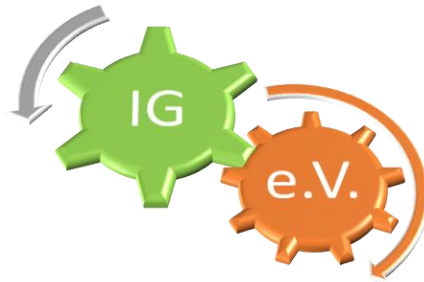




**Erläuterungsbericht zum Leistungsverzeichnis**

**Entwicklungsstrategie  
„Innovative Weiterentwicklung Fränkische Moststraße“**



# „Entwicklungsstrategie zur „Innovative Weiterentwicklung Fränkische Moststraße““

Erläuterungsbericht zum Leistungsverzeichnis



Interessengemeinschaft Fränkische Moststraße

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

Verein Fränkische Moststraße e.V.

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

sekretariat@fraenkische-moststrasse.de

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



Hohenlohe +  
Schwäbisch Hall  
Tourismus e.V.



REGION HESSELBERG



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

---

## Inhalt der Entwicklungsstrategie

1	Ausgangslage.....	4
2	Basis.....	5
3	LEADER Kooperation .....	6
4	Übergeordnete Aufgabenstellungen der Fränkischen Moststraße.....	6
5	Bisheriger Prozess.....	8
6	Finanzielle Beteiligung beim LEADER Kooperationsprojekt „Innovative Weiterentwicklung Fränkische Moststraße“ .....	8
7	Herausforderungen und Besonderheiten bei der „Innovativen Weiterentwicklung der Fränkischen Moststraße“ .....	9
8	Ergebnis .....	12
9	Fakten im Überblick .....	12

## Abbildungsverzeichnis

Abbildung 1: Die regionalen Tourismus-organisationen (ohne touristische Straßen) im Einzugsgebiet der Fränkischen Moststraße .....	8
Abbildung 2: Abhängigkeit zwischen natürlichen Gegebenheiten, Nutzungsformen und gesellschaftlicher Regulationen .....	9
Abbildung 3: Die vernetzende Verbindung "Fränkische Moststraße" .....	11

---

## 1 Ausgangslage

Für die „Innovative Weiterentwicklung der Fränkischen Moststraße“ soll eine **Strategie** erstellt werden. Dazu sollen auch die spezifischen Rahmenbedingungen und Voraussetzungen der Fränkischen Moststraße beleuchtet werden. Das Ziel der Strategie soll es sein, herauszuarbeiten, was die Fränkische Moststraße (touristisch) ausmacht, wie die Produktpalette entsprechend verändert oder erweitert werden muss, in welchen Bereichen eine Professionalisierung erfolgen sollte und in welcher Organisationsform die Fränkische Moststraße agieren sollte, um die gesteckten Ziele erreichen zu können.

Der Fokus liegt in der **konkreten Erarbeitung von Produkten und Angeboten**. Dazu sind mehrere Leistungsbausteine vorgesehen.

Die Vergabe des Auftrags wird nicht vorrangig nach dem Preis erfolgen. **Kreativität und Innovation** sind – insbesondere in Bezug auf die geforderten Lösungsansätze und Handlungsmaßnahmen – ausdrücklich **erwünscht**.

Die Grundausrichtung des Angebotes soll dazu führen, dass aus dem vorhandenen Bestand heraus marktfähige Angebote und Produkte entwickelt werden. Vorhandenes soll erfasst und zu Angeboten und Produkten zusammengeführt werden.

Ziel ist es, zu marktfähigen Angeboten und Produkten zu kommen. Wie sieht ein Produkt aus? Was macht ein Produkt der Fränkischen Moststraße aus? Diese und weitere Fragen sind zu beantworten. Das Erleben soll im Vordergrund stehen, somit gilt es, Erlebnisse zu inszenieren. Fragen wie „Wo kann ich was erleben?“ sind abzuarbeiten und gute Storys sind zu transportieren.

