TOURISMUSKONZEPT FÜR DAS FACHWERK-FÜNFECK

Verfasser: BTE Tourismus- und Regionalberatung, Februar 2017

AUSZUG: MASSNAHMEN

FACH WERK 5ECK

DUDERSTADT
EINBECK
HANN. MÜNDEN
NORTHEIM
OSTERODE/HARZ

Nationale Projekte des Städtebaus

6 Handlungs- und Maßnahmenprogramm

Abgeleitet aus Analyse, Zielen, Vision, Handlungsbedarfen und Strategie lassen sich zur Weiterentwicklung des Tourismus im Fachwerk5Eck drei Handlungsfelder benennen, die mit entsprechenden Maßnahmen unterlegt werden sollen:

- **Maßnahmen zur Stärkung der Außenwahrnehmung**
- **Maßnahmen zur Angebotsentwicklung und -bündelung**
- **Maßnahmen zu Qualität, Service und Organisation**

Überschneidungen, Verflechtungen und synergetische Wirkungen zwischen den Handlungsfeldern und Maßnahmen sind ausdrücklich erwünscht.

Das Maßnahmenkonzept ist eine Ideensammlung und Empfehlung aus Sicht des Tourismusexperten und berücksichtigt übergeordnete planerische und touristische Grundsätze. Für die konkrete Umsetzung (Festlegung exakter Standorte, Kostenkalkulation etc.) der einzelnen Maßnahmen sind ggf. weitere fachliche Untersuchungen/ Machbarkeitsstudien durchzuführen.

Des Weiteren sind entsprechend erweiterte finanzielle und personelle Ressourcen zur Bearbeitung der Maßnahmen erforderlich. Es wird empfohlen, die bereits handelnde Geschäftsstelle des Fachwerk-Fünfecks (knapp 2 Personalstellen) um touristische Fachkompetenz zu erweitern (detailliert in Maßnahme 3.7 dargestellt und kalkuliert).

Die bereits handelnde Geschäftsstelle ist fortzuführen.

Nachfolgend werden die einzelnen Handlungsfelder mit den zugehörigen Maßnahmen zunächst in der Übersicht tabellarisch dargestellt. Im Anschluss wird jede Maßnahme in einem Steckbrief erläutert und mit Prioritäten, Zeithorizont, Zeit- und Finanzierungsbedarf und Zuständigkeiten untersetzt. Diese Angaben beruhen auf Erfahrungswerten der Berater und dienen der Orientierung, Verschiebungen können sich aus der Maßnahmengestaltung und schrittweisen Bearbeitung ergeben.

Für die Angabe zum Zeithorizont können kurzfristig 1-3 Jahre, mittelfristig 5-10 Jahre und langfristig darüber hinaus als Orientierungswert dienen. Für alle Maßnahmen gilt: Es wird wahrscheinlich eine schrittweise Umsetzung auch in Kombination mit anderen Maßnahmen und regionalen Projekten erfolgen, die den Zeitplan maßgeblich verändern können. Die Zeitangaben sind also nur als Richtwerte zu verstehen.

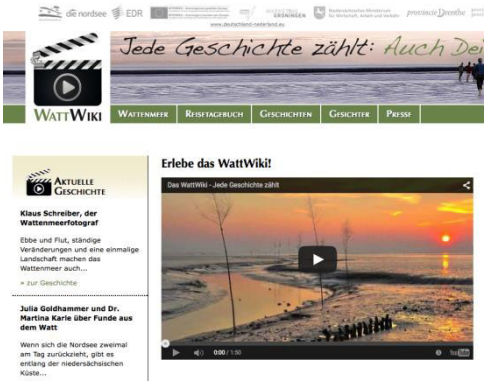
Abb. 33 Übersicht Maßnahmen

1. Maßnahmen zur Stärkung der Außenwahrnehmung
1-1 Verbindende Geschichte (Storytelling) entwickeln
1-2 Storytelling-Kampagne „Einwohner im Fachwerk"
1-3 Kulturevent für die Fachwerk5Eck-Region
1-4 Projekt Denkmal!Kunst – Kunst!Denkmal fördern und ausweiten
1-5 Imagefilm Fachwerk5Eck
1-6 Einheitliches Beschilderungskonzept
1-7 Kampagne Wintertourismus
1-8 Markenbild, Bilderwelt und Bilddatenbank für das Fachwerk5Eck
1-9 Begleitbroschüre mit Übersichtskarte
1-10 Zentraler Veranstaltungskalender
1-11 Souvenir Fachwerk5Eck
1-12 Buchungsfähigkeit der Städte
1-13 Austausch und Verteilung von Informationsmaterial, Austausch der Touristiker
1-14 Bewerbung des Projekts auf Veranstaltungen
1-15 Bestehende Gäste mit Fachwerkimpuls zur Wiederkehr animieren (Geschäftsreisende, Stop-Over-Gäste)
1-16 Presse- und PR-Arbeit
2. Maßnahmen zur Angebotsentwicklung und –bündelung
Bündelung bestehender Fachwerk-Angebote der 5 Städte
2-1 Erstellung touristischer Erlebnis-Pakete
2-2 Veranstaltungen und Events bündeln
Angebotsentwicklung
2-3 Fachwerk-Radroute: „10.000 Fachwerkhäuser-Route"
2-4 Fachwerk-Spaziergänge
2-5 Fachwerk-Motorisierte Route
2-6 Fachwerk-thematische Stadtrundgänge in allen fünf Städten
2-7 Verknüpfung der musealen Angebote in den Städten des Fachwerk5Ecks
2-8 Dachstuhltourismus als besonderes Fachwerkerlebnis
2-9 Bildungsreise ins Fachwerk5Eck
Angebote in thematischen Schwerpunkten der Städte in Kombination mit Fachwerk
2-10 Herausstellen thematischer Schwerpunkte von Einbeck
2-11 Herausstellen thematischer Schwerpunkte von Hann. Münden
2-12 Herausstellen thematischer Schwerpunkte von Northeim
2-13 Herausstellen thematischer Schwerpunkte von Osterode
2-14 Herausstellen thematischer Schwerpunkte von Duderstadt

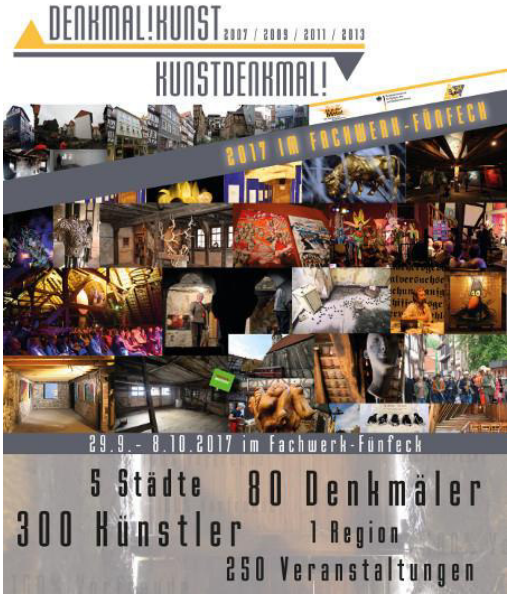
3. Maßnahmen zu Qualität, Service und Organisation
3-1 Fachwerk im Stadtbild in Szene setzen und zugänglich machen
3-2 Übernachten im Fachwerk
3-3 Genießen im Fachwerk
3-4 Ausbau Barrierefreiheit – „Tourismus für Alle“
3-5 Verkehr und Anbindung im Fachwerk5Eck
3-6 Sensibilisierung und Unterstützung von Leistungsträgern und Gästeführern
3-7 Organisation von Arbeitsstrukturen, Aufgabenverteilung und Kooperationen

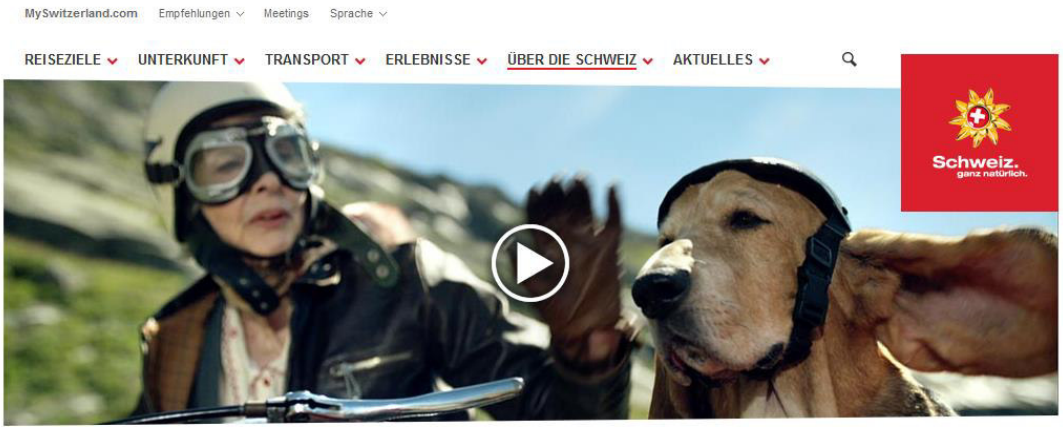
6.1 Maßnahmen zur Stärkung der Außenwahrnehmung

