenen sehr begrenzten Ressourcen konnten immer wieder kleine Fortschritte erzielt werden. Auch der Zusammenhalt und das Engagement der Akteure haben über viele Jahre hinweg nicht nachgelassen. Zu den Erfolgen gehört, dass Fördermittel für die Entwicklung einer innovativen Entwicklungsstrategie gewonnen werden konnten. Mit externer Unterstützung sollte für die zukünftigen Aktivitäten eine gemeinschaftlich entwickelte strategische Basis geschaffen werden. Diese Entwicklungsstrategie liegt nun vor.

Die Entwicklungsstrategie der Fränkischen Moststraße

- baut auf einer umfassenden **Analyse der Ausgangssituation** auf,
- verfolgt drei **klare Ziele und Handlungsfelder**, die sowohl den Interessen der eigenen Mitglieder, der ansässigen Bevölkerung, Gästen und Ausflüglern als auch der öffentlichen Hand dienen,
- arbeitet die **gemeinsamen Werte** der Interessengemeinschaft der Fränkischen Moststraße heraus,
- formuliert **Grundsätze**, die für eine stimmige strategische Weiterentwicklung von Produkten und Angeboten beachtet werden müssen,
- schlägt **Qualitätskriterien** vor, die für die Produktentwicklung im Allgemeinen und für eine Einordnung/Kategorisierung im Speziellen beachtet werden sollten,
- benennt insgesamt **15 Schlüsselmaßnahmen**, die überwiegend aus „den eigenen Reihen“ vorgebracht wurden und
- definiert die **organisatorischen und finanziellen Rahmenbedingungen und Strukturen**, unter denen die Fränkische Moststraße zielgerichtet und unter professioneller Begleitung mit ein oder zwei hauptamtlichen Personen vorangetrieben werden kann.

Die vorgenannten Bestandteile der Strategie fußen auf einem **umfangreichen Beteiligungsprozess**, der von einem hohen Engagement und Zusammenhalt geprägt war. Besonders positiv bleibt von diesem in Erinnerung, wie groß die Zustimmung und die Identifikation mit den Werten regionalen Identität war, die offensichtlich den Nagel auf den Kopf getroffen haben und eine hervorragende Basis für die gemeinsame Weiterarbeit bilden.

Nun stellt die **größte Herausforderung** dar, **möglichst professionelle Strukturen für die Umsetzung der Strategie** zu schaffen, um dann Kompetenz- und Leistungsbeweise zu schaffen, die die allgemeine Unterstützung erhöhen. Dies ist für den nächsten großen Schritt in der Entwicklung der

Fränkischen Moststraße unerlässlich. Die hierfür erforderlichen finanziellen Mittel sind erheblich aber sinnvoll investiertes Geld.

Denn die Strategie dient wie bereits erwähnt nicht nur den eigenen Mitgliedern:

- Sie unterstützt die regionalen Produzenten und die weiteren Leistungsträger in der Vermarktung und im Vertrieb und stärkt so die **regionale Wertschöpfung**.
- Viele Aktivitäten dienen der Pflege oder gar der Ausweitung des Streuobstwiesenbestandes und damit unmittelbar dem **Kulturlandschaftserhalt**, was im öffentlichen Interesse liegt.
- Sie trägt zur **Sensibilisierung und Umweltbildung** der eigenen Bevölkerung und zur gegenseitigen Unterstützung bei, indem sie über einen wichtigen Bestandteil der eigenen Identität informieren möchte und zum **nachhaltigen Umgang mit der Landschaft und seinen Produkten** animiert.
- Und sie möchte die **Attraktivität der Region** durch Beiträge zur Aufwertung der Freizeitqualität steigern, was wiederum der Bevölkerung wie auch Ausflüglern aus den umliegenden Oberzentren oder Touristen, die ihren Urlaub im Fränkischen Seenland, im Romantischen Franken oder im Ferienland Donau-Ries verbringen, zugutekommt.

Wichtig ist: die Fränkische Moststraße will überwiegend Aufgaben erfüllen, die sich absehbar nicht durch eigenwirtschaftliches Handeln vollständig finanzieren lassen werden. Eigeneinnahmen und Beiträge der Mitglieder und Zuschüsse wirtschaftlicher Partner sind zwar unerlässlich und können auch mit zunehmender Anerkennung und Handlungsstärke der Fränkischen Moststraße steigen. Sie werden jedoch nicht die Kosten vollständig abdecken können. Insbesondere zu Beginn der Professionalisierung wird die öffentliche Hand für die Fränkische Moststraße stärker in Vorleistung gehen müssen.