Bislang vermarktet sich die Fränkische Moststraße ausschließlich über eigene Kanäle, wie etwa die eigene Homepage oder einen Erlebnisfinder. Somit ist die Wirkung des Vertriebs zum aktuellen Zeitpunkt sehr gering. In Zukunft sollen Produkte der Fränkischen Moststraße daher über Dritte, insbesondere die Tourismusverbände, sichtbar und buchbar werden, um die Reichweite der Fränkischen Moststraße im Vertrieb zu erhöhen. Da die Fränkische Moststraße auch künftig nicht als eigenständiger Tourismusverband agieren soll, ist eine intensive Zusammenarbeit zwischen der Fränkischen Moststraße und den Tourismusverbänden unabdingbar, um eine hohe Wirksamkeit im Vertrieb zu erreichen. Da der Gast in der Regel erst über Dritte mit der Fränkischen Moststraße in Berührung kommt, gilt es gemeinsam mit diesen Dritten zu überlegen, wie Produkte der Fränkischen Moststraße in den Produktkanälen der Dritten sichtbar gemacht werden können. Diese Überlegungen sind offen und partnerschaftlich zwischen der Fränkischen Moststraße und den Dritten zu diskutieren – insbesondere hinsichtlich der Präsenz der Fränkischen Moststraße.

Der Fokus soll klar auf der Fränkischen Moststraße liegen. Es gilt nur den Teil zu bearbeiten, für den die Fränkische Moststraße zuständig ist. Weitere Bestandteile sollen nicht hinzukommen, um die Arbeit nicht ausufern zu lassen.

Grundsätzlich soll die zu erstellende Strategie kein Startschuss für eine umfangreiche touristische Entwicklung der Fränkischen Moststraße sein. Es soll nicht darum gehen eine neue touristische Infrastruktur zu schaffen, sondern vielmehr darum, die bestehenden Strukturen zu verbessern, auszubauen, zu professionalisieren und in kleinem Rahmen zu ergänzen.

Bei der Erstellung der Strategie ist es unabdingbar die Akteure, Leistungsträger, Multiplikatoren, Kommunen, sowie ggf. die Bürgerinnen und Bürger einzubinden, um eine größtmögliche Akzeptanz und Identifizierung zu erreichen. Dieser Bottom-up-Ansatz ist aktiv umzusetzen.

Die Fränkischen Moststraße besitzt einen extrem hohen Vernetzungsgrad. Sie vereint Akteure aus den Bereichen Regionalentwicklung, Tourismus, sowie Naturschutz und Landschaftspflege und nimmt dabei die Rolle eines Moderators, bzw. Vermittlers ein und zielt auf eine stärkere Vernetzung ab. Ein intensiver Austausch und eine enge Zusammenarbeit zwischen den Akteuren der unterschiedlichen Branchen ist notwendig, um die Ziele der Fränkischen Moststraße nachhaltig umzusetzen und greifbare Ergebnisse für alle Branchen zu erzielen. Ein Erfahrungs- und Wissenstransfer zwischen den einzelnen Branchen und Akteuren sollen auch zu konkreten Produkten der Fränkischen Moststraße führen.

Die Wirtschaftlichkeitsbetrachtung ist nicht notwendig. Da es vornehmlich um weiche Faktoren (Erhalt der Kulturlandschaft, etc.) geht und weniger um monetäre Effekte, soll der Gedanke der Wirtschaftlichkeit größtenteils ausgeklammert werden. Auch, um einer Diskussion zur Wirtschaftlichkeit der angedachten Maßnahmen zu entgehen. Das übergeordnete Ziel ist eine Lebensraumentwicklung im Sinne der Bevölkerung.

## 2 Basis

Der Verein Fränkische Moststraße e.V.<sup>1</sup> möchte sich durch eine innovative Weiterentwicklung professionalisieren. Mit Hilfe einer nachhaltigen Entwicklungsstrategie sollen der Satzungszweck des Vereins und die Aufgaben der Interessengemeinschaft umgesetzt werden.

Vor der Gründung des Vereins 2012 wurde 2005 die Interessengemeinschaft Fränkische Moststraße<sup>2</sup> gegründet.

Der Name „Fränkische Moststraße“ ist seit der Gründung 2005 ein eingebürgerter Arbeitstitel. Im Folgenden wird daher allgemeingültig von der Fränkischen Moststraße gesprochen.