(1) Maßnahmen zur Stärkung der Außenwahrnehmung	
1-1 Verbindende Geschichte (Storytelling) entwickeln	
Zeithorizont	Kurzfristig und einmalig, periodische Weiterentwicklung / Anpassung
Priorität	Hoch
Ziel/Potenzial	Thematisches Dach für das Fachwerk5Eck mit einheitlicher Story als Basis der Außenkommunikation
Wiederholung	Einmalig in der Konzeption und permanente Umsetzung
Beschreibung	Die zahlreichen vergangenen und gegenwärtigen Geschichten zu Fachwerk aus den fünf Städten können über das Einsetzen eines Moderators erfolgreich die Wahrnehmung der Region schärfen. Eine gemeinsame Figur als **Moderator** (Bsp. **Der Zimmermann auf Wanderschaft** oder eine authentische Figur aus der Vergangenheit mit Verbindung zu Fachwerk) kommentiert und präsentiert die Besonderheiten in den einzelnen Städten und macht sie dadurch für den Gast und zukünftigen Gast erlebbar (z. B. gewandete Gästeführer bedienen die Mode der Kostümführungen auch als Zimmermann). Die Figur könnte auch als **Maskottchen** für das Fachwerk5Eck dienen und als **Identifikationsfigur** für die Region die Medien begleiten (z. B. in der Website und den Social-Media Seiten des Fachwerk5Eck oder in einem eigenen Blog,) sowie vor Ort über Veranstaltungen informieren und in den Städten präsent sein. An die verbindende Geschichte bzw. ihre Weiterentwicklung können auch echte Zimmerleute auf Wanderschaft angebunden werden, indem ihre Erlebnisse auf der Walz im Fachwerk5Eck für die Öffentlichkeitsarbeit genutzt werden, z. B. in Tagebuchform „Erlebnisse eines Zimmermanns im Fachwerk5Eck", dem Zimmermann über die Schulter schauen im Blog, Social Media, etc. (vgl. auch Maßnahme 1-2).
Beispiel	 Quelle:holst-bau.com
Bearbeitungsstand	Noch nicht begonnen
Zeitbedarf	Konzeption: gering, Permanente Umsetzung in Medien und den Städten: mittel
Finanzierungsbedarf	Konzeption: gering, Umsetzung je nach Aufwand: gering - mittel
Zuständigkeit	Konzeption: Geschäftsstelle, Umsetzung: Geschäftsstelle und Tourismusverantwortliche der Städte

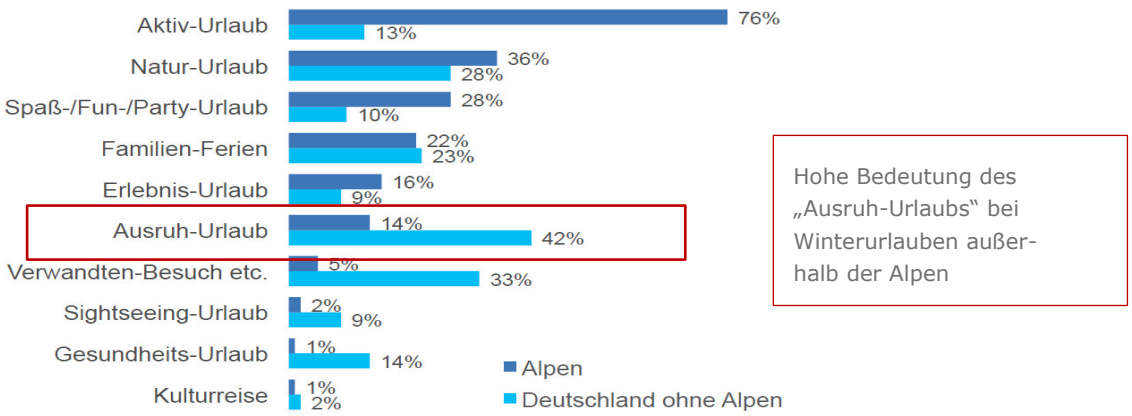
(1) Maßnahmen zur Stärkung der Außenwahrnehmung	
1-2 Storytelling-Kampagnen in Verbindung mit Social Media Aktivitäten	
Zeithorizont	Kurz- bis Mittelfristig (in den nächsten 5 Jahren) und einmalig
Priorität	Hoch / Mittel
Ziel/Potenzial	Einbindung und Begeisterung der Einwohner zum Thema Fachwerk, Stolz wecken auf den Wohnort; Neukundengewinnung durch Begeisterung echter und authentischer Geschichten
Wiederholung	Fortlaufend, permanent
Beschreibung	Fortführung und **Ausbau der Social Media Aktivitäten** zur Verdeutlichung der Fachwerk-Kompetenz, Aufbau einer Kundenbeziehung und Auffindbarkeit im Netz durch Blog. Facebook, Twitter, Youtube, Pinterest, Instagram..., unterstützt durch E-Mail-Marketing Gemeinsame Vermarktung der Fachwerkkompetenz durch gezielte **Storytelling-Projekte**: a) **Geschichten im Fachwerk**: Hierbei erzählen die Menschen der Fachwerk-Region reale Geschichten der Vergangenheit und Gegenwart. b) **Auf der Walz im Fachwerk5Eck**: hier erzählen echte Zimmerleute ihre Geschichten und Erlebnisse auf der Wanderschaft im Fachwerk5Eck und lassen sich über die Schulter schauen. Anknüpfungspunkte ergeben sich durch die „Lernwerkstatt" (Lern- und Lehrzentrum für Fachwerkbau) in Hann. Münden. Inhalte sind die persönlichen Geschichten der „Protagonisten" in Verbindung mit Fachwerk, die auch der Erhaltung von Wissen und Zeitzeugenberichten dienen. Diese Geschichten sind ein bedeutender Teil der Fachwerk-Kultur und werden in einem Archiv (z. B. einem Wiki im Internet) für die Ewigkeit und somit für die Nachkommen bewahrt. Die Geschichten können per Video, Audio oder Foto gespeichert, im Archiv abgelegt und der Öffentlichkeit präsentiert werden, z. B. über die Webseite und Social Media Kanäle oder einen eigenen Blog). In der Startphase ist die Unterstützung einer PR-Agentur sinnvoll. Diese könnte zum Anschub des Projekts die ersten bedeutenden Geschichten und die dazugehörigen Erzähler recherchieren und technische Umsetzung betreuen.
Beispiel	Als prominente und gute Beispiele sind zwei Projekte zu nennen, die beide die Geschichten im Internet zeigen und archivieren: ▪ Storycorps – www.storycorps.org ▪ WattWiki – www.watt-wiki.com  Quelle: storycorps.org, watt-wiki.com
Bearbeitungsstand	entsteht derzeit im Handlungsfeld Marketing; ab 2018 weiterzuführen
Zeitbedarf	Konzeption und Startphase: mittel, spätere Betreuung: hoch
Finanzierungsbedarf	Konzeption und Startphase: gering, spätere Betreuung: gering
Zuständigkeit	Konzeption: Geschäftsstelle und PR-Agentur, Umsetzung: Geschäftsstelle und Tourismusverantwortliche der Städte mit Leistungsträgern vor Ort