Beispiele, wie das niederösterreichische Mostviertel oder das Schwäbische Streuobstparadies zeigen jedoch, dass das Thema bei einer entsprechenden professionellen Herangehensweise und finanziellen Unterlegung Erfolgsaussichten hat, sich einer großen Unterstützung sicher sein kann und zum Allgemeinwohl und Stärkung der regionalen Identität beitragen kann. Dies alles sind Ziele und Effekte, die ein gemeinschaftliches Agieren von Privatpersonen, regionalen Unternehmen und der öffentlichen Hand mehr als lohnenswert machen.

IV. DOKUMENTATION

1. Stärken-Schwächen-Übersicht zur Fränkischen Moststraße

LAGE & ERREICHBARKEIT	
STÄRKEN	SCHWÄCHEN
Gute Erreichbarkeit mittels MIV vor allem über A6, A7, B13, B25, B466	Stark eingeschränkte Erreichbarkeit der meisten Moststationen per ÖPNV
Überregionale Erreichbarkeit der Region über schienengebundenen ÖPNV (z. B. Fernverkehrsansbindung Gunzenhausen und Ansbach)	Digitale Auffindbarkeit vieler Moststationen stark eingeschränkt (Google Maps etc.)
Einwohnerstarkes Einzugsgebiet für den Tagestourismus	
Mehrere überregional bekannte und stark frequentierte Radfernwege verlaufen durch die Region (z.B. Altmühltal-Radweg, Radweg Romantische Straße)	
CHANCEN	
Geplante Reaktivierung der Schienenverbindung zwischen Wassertrüdingen und Gunzenhausen verbessert die ÖPNV-Erreichbarkeit zum Teil	
Starker Tourismus in der Region (v. a. in den Sommermonaten) birgt Potenzial für Tagesausflüge vom Urlaubsort	
Nähe zu Baden-Württemberg bietet Möglichkeit der weiterer Quellmärkte für (Tages-)Touristen	

NATURRAUM, KULTUR & HISTORIE

STÄRKEN	SCHWÄCHEN
Abwechslungsreiche und kleinteilige Landschaft mit hoher Lebens- und Freizeitqualität (Hügel, Seen, Flüsse/Quellen etc.)	Monokultureller Anbau von Energiepflanzen beeinträchtigt in Teilen der Region die Attraktivität des Naturraumes
Hesselberg als verbindendes Element im Großteil der Region und beliebtes Ausflugsziel	
Streuobst ist für die Region stark landschaftsprägend und fügt sich stimmig ein	
Seltene Obstsorten als Alleinstellungsmerkmal (z.B. Feuchtwanger Winterbirne, Öhringer Blutstreifling, oberösterreichische Weinbirne)	
Historische Städte mit attraktiven Stadtkernen (z. B. Feuchtwangen, DKB)	RISIKEN
CHANCEN	Seltene Obstsorten eher für Kenner attraktiv, wenig massentauglich
Ökologische Aufwertung der Region bzw. Erhalt der Kulturlandschaft wird in diversen Entwicklungsstrategien angestrebt	Streuobstbestände sind in der Region potenziell bedroht

TOURISTISCHES ANGEBOT & RAHMENBEDINGUNGEN

STÄRKEN	SCHWÄCHEN
Einige touristische Zugpferde in der Region (DKB, Seen, Hesselberg, Schlosspark Dennenlohe etc.)	Touristische Angebotsqualität vielerorts ausbaufähig (z. B. Gastgewerbe, Freizeiteinrichtungen)
Einige Angebote bearbeiten das Thema Streuobst mit hoher Authentizität (z. B. Kappelbuck, Mostereien)	Nur wenige Angebote der FMS werden der zunehmenden Erlebnisorientierung von Reisenden gerecht
Attraktives Preis-Leistungs-Verhältnis in der Gastronomie	Viele Gastronomen (auch Mitglieder der FMS) bieten keine regionalen Produkte an (oder nur auf Nachfrage)
Touristische Infrastruktur stellenweise vor allem im Aktivsegment bereits gut ausgebaut (Wanderwege, Radwege, Wassersport)	Zu wenige Angebote mit Bezug zur FMS/Streuobst (z. B. Streuobst-Wanderweg, Apfel-Radweg)
Regionale Produkte (z.B. hesselberger, Einheimischer, Echt Brombachseer, Grünspecht) befriedigen das Gästebedürfnis nach Regionalität und Authentizität	
Bildungszentrum Triesdorf als Alleinstellungsmerkmal mit zunehmend touristischer Aktivität (z. B. Apfel-Labyrinth)	