Zielsetzung und Gründungsgedanke der Fränkischen Moststraße ist es, sich zu einem zentralen **Tourismusprojekt** zu entwickeln, um damit die **fränkische Kulturlandschaft** zu **sichern** und zu **entwickeln**.

In Abstimmung mit den betroffenen regionalen Tourismusregionen<sup>3</sup> wurde die Grundausrichtung festgelegt. Es soll **kein neuer Tourismusverband** gegründet werden. Die Fränkische Moststraße soll ergänzend zu den Tourismusregionen Aufgaben für den Tourismus übernehmen. Doppelstrukturen sollen nicht entstehen. Zielsetzung für die Tourismusentwicklung ist die Synergie. Benötigt wird ein **„Kümmerer“** für die Aufstellung von **marktfähigen Produkten und Angeboten**. Die Tourismusregionen werden den Prozess begleiten.

<sup>1</sup> [http://www.fraenkische-moststrasse.de/showpage.php?Fraenkische\\_Moststrasse/Verein\\_Fraenkische\\_Moststrasse\\_e\\_V&SiteID=115](http://www.fraenkische-moststrasse.de/showpage.php?Fraenkische_Moststrasse/Verein_Fraenkische_Moststrasse_e_V&SiteID=115)

<sup>2</sup> [http://www.fraenkische-moststrasse.de/showpage.php?Fraenkische\\_Moststrasse/IG\\_Fraenkische\\_Moststrasse&SiteID=114](http://www.fraenkische-moststrasse.de/showpage.php?Fraenkische_Moststrasse/IG_Fraenkische_Moststrasse&SiteID=114)

<sup>3</sup> Fränkisches Seenland, Romantisch Franken, Ferienland Donau-Ries, Hohenlohe + Schwäbisch Hall

Die fränkische Kulturlandschaft soll als Grundlage für den Tourismus gesichert werden. In Abstimmung mit der Landschaftspflege soll die **Sicherung** der fränkischen **Kulturlandschaft** den **gleichen Stellenwert** einnehmen wie die **touristische Entwicklung**.

Für die Entwicklungsstrategie „Innovative Weiterentwicklung Fränkische Moststraße“ ergeben sich damit folgende **Entwicklungsziele**:

- Erhöhung der Wertschöpfung im ländlichen Raum
- Der „Kümmerer“: Marke, Rolle und Aufgabe der Fränkischen Moststraße
- Sicherung der Kulturlandschaft, Erhöhung der Biodiversität
- Stärkung der Naherholung und des nachhaltigen Tourismus
- Stärkung von Identität, Brauchtum und Kultur

### **3 LEADER Kooperation**

Für die Erstellung der Entwicklungsstrategie „Innovative Weiterentwicklung Fränkische Moststraße“ wurde eine bayerische LEADER Kooperation beantragt. Aus förderrechtlichen Gründen konnte eine bundesländerübergreifende LEADER Kooperation zwischen den Lokalen Aktionsgruppen (LAG) aus Bayern und Baden-Württemberg nicht verwirklicht werden. Kommunale Mitglieder der Interessensgemeinschaft Fränkische Moststraße aus Baden-Württemberg sind aber berücksichtigt.

Folgende LAGs sind beteiligt und wirken beim kommenden Prozess aktiv mit:

- Lokale Aktionsgruppe Altmühlfranken
- Lokale Aktionsgruppe Aischgrund
- Lokale Aktionsgruppe Region an der Romantischen Straße
- Lokale Aktionsgruppe Region Hesselberg
- LEADER-Aktionsgruppe Jagstregion (nicht LEADER Kooperationspartner)

Auf **LEADER spezifische Kriterien** wie „**Innovativer Ansatz**“, „**Grad der Bürgerbeteiligung**“ oder „**Vernetzungsgrad**“ wird besonders **hoher Wert** gelegt.

Durch die LEADER Kooperation liegt eine ausführliche Projektbeschreibung vor. Diese kann als ergänzende Informationsgrundlage zu dieser Ausschreibung bei der federführenden Region heruntergeladen werden.