(1) Maßnahmen zur Stärkung der Außenwahrnehmung	
1-3 Gemeinsames Event für die Fachwerk5Eck-Region	
Zeithorizont	mittelfristig, jährlich wiederholend
Priorität	Mittel
Ziel/Potenzial	Mit dem Aufbau eines übergreifenden Events in der Fachwerk5Eck-Region, indem das Fachwerk als Kulisse verwendet wird, besteht die Möglichkeit, überregionale Aufmerksamkeit auf die Fachwerkregion zu lenken.
Wiederholung	Jährlich wiederholend
Beschreibung	Beispiele aus anderen Regionen und Bundesländern haben gezeigt, dass die Verwendung einer **außergewöhnlichen Kulisse zum Austragen eines größeren Events** hohe Aufmerksamkeit überregional binden kann und zur Bekanntheit einer Region betragen kann. Mit der Gestaltung eines übergreifenden Events über einen längeren Zeitraum hinweg in der Fachwerk5Eck-Region mit Einbeziehung ungewöhnlicher Fachwerkorte in den fünf Städten kann sich die Region nachhaltig positionieren. Denkbar sind in diesem Zusammenhang ▪ eine **Ausweitung des Projektes Denkmalkunst** (siehe Maßnahme 1-4), ▪ außergewöhnliche **Kulturveranstaltungen**, z. B. im Zusammenhang mit dem Maskentheater, Tanz, etc. (keine Klassikveranstaltung, da Konkurrenz zu renommierten Veranstaltungen der Region), ▪ ein **Oldtimer Event** mit Ausfahrten, Ausstellungen, Rahmenprogramm ▪ **Aktiv - Events** wie Kulinarischer Wandertag, Breitensportveranstaltungen
Beispiel	**Schleswig-Holstein-Musik-Festival** – www.shmf.de Das Festival findet als hochrangiges Event für klassische Musik jedes Jahr in unterschiedlichen Naturkulissen des Bundeslandes Schleswig-Holstein statt. Über die letzten Jahre hat sich das Event zu einem touristischen Anziehungspunkt entwickelt. Gäste aus nah und fern nutzen das Festival für einen Aufenthalt in Schleswig-Holstein. Quelle: shmf.deOldtimer & Fachwerk Celle **Oldtimer & Fachwerk**: Oldtimertreffen vor der historischen Schloss- und Fachwerkkulisse der Celler Innenstadt mit etwa 700 Ausstellern und 30.000 Besuchern. Veranstaltung der Celle Tourismus und Marketing GmbH und der IG Oldiefreunde Celle. Die Veranstaltung findet alle zwei Jahre am letzten Sonntag im August statt und ist für Aussteller und Besucher kostenfrei. Quelle: lueneburger-heide.de
Bearbeitungsstand	Noch nicht begonnen
Zeitbedarf	Hoch
Finanzierungsbedarf	Hoch
Zuständigkeit	Tourismus-Manager (noch zu besetzende Stelle) des Fünfecks in Zusammenarbeit mit den Städten

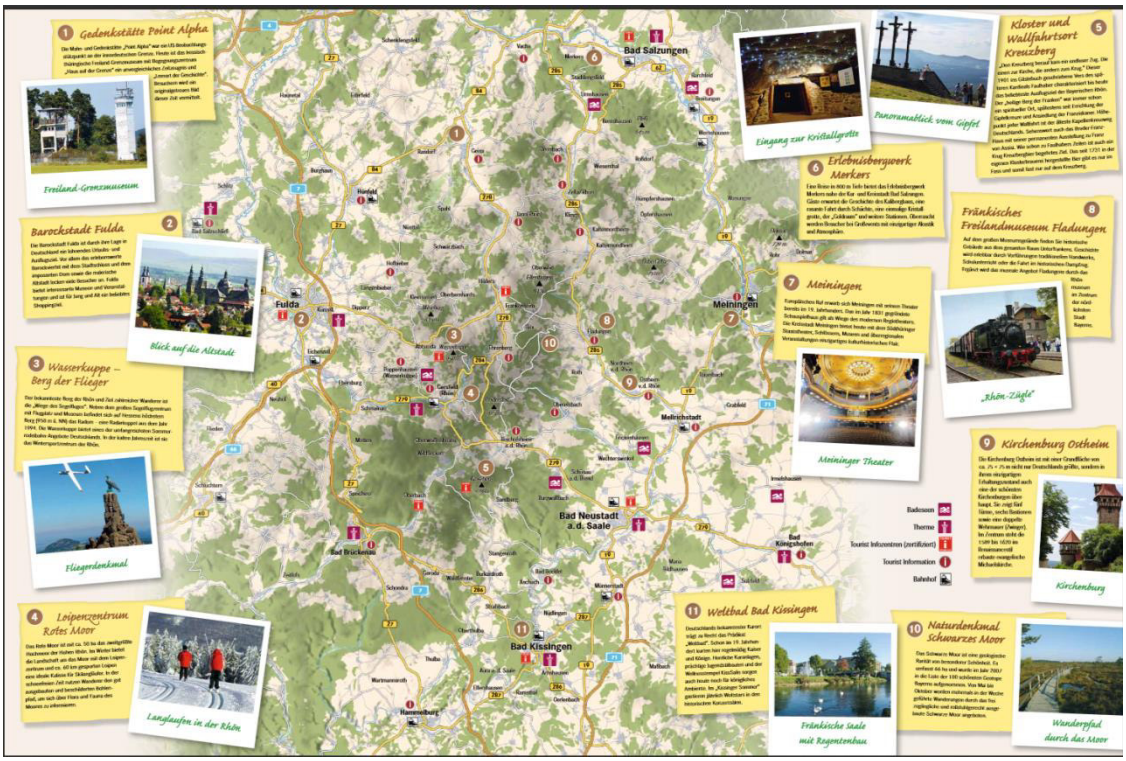
(1) Maßnahmen zur Stärkung der Außenwahrnehmung	
1-4 Projekt Denkmal!Kunst – Kunst! Denkmal fortführen und ausweiten	
Zeithorizont	Stetige Fortführung und Anpassung, Durchführung im Zweijahrestakt
Priorität	Hoch
Ziel/Potenzial	Identifikation der Bevölkerung, Imagebildung, Gästegewinnung und -bindung, Erhaltung der historischen Baudenkmäler
Wiederholung	Alle 2 Jahre
Beschreibung	Das Projekt **Denkmal!Kunst – Kunst!Denkmal** (Beschreibung siehe unten) soll 2017 auf das Fachwerk5Eck ausgeweitet werden. Vom 29.9. bis 8.10.2017 werden in den historischen Gemäuern der 5 Städte etwa 300 Künstler ihre Werke in Verbindung mit Fachwerk präsentieren, dazu kommen etwa 250 Veranstaltungen. Das Projekt wird in großen Teilen von Ehrenamt und Sponsoren getragen und trägt somit erheblich zur Identifikation der Bevölkerung und Imagebildung bei. Das Projekt sollte auch in Zukunft **in der Kulisse des Fachwerk5Ecks fortgeführt** und nach den Erkenntnissen aus 2017 weiterentwickelt werden. Zu überdenken ist die zeitliche Ausrichtung. Statt einer Parallelveranstaltung über eine Woche scheint die zeitlich entzerrte Durchführung an verschiedenen (verlängerten) Wochenenden in den einzelnen Städten zielführender. So würden Austausch und gegenseitige Unterstützung ermöglicht, die Organisation vereinfacht und die Aufmerksamkeit könnte über einen längeren Zeitraum auf das Fachwerk5Eck konzentriert werden.
Beispiel	Die als Kultur- und Kunstfestival ausgerichtete Veranstaltung entstand 2007 in Hann. Münden, um die Aufmerksamkeit der Einwohner und Besucher auf das Fachwerkererbe zu lenken. Ziel ist, Interesse zu wecken und Initiativen zu entwickeln, um den Verfall historischer Bausubstanz aufzuhalten. Dazu werden alle zwei Jahre Kunstwerke in der Kulisse leerstehende Baudenkmäler präsentiert. Ergänzend wird ein ansprechendes Rahmenprogramm geboten. Die Veranstaltung wurde in das Projekt „Nationale Stadt Entwicklungspolitik" des Bundesverkehrsministeriums eingebunden und durch verschieden Preise ausgezeichnet.  Quelle: denkmalkunst-kunstdenkmal.de
Bearbeitungsstand	In Bearbeitung durch Organisationsteam; Unterstützung durch Fachwerk5Eck
Zeitbedarf	Sehr hoch
Finanzierungsbedarf	Sehr hoch (geschätzt 600.000€)
Zuständigkeit	Organisationsteam des Festivals, Unterstützung durch Geschäftsstelle, Kommunen, Fachbehörden (Denkmalpflege) und Touristiker der Städte