Verwertung des Streuobstes befördert Identifikation mit den Produkten und Authentizität in der Vermarktung	
Zahlreiche Gärten und Parks der Region tragen das Thema Streuobst in die Breite	
CHANCEN	RISIKEN
Weitere Angebote sind bereits in Planung (Wanderwegekonzept, Mountainbike-Trailpark, Apfel-Labyrinth Triesdorf, mobiles Apfelhaus etc.)	Fehlende Investitionen in touristische (Klein-)Betriebe
Regionalität als Konsumtrend kommt der thematischen Ausrichtung der FMS entgegen	Attraktivität des Themas Streuobst saisonal sehr unterschiedlich, Terminierung von thematischen Veranstaltungen schwierig (z. B. Blüten-/Erntefest)
Reisen nach Deutschland als anhaltender Reisetrend der Deutschen	Rückgang des gastronomischen Angebotes, oftmals ungeklärte Nachfolgeregelung im Gastgewerbe; Sportheime als Konkurrenz zur klassischen Gastronomie
Kulinarische Vielfalt und traditionelle Rezepte bieten Möglichkeit zur Profilierung (z.B. Schäuferle, Karpfen, Bratwürste, Lammgerichte)	Allgemeiner Fachkräftemangel im Tourismus
Derzeitige Überarbeitung/Ausbau des Radwegesetzes bietet die Möglichkeit zur Installation eines Themenradweges	
Bedarf nach (kurzen) Themenwanderwegen ist in der Region vorhanden; Konzept für Obstwanderwege wurde bereits erstellt	
Ausbau von touristischer Infrastruktur und Angebot mit Fokus auf sanftem Tourismus ist Bestandteil mehrerer Entwicklungskonzepte der Region	
Thema Streuobst bietet Chance zur touristischen Saisonverlängerung (Blüte/Ernte)	
„Aktivurlaub“ und „Regionale Spezialitäten“ als inhaltliche Ausrichtung des TV Romantisches Franken, „Streuobst“ als potenzielles Jahresthema im Fränkischen Seenland	
Touristische Inwertsetzung des Themas Streuobst bietet zusätzliches Potenzial für Naherholer	

MOSTSTATIONEN	
STÄRKEN	SCHWÄCHEN
Große Anzahl an Moststationen bedingt breite Zielgruppenansprache	Erlebniswert und Qualität der Moststationen teilweise sehr gering
Eigene Beschilderung existiert und ist bereits an einigen Moststationen angebracht	Manche Moststationen sind schwer auffindbar bzw. nicht als Moststationen erkennbar (fehlende Beschilderung)
Einzelne attraktive Angebote im Bereich (Schul-) Bildung (Klassenzimmer im Grünen)	Nur wenige Moststationen bieten einen Reiseanlass, sowohl für Reisen vom Wohn- als auch vom Urlaubsort
Authentische Angebote mit regionalem Bezug (Kneippgesundheitsstrainings, Kräuterlehrgänge, Brotbacken etc.)	Thematische Verbindung zwischen Moststationen und Fränkischer Moststraße nicht immer eindeutig (Priorisierung/Klassifizierung notwendig)
Verkaufsstellen mit authentischen regionalen Produkten (z. B. Marme-Lädle, Grafenmichelhof, Der Weinmarkt-Brennerei, Schmalzmühle, Nudelmanufaktur Röckingen)	Kriterien zur Aufnahme von Moststationen werden nicht kontrolliert
	Verlässlichkeit des Angebotes nicht flächendeckend gegeben (z.B. Öffnungszeiten)
	Viele Moststationen sind nur im Rahmen von Führungen/Seminaren attraktiv

ORGANISATION & FINANZIERUNG

STÄRKEN	SCHWÄCHEN
Starkes Engagement von Einzelpersonen für die FMS (z.B. Lilly Engelhard, Apfelköniginnen)	Die FMS ist für Produkt- und Qualitätsentwicklung personell unterbesetzt
	Doppelstruktur mit IG und e. V. ist für Außenstehende schwer nachvollziehbar
	Aktivitäten für und Investitionen in die FMS sind von der Überzeugung einzelner Personen abhängig
	Lücken in der Gebietskulisse
	Geringe Akquisitionstätigkeiten zur Neugewinnung von Kommunen und Moststationen
	Zuständigkeiten und Rollenverteilung gegenüber den Tourismusverbänden und weiteren Partnern ist nicht geklärt
CHANCEN	RISIKEN
Unterstützung durch zahlreiche Akteure (Kommunen, Landkreis, LPV, UNB, OGV, LAG etc.)	Starke finanzielle Abhängigkeit von Fördermitteln (v. a. Leader, Gemeinden)
Starkes Engagement auf Seiten der allfra als potenzieller Partner	Bestehende finanzielle Mittel sind bereits unter Tourismus, Regionalentwicklung und Naturschutz verteilt