### **4 Übergeordnete Aufgabenstellungen der Fränkischen Moststraße**

Die **übergeordnete Aufgabenstellung** speist sich aus dem **Vereinszweck** des Vereins Fränkische Moststraße. Flankiert wird diese Aufgabenstellung durch die **Präambel** und **Aufgaben** des Vertrages der IG Fränkische Moststraße:

---

## 4.1 Vereinszweck Verein Fränkische Moststraße e.V.

### § 2 Vereinszweck

- (1) Die Fränkische Moststraße e.V. fördert und unterstützt den extensiven Obstanbau, den Erhalt des typisch fränkischen Landschaftsbildes, Landschaftsschutz, Naturschutz und Artenvielfalt in ihrem Einzugsgebiet. Insbesondere sollen die bestehenden Streuobstbestände erhalten und neue angelegt, sowie die Vermarktung des Obstes aus Streuobstbeständen unterstützt werden.
- (2) Die Fränkische Moststraße e.V. fördert regionale Identität und Brauchtum in ihrem Einzugsgebiet.
- (3) Die Fränkische Moststraße e.V. fördert die Erhöhung des Freizeitwerts für die Bevölkerung in ihrem Einzugsgebiet. Sie unterstützt Maßnahmen, welche den extensiven Obstanbau durch Erlebnisse über den Genuss mit Leib und Seele erlebbar machen. Sie fördert den Tourismus in ihrem Einzugsgebiet.
- (4) Der Verein verfolgt ausschließlich und unmittelbar gemeinnützige Zwecke im Sinne des Abschnitts "Steuerbegünstigte Zwecke" der Abgabenordnung in der jeweils gültigen Fassung.

## 4.2 Aufgaben IG Fränkische Moststraße

### Präambel

Die Region Hesselberg ist historisch geprägt durch Streuobstwiesen in Ortsrandlagen. In den letzten Jahren erfahren diese Bestände wieder eine höhere Wertschätzung, da die Infrastruktur für die Nutzung der Bestände, also Kleinmostereien, wieder zunehmend in der Region etabliert wird. Entlang einer Rad- und Wandertrasse soll das Thema Apfel/Saft/Most dargestellt und mit Angeboten aus Pädagogik, Gastronomie und Landwirtschaft lebendig gestaltet werden.

Elemente sind unter anderem Streuobstwiesen, Kleinmostereien, Lehrpfade und bäuerliche Vesperbuden.

### Aufgaben

- (1) Gemeinsame Aufgaben
  - Etablierung der Moststraße in der Region
  - Entwicklung und Durchführung des Begleitprogramms einschließlich Erstellen von Übersichtskarten und Schildermaterial
  - Qualifizierung der Beteiligten  
Schaffung einer Projektstelle auf fünf Jahre als Dreh- und Angelpunkt aller Aktivitäten
  - Vernetzung der Moststraße mit anderen Regionen und Ländern  
Erstellung einer Marketingstrategie für die Moststraße

## (2) Einzelprojekte

Die Errichtung von Stationen als Einzelprojekte obliegt hinsichtlich der Planung, Ausführung und Finanzierung den beteiligten Kommunen. Die Arbeitsgemeinschaft hat in diesem Bereich beratende Funktion.

## 5 Bisheriger Prozess

Für die Entwicklung des LEADER Kooperationsprojektes wurde ein Prozess angestrebt, der eine **frühzeitige** und **breite Mitwirkung** der betroffenen Organisationen vorsah.

Gemeinsam mit den regionalen Tourismusorganisationen (siehe Abb.1) im Einzugsgebiet der Fränkischen Moststraße wurde herausgearbeitet, welche Rolle die Fränkische Moststraße aus touristischer Perspektive künftig übernehmen soll.

Mit den beteiligten LEADER Regionen wurden die regionalentwicklerischen Ziele festgesetzt. Fragen um die Gestaltung und Wahrung der Kulturlandschaften, insbesondere der Streuobstwiesen, wurden auf württembergischer Seite mit den Landschaftserhaltungsverbänden und auf bayerischer Seite mit dem Landschaftspflegeverband besprochen.