(1) Maßnahmen zur Stärkung der Außenwahrnehmung	
1-5 Imagefilm Fachwerk5Eck	
Zeithorizont	Kurzfristig und einmalig
Priorität	Hoch
Ziel/Potenzial	Mit einem Imagefilm werden Neukunden emotional zum Thema Fachwerk beworben
Wiederholung	Einmalig
Beschreibung	Ein **Imagefilm zum Fachwer5Eck** ist, wenn er eine interessante Geschichte erzählt, viral nutzbar und besonders für Social Media und die Webseiten der TIs der fünf Städte einsetzbar. Weitere Leistungsträger und Beherbergungsbetriebe könnten den Film ebenfalls zur Werbung nutzen. Eine deutliche Querverbindung ist zur besonderen Bewerbung der Zielgruppen Geschäftsreisender und Stop-Over-Gast erkennbar. Der Film könnte die Geschichte der unter 1-1 erwähnten Figur (Moderator) erzählen und über die Abenteuer z. B. eines Zimmermanns auf Wanderschaft in der Fachwerk5Eck-Region erzählen.
Beispiel	Es gibt zahlreiche gute Beispiele für Imagefilme. Anbei sind zwei Beispiele genannt: ▪ GrandTour of Switzerland - www.myswitzerland.com/de-de/video/ ▪ Radwandern im Ammerland - http://www.ammerland-touristik.de  Quelle: myswitzerland.com Quelle: ammerland-touristik.de
Bearbeitungsstand	Noch nicht begonnen, ein Marketing-Film inkl. Teaser zum Innenmarketing der Region wird aktuell im Handlungsfeld Marketing entwickelt - Ergebnisse abwarten, daraus lernen und daran anknüpfen
Zeitbedarf	Konzeption und Produktion: hoch, Verbreitung: gering
Finanzierungsbedarf	Hoch (geschätzt 50.000 €)
Zuständigkeit	Geschäftsstelle, Auftrag an professionelle Agentur vergeben

(1) Maßnahmen zur Stärkung der Außenwahrnehmung	
1-6 Einheitliches Beschilderungskonzept	
Zeithorizont	Empfehlung im Rahmen des Tourismuskonzeptes, Umsetzung mittel- bis langfristig (im Rahmen der Überarbeitung der bestehenden Beschilderungssysteme der einzelnen Städte)
Priorität	Hoch
Ziel/Potenzial	Geschlossenheit des Fachwerk-Raums durch einheitliche Beschilderung darstellen
Wiederholung	Einmalig
Beschreibung	Empfehlungen für eine **Vereinheitlichung des Beschilderungskonzeptes** wurden mit der Erstellung des Tourismuskonzepts beauftragt und im Rahmen des Konzeptes erarbeitet. Ein unterschiedlicher Sachstand in den fünf Städten bedarf einer flexiblen Lösung. Grundbestandteile des touristischen Beschilderungskonzeptes für das Fachwerk5Eck sind eine **Beschilderung für die Ortseingänge der fünf Städte** mit Schwerpunkt auf Besucherführung zu den historischen Innenstädten, Wegweisern „Historische Altstadt" inkl. Beschilderung an Parkplätzen (Übersichtskarten) und Positionierung derselben. Ebenfalls soll das Beschilderungskonzept für die Fachwerk-Rundgänge in den Städten in Abstimmung mit der Denkmalpflege gelten. Durch die unterschiedlichen Ausgangsbedingungen in den einzelnen Städten ist eine **Optimierung und Vereinheitlichung der Beschilderung** nur längerfristig im Rahmen der Überarbeitung der bestehenden Beschilderungssysteme vorgesehen.
Beispiel	Es gibt zahlreiche gute Beispiele für Begrüßungsschilder und einheitliche Beschilderungssysteme. Beispielhaft sollen hier gezeigt werden: ▪ Infostele mit Wegweisung und Karte in Dresden ▪ Begrüßungsschild Potsdam ▪ Infostele Altstadt Stadt Braunschweig Quelle: meng.de, Stadt Braunschweig, Landeshauptstadt Potsdam/ Pfefferkorn
Bearbeitungsstand	Empfehlung beauftragt mit geplanter Umsetzung
Zeitbedarf	Empfehlung im Konzept inkludiert, Umsetzung hoher Aufwand
Finanzierungsbedarf	Empfehlung im Konzept inkludiert, Umsetzung: Mittel bis hoch
Zuständigkeit	BTE mit Geschäftsstelle, Umsetzung über die Bauämter in Absprache mit Tourismusdestinationen, Fachwerk-Straße u. A.

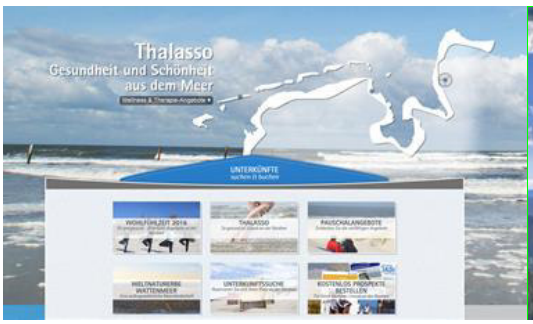
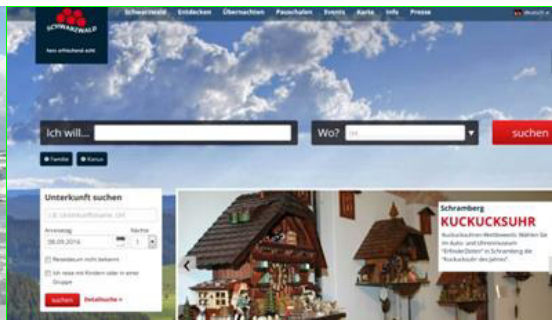
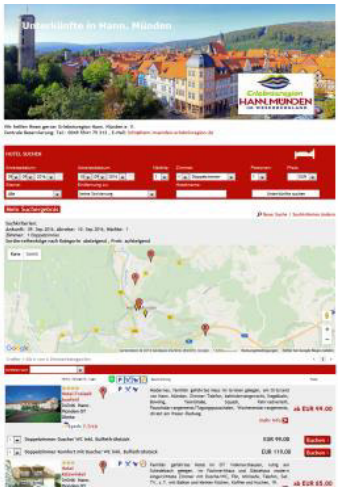
(1) Maßnahmen zur Stärkung der Außenwahrnehmung	
1-7 Kampagne Winter- und Wohlfühltourismus	
Zeithorizont	Mittelfristig und jährlich wiederholend
Priorität	Mittel
Ziel/Potenzial	Der Wintertourismus ist abseits vom Skifahren ein verkannter Markt, der viel Potenzial für die „early birds" bietet, um die Auslastung in der Nebensaison zu erhöhen
Wiederholung	Jährlich wiederholend
Beschreibung	Abseits vom Skifahren entsteht ein Potenzial, das sich **„Wintertourismus"** nennt und **in der Verbindung mit Fachwerk** sinnvoll verknüpft werden kann. Der Wintergast tendiert zu Langsamkeit, Gemütlichkeit und Genuss: ▪ „kuscheliges" Unterkunftsumfeld - im Original Fachwerk wohnen ▪ gemütliche Einkehrmöglichkeiten – im Fachwerk am Kamin im Restaurant speisen ▪ Zeit für Familie/Freunde (Gemeinsames erleben) ▪ Wärme und Licht, vermittelt über klare Wintertage und gemütliche Feuer ▪ das Besondere erleben – Erfahren wie die Menschen früher im Winter im Fachwerk gewohnt haben Das Bespielen dieses Themas mit Angeboten und deren Vermarktung bieten die Chance, die bisher schwach gebuchte **Nebensaison zu beleben**. Dazu müssen im ersten Schritt bereits bestehende Angebote ermittelt, Leistungsträger für das Thema sensibilisiert und neue attraktive Angebote geschaffen werden. ▪ **Sensibilisierung und Information für Gastgeber** zum Thema (z.□B. durch Schulung, „Best Practice Vortrag"), Gewinnung von Leistungsträgern für die Entwicklung von Winterangeboten, Herausstellung dieser Angebote ▪ **Ausbau des Angebotes** gemütlicher Winter-Familien-/Gruppen-Ferienwohnungen: besonders wichtig: Feuerstellen, Kachelofen / Kamin für Wintergemütlichkeit und „kuschelige" Urlaubsatmosphäre ▪ Entwicklung von **besonderen Winterangeboten**, z. B. besondere Saunaangebote (Schwitzhütte, Saunadorf, Floß-Sauna) ▪ **Hüttenzauber** mit Winterspezialitäten: Bratapfeltorte, Punsch, Grünkohl ▪ Schaffung von **Winterevents** und **Besuchsanlässen** ▪ Herausarbeitung und **Darstellung der Elemente von Winterstimmung** (überzeugende Winterstimmungen und Wintermotive), Entwicklung von Angebotspaketen und Bausteinen zum Thema (vgl. Maßnahme 2-1) Zu empfehlen ist eine gebündelte Darstellung der Angebote z. B. unter dem Motto **„Wohlfühlwinter im Fachwerk5Eck"** auf den Seiten des Fachwerk5Eck und den touristischen Internetseiten der Städte.
Beispiel	Präferierte Winterurlaube der Deutschen Abbildung Basis: Urlausreisen der Deutschen > 5 Tage  Quelle: Reiseanalyse 2016
Bearbeitungsstand	Noch nicht begonnen
Zeitbedarf	Mittel
Finanzierungsbedarf	Gering
Zuständigkeit	Geschäftsstelle, Tourismusverantwortliche der Städte mit Leistungsträger der Angebote