MARKETING & VERTRIEB

STÄRKEN	SCHWÄCHEN
Website (www.fraenkische-moststrasse.de) ist aktuell und gepflegt	Website (www.fraenkische-moststrasse.de) ist optisch veraltet
Apfelkönigin als Aushängeschild und Gesicht der FMS auf Veranstaltungen der Region präsent	Bildmaterial der Website (www.fraenkische-moststrasse.de) ist unattraktiv
Thema Streuobst aufgrund zahlreicher privater Bestände in der Region präsent, Bedeutungsschub durch die Möglichkeit der Verwertung	Mangelnde touristische Profilierung der FMS
	FMS ist nicht der ganzen Region etabliert und wird nicht überall gelebt
CHANCEN	Keine finanziellen und personellen Ressourcen für umfangreiches eigenes Marketing
Starke und professionelle Partner in der überregionalen Vermarktung (TV Fränkisches Seenland, Romantisches Franken)	Trennung von Fränkischer Moststraße, hesselberger und allfra für Außenstehende nicht gut ersichtlich; schwierige Voraussetzung für Markenentwicklung
Länderübergreifende Ausdehnung bietet Chancen in der Vermarktung	Hinweise auf Moststationen häufig nicht existent oder leicht zu übersehen
Regionalität als Konsumtrend	Zu geringe Präsenz regionaler Produkte auf Festen und Veranstaltungen
Produktvielfalt des Obstanbaus der Region bietet vielfältige Möglichkeiten zur Produktentwicklung und Vermarktung (hesselberger, Einheimischer, Brombachseer)	Bisher keine Marketingaktivitäten über die Tourismusverbände
Bewusstsein für Regionalität in der Region durchaus vorhanden (siehe Bierkultur)	Online-Buchbarkeit bei den buchbaren Angeboten nicht gegeben
Bewusstseinsbildung für Landschaftspflege, Naturschutz und regionale Produkte Bestandteil von Entwicklungsstrategien der Region	Keine Kooperation mit Reiseveranstaltern
Zahlreiche Veranstaltungen in der Region mit der Möglichkeit zur Vermarktung	Die meisten Mitgliedskommunen verlinken die Homepage der FMS nicht
Landesgartenschau Wassertrüdingen 2019 als attraktive Möglichkeit, die FMS zu präsentieren	Geringe (überregionale Bekanntheit) der Region
	RISIKEN
	Informationsgrenze zu Baden-Württemberg

ZUSAMMENARBEIT & KOMMUNIKATION

STÄRKEN	SCHWÄCHEN
Austausch zwischen den handelnden Personen bei IG und e.V. (z. B. durch gegenseitige Besuche der Hauptversammlungen)	Austausch zwischen den Moststationen findet nur punktuell statt (z. B. Hauptversammlungen) und ist nicht institutionalisiert
	Für aktive und gestaltende Kommunikation fehlt das Personal
	Kaum Kontakt zwischen dem e.V. und den Moststationen (keine gemeinsamen Veranstaltungen, kein Newsletter etc.)
	Der Mehrwert der FMS konnte vielen Kommunen und Akteuren noch nicht vermittelt werden
	Fehlender Ansprechpartner für Akteure und Partner (nur über Fr. Francesconi mit sehr geringer zeitlicher Verfügbarkeit)
	Keine ausreichende Kooperation mit den Tourismusverbänden
	Zu wenig Kontakt zu Regionalinitiativen (v.a. allfra GmbH)
	Thematisch passende Veranstaltungen in der Region werden der FMS häufig nicht kommuniziert
	Vielzahl der beteiligten Akteure erschweren Kommunikation und Entscheidungsfindung
	Große Ausdehnung des Gebietes beeinträchtigt Zusammengehörigkeitsgefühl und Zusammenarbeit
	Aktive Einbindung einiger Mitgliedskommunen ausbaufähig