In Baden-Württemberg wurde mit der LAG Jagstregion und dem Ministerium für Ländlichen Raum und Verbraucherschutz Baden-Württemberg die Streuobstproblematik württembergischer Kommunen vorgestellt. Entlang der Bundeslandgrenze besteht ein Korridor mit württembergischen Kommunen mit Streuobstbeständen. Ziel ist es, neue Mitgliedskommunen in Baden-Württemberg zu gewinnen. Die Stadt Crailsheim ist hiernach beigetreten.

Mit Partnern und Institutionen, die regionale Produkte erstellen, wurden mögliche Mitwirkungen vorgedacht. Das Vielseitigkeit des Angebots und die Bewahrung der einzelnen Marken stand hierbei im Fokus.

Die Ergebnisse der Abstimmungen und Klärungen wurden in die Institutionen der Fränkischen Moststraße zurückgespiegelt und weitergeführt.

Bei der Mittelwerbung ergab sich eine zusammenfassende Darstellung des Vorhabens bei den Kommunen der Interessengemeinschaft Fränkische Moststraße, den Landkreisen Ansbach und Weißenburg-Gunzenhausen und beim Bezirk Mittelfranken.

## 6 Finanzielle Beteiligung beim LEADER Kooperationsprojekt „Innovative Weiterentwicklung Fränkische Moststraße“

### 6.1 Beteiligte Kommunen

Nicht alle Kommunen, die der IG Fränkischen Moststraße angehören, beteiligen sich auch am Projekt „Innovative Weiterentwicklung der Fräni-

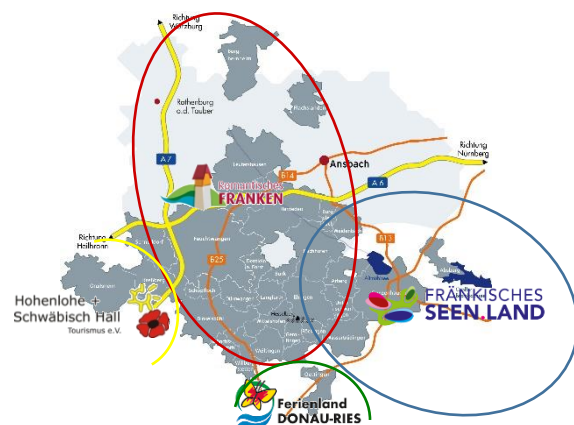


Abbildung 1: Die regionalen Tourismusorganisationen (ohne touristische Straßen) im Einzugsgebiet der Fränkischen Moststraße



schen Moststraße“. Die **24** teilnehmenden **Kommunen**, die die Finanzierung des Eigenanteils der LEADER-Förderung bereits geleistet haben, sind untenstehend aufgeführt.

Absberg	Arberg	Bechhofen	Burgbernheim	Crailsheim
Burgoberbach	Dentlein	Dürrwangen	Ehingen	Feuchtwangen
Flachslanden	Gerolfingen	Gunzenhausen	Herrieden	Kressberg
Leutershausen	Mönchsroth	Röckingen	Schnelldorf	Schopfloch
Unterschwaningen	Wassertrüdingen	Weiltingen	Wittelshofen	

## 6.2 Beteiligte Partner

Für den Förderantrag und zur Mitfinanzierung beteiligen sich noch folgende Projektpartner:

FH Triesdorf (Bezirk Mfr.)	Lkr. Ansbach
----------------------------	--------------

## 7 Herausforderungen und Besonderheiten bei der „Innovativen Weiterentwicklung der Fränkischen Moststraße“

### 7.1 Sicherung der Kulturlandschaft als primäres Ziel

Der Vereinszweck der Fränkischen Moststraße besteht in erster Linie darin, die vorhandene Kulturlandschaft, die durch extensiven Obstbau in Form typischer Streuobstweiden geprägt ist, zu erhalten und zu schützen (vgl. Satzung des Vereins Fränkische Moststraße, §2 Vereinszweck, Abs. 1). Darüber hinaus hat es sich der Verein zur Aufgabe gemacht, die regionale Identität, sowie das örtliche Brauchtum zu fördern, die ebenfalls auf dieser Kulturlandschaft beruhen (vgl. §2 Vereinszweck, Abs. 2).