(1) Maßnahmen zur Stärkung der Außenwahrnehmung	
1-8 Markenbild, Bilderwelt und Bilddatenbank für das Fachwerk5Eck	
Zeithorizont	Kurzfristig und kontinuierlich entwickelnd
Priorität	Hoch
Ziel/Potenzial	Prägnante Darstellung für die Außenkommunikation und Verdeutlichen der Alleinstellung
Wiederholung	Einmalig
Beschreibung	Zur punktgenauen Darstellung der Fachwerkkompetenz und zum Erzeugen eines Bedürfnisses für eine Reise in die Fachwerk5Eck-Region ist die **Zusammenfassung der Vorteile auf ein Markenbild** ratsam. Der Gestaltung des Markenbildes kann nachfolgend die Gestaltung einer **Bilderwelt** und den Aufbau einer **Bilddatenbank** zur emotionalen Kommunikation um Neukundenwerbung folgen. Eine Bilddatenbank kann zentral gesteuert werden und den fünf Städten die Möglichkeit der Verwendung der Bilder über Zugänge anbieten. Die Verwendung eines einheitlichen Bildmaterials hat den Vorteil, dass sich die Region einheitlich über die Städte darstellt und auch einheitlich vom Gast in den Werbemedien wahrgenommen wird.
Beispiel	Beispiel Bilderwelt Bad Zwischenahn zum Markenbild Intimität / Zeit unter Freunden Quelle: Bad Zwischenahn Touristik
Bearbei-tungsstand	Noch nicht vorhanden
Zeitbedarf	Konzept Markenbild: gering, Aufbau Bilderdatenbank mit Fotos: hoch
Finanzie-rungsbedarf	Konzept Markenbild: gering, Aufbau Bilderdatenbank: mittel, Aufbau Bilderpool: mittel
Zuständigkeit	Geschäftsstelle

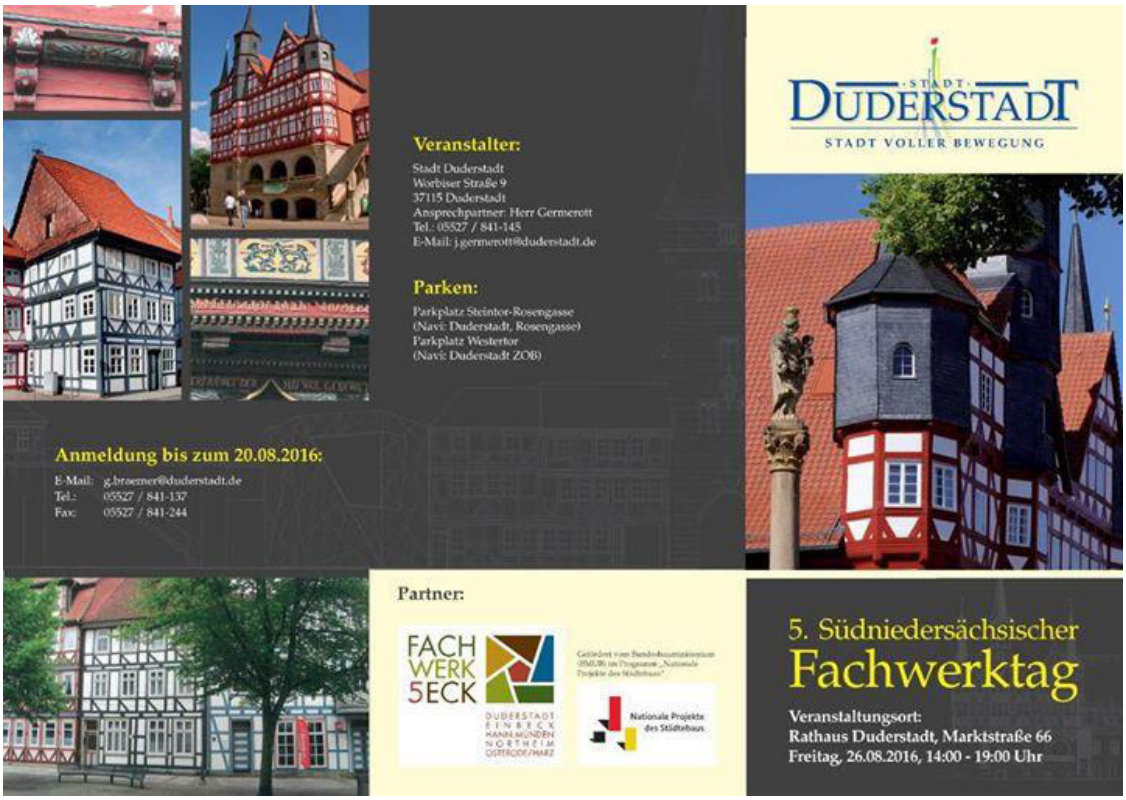
(1) Maßnahmen zur Stärkung der Außenwahrnehmung	
1-9 Begleitbroschüre mit Übersichtskarte	
Zeithorizont	Kurzfristig und einmalig
Priorität	Hoch
Ziel/Potenzial	Vor Ort Darstellung der Highlights und Aktivitätsmöglichkeiten
Wiederholung	Einmalig
Beschreibung	Eine **Begleitbroschüre mit Übersichtskarte** wurde neben dem Tourismuskonzept fest beauftragt und wird nach Abschluss des Tourismuskonzepts erstellt. Die Broschüre dient der Neukundengewinnung, indem sie die Fachwerk-Highlights der fünf Städte aufzeigt. Außerdem soll sie den Gästen vor Ort zur Orientierung und als kleiner Fachwerk-Guide dienen.
Beispiel	Viele Regionen halten Broschüren und Flyer zur Darstellung ihrer Sehenswürdigkeiten in unterschiedlichen Formaten vor. Die Gestaltung hängt vom zu vermittelnden Inhalt, dem Budget und den Vorgaben des Corporate Design ab. Beispielhaft hier der Flyer „Top Ausflugsziele in der Rhön" mit Übersichtskarte, Verortung der Freizeitmöglichkeiten, textlicher und bildlicher Darstellung der Highlights sowie eine Darstellung der relevanten Themen.  Quelle: Kartenansicht Flyer „Top Ausflugsziele in der Rhön"
Bearbeitungsstand	Beauftragt und noch nicht begonnen, geplante Fertigstellung Mitte 2017
Zeitbedarf	Gering
Finanzierungsbedarf	Konzept im Tourismuskonzept integriert, Herstellung und Druck gering bis mittel, im Budget bereits abgedeckt durch das Fachwerk5Eck
Zuständigkeit	BTE in Abstimmung mit der Geschäftsstelle

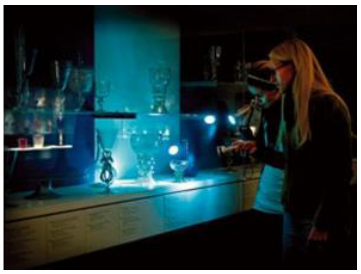
(1) Maßnahmen zur Stärkung der Außenwahrnehmung	
1-10 Zentraler Veranstaltungskalender	
Zeithorizont	Mittelfristig und einmalige Erstellung
Priorität	mittel
Ziel/Potenzial	Verbinden der Darstellungen der Veranstaltungen der fünf Städte in einem Kalender, um die Zugänglichkeit und Sichtbarkeit der Informationen zu verbessern
Wiederholung	Einmalig mit permanenter Pflege
Beschreibung	Gemeinsamer **zentraler Veranstaltungskalender** für die fünf Städte mit **Schnittstelle zur LTO Tourismus Marketing Niedersachsen** (TMN) und den entsprechenden **Dachverbänden**. Die Schnittstellenfähigkeit ist außerdem notwendig, damit die Daten in andere Darstellungen eingebunden werden können. Bestehende Ansätze wie z. B. **HauptsacheKultur.de** (LK Northeim und angrenzende Städte Seesen, Lamspringe, Freden, Alfeld) und **Kulturkalender.org** können als Ausgangspunkt dienen. Zu empfehlen ist eine Übernahme durch einen zentralen Dienstleister (wie etwa „Hauptsache Kultur"), der die Pflege der städtischen Terminseiten mit übernehmen könnte. Eine Übertragung der Pflege an die Tourismus-Verantwortlichen erscheint nicht zielführend (hoher Arbeitsaufwand, könnte im Alltagsgeschäft untergehen).
Beispiel	Reiseland Brandenburg: zentrale Bündelung von touristisch geeigneten Veranstaltungen in Brandenburg auf einer gemeinsamen Plattform zur besseren Übersicht für (potenzielle) Gäste des Bundeslandes. Quelle: reiseland-brandenburg.de
Bearbeitungsstand	Noch nicht begonnen
Zeitbedarf	mittel
Finanzierungsbedarf	mittel (Auftrag an externen Dienstleister)
Zuständigkeit	Koordinierung durch Geschäftsstelle, Auftrag vergeben, evtl. LEADER-Förderung möglich