2. Mitglieder der Lenkungsgruppe

Vorname	Name	Institution
Anne	Billenstein	LAG Aischgrund
Alfons	Brandl	Erster Bürgermeister der Stadt Herrieden und erster Vorsitzender der IG Fränkische Moststraße
Regina	Bremm	Geschäftsführerin Tourismusverband Romantisches Franken e. V.
Ostwald	Czech	Bürgermeister der Marktgemeinde Schopfloch und zweiter Vorsitzender der IG Fränkische Moststraße
Lilly	Engelhard	Schriftführerin des Vereins Fränkische Moststraße e. V. und erste Vorsitzende GenussErlebnis Kappelbuck e.V.
Robert	Fischer	Bürgermeister der Gemeinde Kressberg und erster Vorsitzender des Vereins Fränkische Moststraße e. V.
Simone	Francesconi	Sekretariat IG Fränkische Moststraße
Pia	Grimmeißen-Haider	LAG Region an der Romantische Straße
<i>seit Juli 2019</i> Klemens	Heininger	Geschäftsführer Ferienland Donau-Ries
Hans	Henninger	Erster Bürgermeister der Marktgemeinde Flachlanden und zweiter Vorsitzender des Vereins Fränkische Moststraße e. V.
Kai	Hinderberger	Stadtverwaltung Crailsheim; Ressort Digitales & Kommunikation; Sachgebiet Stadtmarketing
Matthias	Hörr	Entwicklungsgesellschaft Region Hesselberg mbH; Regionalmanagement Region Hesselberg
Klaus	Kober	Zweiter Bürgermeister der Gemeinde Ehingen/Beyerberg; Obst- und Gartenbauverein Beyerberg
Norbert	Metz	Landschaftspflegeverband Mittelfranken e. V.
Anuschka	Mlodzik	Entwicklungsgesellschaft Region Hesselberg mbH; Regionalmanagement Region Hesselberg
Hans-Dieter	Niederprüm	Geschäftsführer Tourismusverband Fränkisches Seenland GbR
<i>bis November 2019</i> Simone	Oesterle	Bürgerschaftliche Regionalentwicklung Jagstregion e.V.; LEADER-Regionalmanagement
Hermann	Reichert	Schatzmeister des Vereins Fränkische Moststraße e. V.
Stefanie	Schwarz	Landratsamt Ansbach; Sachgebiet 44 - Technischer Umweltschutz
<i>seit November 2019</i> Christina	Tanosova	Bürgerschaftliche Regionalentwicklung Jagstregion e.V.; LEADER-Regionalmanagement
Carolin	Tischner	LAG Altmühlfranken
Stefan	Walter	Landratsamt Ansbach; Sachgebiet 44 - Technischer Umweltschutz
<i>bis Juli 2019</i> Günther	Zwenger	Geschäftsführer Ferienland Donau-Ries

3. Teilnehmer der Fachgespräche

Vorname	Name	Institution	Datum
Anne	Billenstein	LAG Aischgrund	17.09.2018
Pia	Grimmeißen-Haider	LAG Region an der Romantische Straße	
Simone	Oesterle	Bürgerschaftliche Regionalentwicklung Jagstregion e.V.; LEADER-Regionalmanagement	
Oliver	Sollbach	Entwicklungsgesellschaft Region Hesselberg mbH; Regionalmanagement Region Hesselberg	
Carolin	Tischner	LAG Altmühlfranken	
Markus	Heinz	LLA Triesdorf/Bildungszentrum Triesdorf	21.09.2018
Alfons	Brandl	Erster Bürgermeister der Stadt Herrieden und erster Vorsitzender der IG Fränkische Moststraße	25.09.2018
Robert	Fischer	Bürgermeister der Gemeinde Kressberg und erster Vorsitzender des Vereins Fränkische Moststraße e. V.	
Norbert	Metz	Landschaftspflegeverband Mittelfranken e. V.	27.09.2018
Stefan	Walter	Landratsamt Ansbach; Sachgebiet 44 - Technischer Umweltschutz	05.10.2018
Thomas	Merkel	LR3 – Wirtschaftsförderung und Regionalentwicklung des Landkreises Ansbach	12.10.2018
Stefanie	Regel	LR3 – Wirtschaftsförderung und Regionalentwicklung des Landkreises Ansbach	
Regina	Bremm	Geschäftsführerin Tourismusverband Romantisches Franken e. V.	18.10.2018
Hans-Dieter	Niederprüm	Geschäftsführer Tourismusverband Fränkisches Seenland GbR	