Durch die nun angedachte Weiterentwicklung des **Tourismus** soll eine **Inwertsetzung** der zuvor beschriebenen **Kulturlandschaft** erfolgen. Das touristische Angebot sollte entsprechend in Anlehnung an

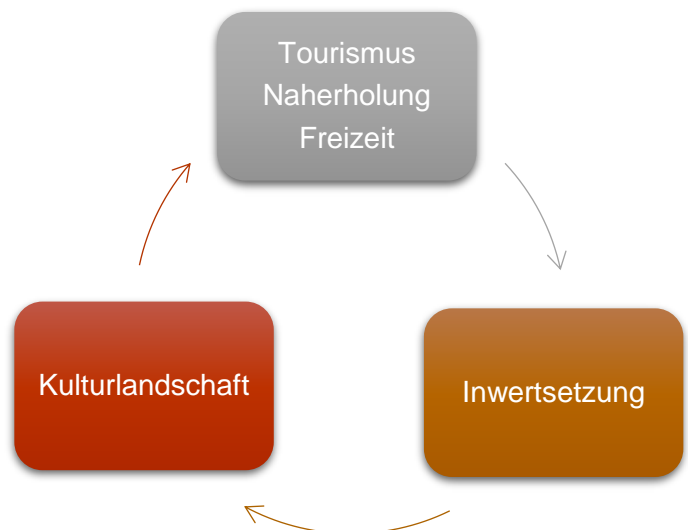


Abbildung 2: Abhängigkeit zwischen natürlichen Gegebenheiten, Nutzungsformen und gesellschaftlicher Regulationen

---

die kulturlandschaftlichen Elemente entstehen und beispielsweise das Thema ‚Streuobstwiesen‘ aufgreifen.

Das Ziel der touristischen Inwertsetzung soll es sein, monetäre Effekte zu erzielen, die wiederum der Entwicklung und Erhaltung der Streuobstwiesen und somit der Kulturlandschaft zugutekommen, etwa in Form von Neupflanzungen. Diesen Kreislauf gilt es bei der Ausarbeitung der Maßnahmen zu berücksichtigen (vgl. Abbildung 2).

## **7.2 Unzureichende regionale Identität**

Obwohl dem Vereinszweck ‚Identität und Brauchtum fördern‘ ein hoher Stellenwert zukommt, wurde bislang noch nicht eindeutig herausgestellt, was den **Kern der regionalen Identität** ausmacht. Für eine spätere touristische Inwertsetzung und die Entwicklung entsprechender Angebote und Produkte ist es jedoch unabdingbar Elemente dieser regionalen Identität herauszuarbeiten, um anschließend auch das Image der Region abzustecken. Da die Bürger, sowie die Akteure vor Ort sich mit der regionalen Identität identifizieren sollen, ist es zwingend notwendig, dass sie beim Entwicklungsprozess dieser Identitäten, bzw. des Images der Region intensiv eingebunden werden.

Das bedeutet, dass die ‚**Schätze vor der eigenen Haustür**‘ auch den regionalen Akteuren bewusstgemacht werden müssen (Stichwort: „Prophet im eigenen Land“). Es gilt hierbei also auch Werbung in eigener Sache zu machen.

Bislang existiert kein einheitliches Image der Fränkischen Moststraße. Folglich gibt es auch keine Dachmarke oder Marketingstrategie. Hier besteht, basierend auf einer sinnvollen Lösung der Organisationsstruktur, dringender Nachholbedarf. Auch eine Umbenennung der Region kann im Rahmen der Strategie angedacht werden, da der Name in der Vergangenheit öfter als missverständlich aufgefasst wurde.

## **7.3 Organisationsstruktur und Einbindung der Fränkischen Moststraße**

Das Gebiet der Fränkischen Moststraße erstreckt sich über 31 Kommunen in Bayern sowie Baden-Württemberg. Am Projekt beteiligt sind 24 Kommunen.