(1) Maßnahmen zur Stärkung der Außenwahrnehmung	
1-11 Souvenir Fachwerk5Eck	
Zeithorizont	Mittelfristig und einmalig
Priorität	Gering
Ziel/Potenzial	Identifikation der Gäste mit der Region stärken
Wiederholung	Einmalig
Beschreibung	Ein **gemeinsames Souvenir zum Verkauf in den TIs** der fünf Städte und **direkt über Leistungsträger**, Hotels etc. mit Bezug zum Thema Fachwerk zur Förderung der Identität der Gäste mit der Region. Das Souvenir kann auch als Mitbringsel von Geschäftsleuten für ihre Kinder oder Stop-Over-Gästen für Daheimgebliebene dienen, um auf das Fachwerk aufmerksam zu machen. Ebenfalls sind Lern- und Malbücher für Kinder denkbar, die die Anschauung von Fachwerk vor Ort kindgerecht und interessant begleiten.
Beispiel	Vielfältige Möglichkeiten denkbar, Entwicklung in Abstimmung mit anderen Marketingaktivitäten des Fachwerk5Eck: ▪ die Zimmermannsfigur als Maskottchen oder Bildmotiv mit den Fachwerkhighlights auf Fotosouvenirs ▪ Puzzle mit Einzelteilen der Städte ▪ Bausatz Fachwerkhaus als Geschicklichkeitsspiel ▪ T-Shirts, Tassen, Regenschirme etc. mit Motiven aus dem Fünfeck ▪ Vorstellbar auch: Souvenirs, die mit den Künstlern der Region gemeinsam entwickelt werden, z. B. in einem Ideenwettbewerb Beispiel: ähnlich dem der Aquarell-Regenschirm aus Hann-Münden könnte das Motiv aus den Highlights des 5Ecks entwickelt werden. Quelle: Touristik Naturpark Hann. Münden
Bearbeitungsstand	Noch nicht begonnen
Zeitbedarf	je nach Produkt und Anspruch in konzeptionelle Einbindung
Finanzierungsbedarf	Gering mit Möglichkeit zur Refinanzierung
Zuständigkeit	Geschäftsstelle

(1) Maßnahmen zur Stärkung der Außenwahrnehmung	
1-12 Buchungsfähigkeit der Städte	
Zeithorizont	Langfristig und einmalig
Priorität	Gering
Ziel/Potenzial	Mit der Steigerung der Buchungsfähigkeit der Orte könnten zukünftig erstellte Fachwerk5Eck Reiseangebote direkt und online vertrieben werden
Wiederholung	Einmalig, jährlich wiederholend
Beschreibung	**Buchungsfähigkeit der Städte verbessern**, bislang sehr unterschiedlich aufgestellt, z.T. kein Buchungssystem: Buchungsfähigkeit muss sichergestellt werden (Aufgabe der Städte) Die touristischen Leistungen und Übernachtungsmöglichkeiten der fünf Städte sind zum Teil nicht direkt buchbar. Das ist nicht zeitgemäß und birgt die Gefahr, dass konkurrierende Orte auf Grund einfacherer Buchungsmöglichkeiten vom Gast bevorzugt werden. Über das Fachwerk5Eck bestünde nun die Möglichkeit, eine einheitliche Buchungsmöglichkeit einzurichten, die von den fünf Städten verwendet werden könnte. Die Region hat **durch eine einheitliche Buchungsmöglichkeit eine stärker als Region geschlossene Wahrnehmung beim Gast**.
Beispiel	Über die Tourismusseite vieler Regionen (z. B. Nordsee, Schwarzwald) lassen sich Unterkünfte der Region direkt buchen. Die Region wird somit stärker und einheitlicher wahrgenommen und die Buchungsmöglichkeit wird vereinfacht. Beispiele Nordsee (Metasuche: Zusammenfassung bestehender Buchungsmaschinen zu einer Metasuche), Schwarzwald (Buchungsmaschine direkt über Schwarzwald Tourismus)   Quelle: Internetseiten Nordsee und Schwarzwald  In der Erlebnisregion Hann. Münden sind Buchungen über die Tourist-Information, per Telefon oder als Online-Buchung direkt über die Webseite möglich. Filter ermöglichen hier eine Auswahl verschiedener Kriterien (Qualität, Lage usw.), in einer Google-Karte werden die Standorte der einzelnen Unterkünfte angezeigt.
Bearbeitungsstand	Noch nicht begonnen
Zeitbedarf	Hoch
Finanzierungsbedarf	Hoch
Zuständigkeit	Geschäftsstelle bei entsprechender Aufstockung der Kapazitäten in Zusammenarbeit mit den Tourismusverantwortlichen der Städte; sonst durch übergreifende Tourismusorganisation

(1) Maßnahmen zur Stärkung der Außenwahrnehmung	
1-13 Austausch und Verteilung von Informationsmaterial, regelmäßiger Austausch der Touristiker	
Zeithorizont	Kurzfristig
Priorität	Hoch
Ziel/Potenzial	Erhöhung der Wahrnehmung beim Gast als Fachwerkregion und Angebot zum Besuch der benachbarten Fachwerkstädte
Wiederholung	Einmalig, jährlich wiederholend
Beschreibung	Die **Informationsmaterialien** des Fachwerk5Eck sollen in den Tourist-Informationen der fünf Städte vorgehalten werden, ebenso sollten Möglichkeiten zur Präsentation von Informationsmaterialien der Leistungsträger geschaffen werden (z. B. in einer 5Eck-Ecke oder einem speziellen Aufsteller). Hinzu kommt ein **regelmäßiger Austausch der Touristiker** zu Angeboten und Aktivitäten in ihren jeweiligen Städten. Ziel ist, in jeder der fünf Städte ein umfassendes Informationsangebot (über persönliche Beratung und Medien) zum Gesamtangebot des Fachwerk5Ecks vorhalten zu können. Mögliche erste Initiative: jede Stadt lädt Touristiker der anderen Städte zu Begehung der Stadt ein (mit Fachwerkführung).
Beispiel	Austausch- und Exkursionsprogramm der Mitglieder des Arbeitskreises Tourist-Information in der Rhön: Ein regelmäßiger Austausch der Touristiker der gesamten Rhön im Rahmen einer „Exkursion" soll dazu dienen, dass Mitarbeiter der Touristinformationen die Gäste in der Rhön besser mit Tipps und Informationen für Ausflüge in die Region versorgen können. Dazu lernen sie vor Ort die Angebote in den unterschiedlichen touristischen Regionen der Rhön kennen. Die Aktion wurde 2015 mit einer von Reiseveranstaltern organisierten Journalistenreise kombiniert, so dass die Touristiker den Journalisten die schönsten Seiten der Rhön präsentieren konnten. Foto: rhoen.de
Bearbeitungsstand	Noch nicht begonnen
Zeitbedarf	Gering
Finanzierungsbedarf	Gering
Zuständigkeit	Tourismusverantwortliche der fünf Städte, Organisation des Austauschprogramms im Wechsel der Städte

(1) Maßnahmen zur Stärkung der Außenwahrnehmung	
1-14 Bewerbung des Projekts auf Veranstaltungen	
Zeithorizont	Kurzfristig und mehrfach im Jahr wiederholend
Priorität	Hoch
Ziel/Potenzial	Auf die Region und das Projekt Fachwerk5Eck aufmerksam machen
Wiederholung	Jährlich mehrfach wiederholend
Beschreibung	**Teilnahme an Veranstaltungen zur Bewerbung des Projektes Fachwerk5Eck**. Bislang genutzt beim „Tag der Städtebauförderung", Deutschen Fachwerktag, 5. Südniedersächsischen Fachwerktag, Tag des offenen Denkmals, Konferenz Stadt (Veranstaltung des 5Ecks); Denkmalkunstfestival weiterführen, ausbauen (Wettbewerb Tourismus mit Zukunft)  Quelle: Stadt Duderstadt
Bearbeitungsstand	Bereits begonnen
Zeitbedarf	hoch, (hoher personeller Aufwand)
Finanzierungsbedarf	hoch
Zuständigkeit	Geschäftsstelle

(1) Maßnahmen zur Stärkung der Außenwahrnehmung	
1-15 Bestehende Gäste mit Fachwerkimpuls zur Wiederkehr animieren (Geschäftsreisende, Stop-Over-Gäste)	
Zeithorizont	Kurzfristig und dauerhaft
Priorität	Hoch
Ziel/Potenzial	Gästegruppen im Speziellen Geschäftsreisende und Stop-Over-Gäste, deren Aufenthaltsgrund nicht von kulturellem oder Urlaubsinteresse geprägt ist, die Fachwerkkultur näherbringen und zur Wiederkehr animieren.
Wiederholung	Dauerhaft, temporär zu überarbeiten
Beschreibung	Geschäftsreisende und Stop-Over-Gäste kommen mit anderer Intention als Kultur und Region zu genießen und kennenzulernen ins Fachwerk5Eck. Diese **bestehenden Gäste durch einen Fachwerkimpuls zur Wiederkehr als Kulturinteressierter und Urlaubsgast zu animieren** ist weniger aufwendig und kostenintensiv als eine Neukundenwerbung. Hier gilt es, aus den bestehenden Angeboten (z. B. den Stadtführungen) und Erlebnisbausteinen der fünf Städte **geeignete Angebote für Geschäftsreisende und Stop-Over-Gäste** auszuwählen, im Hinblick auf die Zielgruppenanforderungen zu modifizieren und weiterzuentwickeln, ggf. neue Angebote zu erstellen und gebündelt darzustellen (z. B. auf der Internetseite des Fachwerk5Eck und der Städte, Info in den Hotels, Broschüre, …) z. B. **Feierabendprogramm für Business-Gäste** (Übersicht), ▪ Angebote: Feierabendrunde auf Leihfahrrad, Segway-Stadtführung, Nachtwächterführung, Kennzeichnung und Bündelung von Laufrouten entlang von Fachwerk ▪ Verweis auf Freizeiteinrichtungen: Kino, Theater, Museum ▪ Verweis auf Gastronomie: Restaurants, Cafés und Kneipen, Businessgäste haben wenig Zeit, um eine entsprechende Region neben den geschäftlichen Terminen kennenzulernen. Termine, die mit einer Übernachtung verbunden sind, bieten in den Abendstunden die Möglichkeit das Umfeld zu erkunden, oder z. B. aktiv zu sein. Hier kann das Fachwerk5Eck ansetzen, um Geschäftsreisenden kurz und erlebnisreich die Städte und das Fachwerk zu präsentieren. „Wo es mir gefällt, dort komme ich gerne wieder" – Mit positiven Eindrücken und einem ausgezeichneten Service kann das Fachwerk5Eck die Businessgäste überzeugen im privaten Rahmen wiederzukehren. Außerdem haben die 5 Städte die Chance, durch zielgerichtete Informationen an den entsprechenden Stellen, den auf Businessgast auf passsende Angebote hinzuweisen und zu Investitionen zu animieren.
Beispiel	Stuttgart After Business - After Work für Geschäftsreisende App mit acht Kategorien (in Deutsch und Englisch) speziell für Geschäftsreisende: Spezielle kulturelle und gastronomische Abendangebot, wie Taschenlampenrundgang im Landesmuseum Württemberg, Museen der Automobilgeschichte (Gottlieb-Daimler- Gedächtnisstätte, Mercedes-Benz Museum), die typisch für Stuttgart und die Region sind. Außerdem Geschenkeset mit regionalen Souvenirs für Daheimgebliebene.  Quelle: Stuttgart Marketing GmbH
Bearbeitungsstand	Noch nicht begonnen
Zeitbedarf	hoch
Finanzierungsbedarf	Gering
Zuständigkeit	Tourismusverantwortliche der Städte in Zusammenarbeit mit Firmen, Übernachtungsbetrieben und Leistungsträgern

(1) Maßnahmen zur Stärkung der Außenwahrnehmung	
1-16 Presse- und PR-Arbeit	
Zeithorizont	Kurzfristig und stetig wiederholend
Priorität	Hoch
Ziel/Potenzial	Bekanntheit und Begehrlichkeit der Fachwerk5Eck-Region steigern
Wiederholung	jährlich wiederholend
Beschreibung	Neukunden gewinnen und Bestandskunden zur Wiederkehr auffordern z. B. durch Geschichten und Inhalte zum Fachwerk5Eck: ▪ **Fachpresse- und PR-Arbeit** (Basis): 12 PM im Jahr, touristischer Verteiler ▪ **Journalistenbetreuung**, Anfragen bearbeiten (besonders Reise-Blogger) ▪ **Redaktionstour** in Medienstädten z. B. Hamburg, München, Berlin ▪ **Redaktionsreisen** mit Journalisten und Reisebloggern ▪ **Versorgung der TIs** umliegender Regionen, Städte in Tagesausflugsdistanz (max.150-200km) mit Informationsmaterial und gezielte Einladungen zu Infotreffen
Beispiele	"Visit Köln": Blog über die Präsentation der Stadt Köln als" kreativer Hotspot" und Bewerbung ihrer urbanen Kultur, Gastronomie und Kunst. „Hamburg where the heart is": Präsentation des "originalen" Hamburgs mit Gastronomie, Kultur und nützlichen Informationen über Anreise, Unterkünfte sowie Kurzurlaube im Blog und u.a. als Videotour von bekannten Bewohnern der Stadt (Hamburg Tourismus GmbH) Quellen: Hamburg Tourismus GmbH; blog.koelntourismus.de
Bearbeitungsstand	Regionale Pressearbeit läuft bereits, (Facebook, Twitter, Homepage ebenfalls), explizite Tourismus-Fachpresse-Arbeit noch nicht begonnen
Zeitbedarf	Hoch
Finanzierungsbedarf	Mittel
Zuständigkeit	Geschäftsstelle mit externer Unterstützung einer PR-Agentur

6.2 Maßnahmen zur Angebotsentwicklung und –bündelung

(2) Maßnahmen zur Angebotsentwicklung und -bündelung	
2-1 Erstellung touristischer Erlebnis-Pakete	
Zeithorizont	Kurzfristig und jährlich wiederholend
Priorität	Hoch
Ziel/Potenzial	Gemeinsame Fachwerk5Eck Angebote entstehen aus bestehenden Angeboten der Städte, um den Raum in seiner Vielfältigkeit geschlossen nach Außen darzustellen
Wiederholung	Einmalig, jährlich wiederholend

Beschreibung	**Angebotserweiterung durch Bündelung und Erstellung touristischer Erlebnis-Pakete bestehender Leistungen der fünf Städte**
	
	als Kombination von Erlebnisbausteinen, Übernachtungsangeboten und weiteren Leistungen (Eintritt Veranstaltung, Sehenswürdigkeit,...)
	
	▪ **Set von Bausteinen, in denen jeder vorkommt**
	  ▪ Kombination bestehender Bausteine der Städte, übergreifende Angebote
	  ▪ Sets mit variablen Bausteinen, die sich Gäste nach ihren Bedürfnissen zusammenstellen können
	
	▪ **Angebote für Kurzurlauber**
	  ▪ kurzfristig buchbare Beherbergungsangebote
	  ▪ geringe Auslastung als Potenzial für Kurzentschlossene
	
	▪ **Angebote für Kurzurlaub im Winter – Gemütlichkeit und Gastlichkeit im Fachwerk**
	  ▪ Fachwerkwohnen gern mit Übernachtungsangeboten zur Erzeugung von Gemütlichkeit und Wärme: Sauna, Whirlpool, Kamin, Fellteppich
	  ▪ Kulinarik gern mit Angeboten zur Erzeugung von Gemütlichkeit und Wärme: Kamin, offenes Feuer, gemütliche Stube
	  ▪ Kultur + Aktivitäten zum Veranschaulichen von Fachwerk und selbst erfahren von Leben und Wohnen im Fachwerk zur Winterzeit
	
	▪ **Kombination Gästeführung & Zusatzangebot ausbauen (z. B. mit Gastronomie, Eintritt)**
	
	▪ **5Eck - Busangebote für Veranstalter**
	  ▪ Tagesangebot mit Bausteinen zu Highlights des Fachwerk5Eck ggf. mit thematische Auswahlalternativen und kulinarischem Angebot
	  ▪ Mehrtagesangebot mit Übernachtung in Kombination mit Bausteinen zu Highlights des Fachwerk5Eck und kulinarischem Angebot
	