Diese 31 Kommunen bilden die Interessensgemeinschaft Fränkische Moststraße. Durch die große räumliche Ausdehnung tangiert die Fränkische Moststraße unterschiedliche Tourismusverbände und -organisationen (siehe Abbildung 1), sowie LEADER-Regionen (siehe Kap. 3 LEADER Kooperation).

Weitere Branchen, die direkt durch die Fränkische Moststraße vernetzt werden sind „Regionale Produkte“, Naturschutz und Landwirtschaft. Die Fränkische Moststraße ist damit als regionale Organisation zu sehen, die den ländlichen Raum entwickelt und vor allem eine starke vernetzende Aufgabe rund um die Themen Streuobst und Artenvielfalt ausführt.

Dadurch ergibt sich eine Vielzahl an übergeordneten Strukturen, die bei der Umsetzung von Maßnahmen und der grundsätzlichen Arbeit der Fränkischen Moststraße berücksichtigt werden müssen.

Eine Herausforderung im Rahmen der zu erstellenden Strategie wird es sein, der **Fränkischen Moststraße** eine sinnvolle **Rolle** im **bestehenden Konstrukt** der Verbände, Organisationen und Regionen zuzuweisen ohne die Arbeit der anderen Akteure negativ zu beeinflussen oder selbst redundant zu handeln. Insbesondere in Bezug auf die Verbände und Organisationen gilt es **Ergänzungs- und Kooperationsmöglichkeiten herauszustellen**. Der Nutzen und die **Existenzberechtigung** der Fränkischen Moststraße sollten dabei deutlich werden. Die Fränkische Moststraße ist somit ergänzend zu den anderen Handelnden zu setzen, damit sie in ihrem eigenen Kompetenzbereich agieren kann.

#### 7.4 Künftige Aufgaben der Fränkischen Moststraße

Aktuell wird die Vermarktung im Bereich der Fränkischen Moststraße – sowohl in Bezug auf landwirtschaftliche Erzeugnisse, als auch Naturerlebnisse und Tourismus – von den Tourismusverbänden, Landschaftspflegeverbänden und landwirtschaftlichen Erzeugern übernommen. Künftig sollte auch die Fränkische Moststraße in diesem Bereich tätig werden und darüber hinaus verstärkt an der Produktentwicklung arbeiten. Bislang fehlt eine Organisation, die **aktiv auf Leistungsanbieter zugeht** und mit ihnen diese marktfähigen Angebote und Produkte entwickelt. Diese Rolle soll die Fränkische Moststraße künftig in Form eines eigenen **Produktmanagers** übernehmen.

Die Region Fränkische Moststraße wird durch privatwirtschaftliche Unternehmen und gemeinnützige Organisationen sichtbar, die sogenannte ‚Moststationen‘ betreiben. Dabei dienen die Streuobstwiesen oftmals als zusätzliche Einkommensquelle, um entsprechende Produkte herzustellen und anzubieten. Diese Unternehmungen sollen beibehalten und ausgebaut werden, um eine Diversifizierung der Produktpalette zu erreichen. Dieser Ausbau soll zur Sicherung der Kulturlandschaft, der touristischen Marke, sowie der regionalen Identität beitragen. Auch in diesem Bereich soll der künftige Produktmanager tätig werden und die Rolle eines ‚Kümmerers‘ einnehmen.

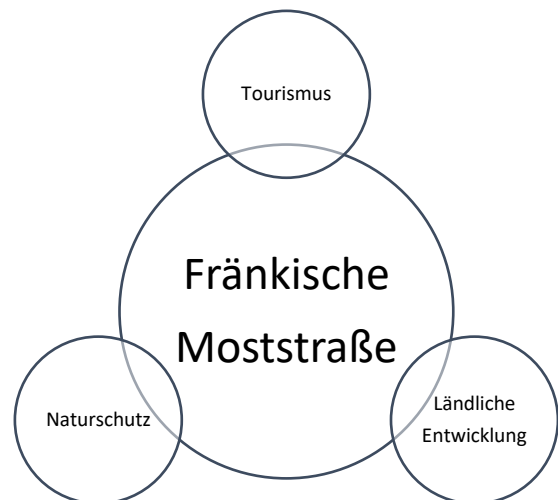


Abbildung 3: Die vernetzende Verbindung "Fränkische Moststraße"

#### 7.5 Finanzierung und Personal

Eine weitere Herausforderung stellt die Finanzierung dar. Die Kommunen werden, wie bislang auch, die Hauptfinanzierung der Fränkischen Moststraße übernehmen müssen. Allerdings finanzieren die Kommunen in der Regel bereits die Tourismusverbände und -organisationen, zum Teil die LAGs, sowie weitere Organisationen zur regionalen Entwicklung. Da die finanzielle Leis-

tungsfähigkeit der Kommunen begrenzt ist, muss ein **tragbares und wirtschaftliches Finanzierungsstruktur** für die Fränkische Moststraße entstehen. Hierbei sollten auch Förderungen in Betracht gezogen werden.

In Zukunft soll eine Stelle in Form eines Produktmanagers geschaffen werden. Da es wünschenswert wäre, dass der künftige Produktmanager bei der Entwicklung der touristischen Strategie bereits eingebunden ist, können hierfür studentische Begleitungen bzw. Einbindungen angedacht werden.

## 8 Ergebnis

Nach dem **Abschluss der Studie** sollen die aufzustellenden touristischen **Produkte und Angebote definiert** sein. Die Darstellung hat so zu erfolgen, dass ein installierter „Kümmerer“ mit der Arbeit (nahtlos) im Anschluss beginnen kann.

Vorhandene Projekte und Maßnahme sind zu Beginn der Studie zu identifizieren und als Produkte und Angebote aufzustellen. Es ist das Ziel zu erreichen, zur Landesgartenschau „Natur in Wassertrüdingen 2019“ (24.05.2019 bis 08.09.2019) mit Produkten und Angeboten präsent zu sein.

Die Bestimmung der **Qualität** spielt eine wesentliche Rolle. Es ist zu klären was A-, B- und C-Produkte sind (angelehnt an die MoSCoW-Priorisierung)

- A – Produkte sind die mit „must“ - Anforderungen,
- B – Produkte sind die mit „should“ - Anforderungen und
- C – Produkte sind die mit „could“ – Anforderungen<sup>4</sup>.

## 9 Fakten im Überblick

- Kreativität und Innovation sind erwünscht, somit Entscheidungsrelevant.
- Tourismusprojekt, um die fränkische Kulturlandschaft zu sichern, zu entwickeln und in wert zu setzen.
- Erhalt ländlicher Lebensräume stehen im Mittelpunkt der Entwicklung.
- Es ist kein neuer Tourismusverband aufzustellen, sondern Bedienung des Tourismus durch Synergie zu erreichen.
- Die übergeordnete Aufgabenstellung aus Vereinszweck des Vereins Fränkische Moststraße, flankiert durch Präambel und Aufgaben der IG Fränkische Moststraße ist Fokus.
- LEADER spezifische Kriterien: „Innovativer Ansatz, „Grad der Bürgerbeteiligung“ oder „Vernetzungsgrad“ sind Grundlage.

<sup>4</sup> Kommentar: Wendet man die MoSCoW-Priorisierung komplett an, so gibt es noch die Produkte mit den „Won`t“ – Anforderungen

- Das frühzeitige aktive Zugehen auf die Leistungsträger und deren aktive Mitwirkung ist zu erreichen.
- Ein tragbares und wirtschaftliches Finanzierungskonstrukt ist aufzustellen.
- Es gibt 24 teilnehmenden Kommunen.
- Zum Abschluss der Studie sind touristischen Produkte und Angebote und Ihre Qualität definiert.

Kreßberg, den 01.03.2018

gez. Robert Fischer

---

1. Vorstand

Rückfragen an

Lokale Aktionsgruppe Region Hesselberg e. V.

Geschäftsstelle: Oliver Sollbach (LAG Management)

Schloss Unterschwaningen / Hauptstraße 11 / 91743 Unterschwaningen

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

[oliver.sollbach@region-hesselberg.de](mailto:oliver.sollbach@region-hesselberg.de) / [www.region-hesselberg.de](http://www.region-hesselberg.de)