	▪ **Fachwerkführungen**
	  ▪ Ausweitung auf das 5Eck durch Schulung der Gästeführer in Bearbeitung, verstetigen
	  ▪ stetige Weiterentwicklung des Angebotes z. B. Themenvariationen im Hinblick auf Zielgruppen

2-1 Erstellung touristischer Erlebnis-Pakete (Fortsetzung)	
Beschreibung (Fortsetzung)	Erlebnisbausteine bieten die Möglichkeit, die Aufenthaltsdauer zu erhöhen. Sie steigern ebenso die Aufenthaltsqualität der Besucher und bietet einen Rundum-Service für den Gast. Über die Vermarktung von Erlebnispaketen macht das Fachwerk5Eck auf seine Fachwerk-Besonderheiten und bestimmte touristische Angebote aufmerksam. Verschiedene Anbieter und Leistungsträger können einbezogen werden und von der Vermarktung der Pakete profitieren. Zur Förderung des Binnenklimas durch die Kooperation mit Gastronomen, Unterkunftsbetrieben und weiterer touristischer Anbieter (Radverleih) sind Erlebnispakete hilfreich. Die einzelnen Anbieter erhalten zusätzliche gebündelte Vertriebsmöglichkeiten. Die Städte haben die Möglichkeit, die touristischen Besonderheiten der Stadt über die strategischen Vertriebspartner wie z. B. Harzer Tourismusverband e.V. zu vertreiben. Erlebnispakete haben ebenso den Effekt, Aufmerksamkeit beim Gast zu generieren.
Beispiel	Beispiele für zielgruppenorientiere Angebote: **Familien-Fachwerkrallye in Kirchheim unter Teck** (Zielgruppe Familien, Großeltern-Enkel, Stop-Over mit Kindern) Mit einem Plan von 1690 können sich große und kleine Forscher auf Entdeckungstour durch die Kirchheimer Innenstadt begeben und dabei einer genialen Erfindung auf die Spur kommen: dem Fachwerk. Es gibt viele „Fertighäuser der vergangenen Jahrhunderte" in Kirchheim unter Teck. Bei manchen Stationen müssen die Familien nach Hinweisen suchen und etwas lesen. An anderen Orten sind detektivischer Spürsinn und ein scharfe Auge gefragt. Die Entdeckungstour kann jederzeit gemacht werden und dauert ungefähr eine Stunde. Der Flyer zur Familien-Fachwerkrallye ist in der Kirchheim-Info und auf der städtischen Website www.kirchheim-teck.de/download erhältlich. Am Ende steht eine Verlosung. Quelle: kirchheim-teck.de **Beispiel für die Städte im Fachwerk5Eck:** **Erlebnispaket „Fachwerk5Eck erleben"** ▪ Wochenendpauschale mit Übernachtung in Hotel ▪ Eintritt in Fachwerk-Highlights inkl. Führung ▪ Verzehrgutschein Erlebnisgastronomie ▪ Leihfahrrad und Karte
Bearbeitungsstand	Einzelangebote und Einzelbausteile in den Städten sind vorhanden. Erste Ideen für Pakete liegen in Osterode vor. Die Erarbeitung weiterer Pakete ist im Rahmen der ersten Umsetzungsschritte geplant, Fertigstellung 2016 / Anfang 2017
Zeitbedarf	Jährlich geringer Zeitbedarf
Finanzierungsbedarf	Gering
Zuständigkeit	Startphase: Geschäftsstelle mit Tourismusverantwortlichen der Städte; Jährlich wiederholend: Tourismusverantwortlichen der Städte, Kooperation mit touristischen Leistungsträgern

(2) Maßnahmen zur Angebotsentwicklung und -bündelung	
2-2 Veranstaltungen und Events bündeln	
Zeithorizont	Mittelfristig, jährlich wiederholend
Priorität	Hoch
Ziel/Potenzial	
Wiederholung	jährlich wiederholend
Beschreibung	**Bündelung bestehender Feste und Veranstaltungen**, **gemeinsame Kommunikation** ▪ **Projekt Denkmal!Kunst** in allen Städten entwickeln, zeitlich entzerren und in Kooperation umsetzen, gegenseitige Unterstützung (vgl. Maßnahme 1-4) ▪ **Events in außergewöhnlichen (Fachwerk)Locations** fördern und weiterentwickeln, dazu im ersten Schritt vorhandenes Angebot ermitteln, ausbauen und vernetzen, weitere Veranstaltungen ins Fachwerk bringen, z. B. Lesungen, Comedy, Kultur etc. im Fachwerk, ggf. Spiele wie „Room Escape" in altem Fachwerkhaus ▪ **Übergreifendes Fachwerk5Eck - Event** entwickeln, z.B. Veranstaltungen im Bereich Aktiv / Breitensport wie Fachwerklauf, Radrennen – /tour, Biathlon (vgl. Maßnahme 1-3) ▪ **Weihnachtsmärkte** erweitern und attraktiver gestalten, Umfeld einbeziehen, mit Angeboten für Winterurlaub verknüpfen ▪ **gegenseitige Besuche der Einwohner und Gäste** fördern z. B. über Shuttle-Angebote und Transport unter den Städten bei Events, Exkursionen als Pakete für Gruppen ▪ **Pakete mit weiteren Angeboten** entwickeln, um Übernachtungsgäste zu adressieren
Beispiel	**Beispiel zu Attraktivitätssteigerung der Weihnachtsmärkte: Nostalgischer Weihnachtsmarkt Hattingen** ▪ An historischem Haus hängen in der Adventszeit im Sinne eines **Adventskalenders** Türchen an den Fenstern eines alten Fachwerkhauses ▪ Jeden Abend um 17 Uhr öffnet **„Frau Holle"** ein Türchen und erzählt den Kindern eine Weihnachtsgeschichte, liest ein Gedicht vor oder singt mit ihnen. Zum Schluss schneit es Süßigkeiten aus Frau Holles Kissen. ▪ **Spezialitäten- und Kunsthandwerkermärkte, Märchenwald** für die Kinder, **Erlebnisgastronomie, Beleuchtung und Dekoration** sorgen für anhaltend hohe Besucherzahlen. Quelle: weihnachtsmarkt-deutschland.de
Bearbeitungsstand	Einzelevents und Projekt DenkmalKunst laufen bereits, vorgeschlagene Vernetzungen haben noch nicht begonnen
Zeitbedarf	Gering bis Mittel
Finanzierungsbedarf	Abhängig von der Maßnahme: gering bis mittel
Zuständigkeit	Geschäftsstelle gemeinsam mit Organisatoren der Events

(2) Maßnahmen zur Angebotsentwicklung und -bündelung	
2-3 Fachwerk-Radroute: „10.000 Fachwerkhäuser-Route"	
Zeithorizont	Langfristig und einmalig
Priorität	Hoch
Ziel/Potenzial	Ziel ist es, die vorhandene Rad-Infrastruktur mit attraktiven Rad-Angeboten und einem ausgezeichneten Rad-Service zu kombinieren und dieses Gesamtpaket gezielt zu vermarkten, um eine verbindende Fachwerk-Radroute zu gestalten
Wiederholung	Einmalig

Beschreibung	BTE schlägt folgende Maßnahmen vor, um das radtouristische Angebot auf ein höheres Niveau zu heben und eine verbindende Route zwischen den Fachwerkstädten als Fahrrad-Fachwerk-Route zu vermarkten:
	▪ Ausschilderung einer **verbindenden Fachwerk-Radroute** zwischen den Städten mit einer **einheitlichen Beschilderung** zum Fachwerk5Eck und den entsprechenden POIs, z. B. Fachwerktour rund ums Fünfeck oder Sterntouren mit Anbindung der Fachwerkhighlights und Gastronomie am Weg
	▪ Darstellungen bestehender Radrouten in den fünf Städten bündeln, **Pauschalen und Beratung** für individuelle Radtouren entwickeln (z. B. Einbeck - Northeim), miteinander verbinden
	▪ Darstellung ausgewählter **Radpauschalen auf den Tourismusportalen der Städte** selbst. Buchungen können von den Gästen direkt bei den Anbietern vorgenommen werden. Da die meisten Städte nicht als Buchungsplattform fungieren und keine Pauschalen anbieten, sollten Links auf der Website platziert werden, die zu den Anbietern der Pauschalen führen.
	▪ **Ausbau Bett+Bike-Betriebe**:
	Die Zertifizierung weiterer zentraler Unterkünfte nach den ADFC-Kriterien wäre daher wünschenswert, insbesondere im Niedrigpreissegment. Infoabende durch den ADFC könnten die Vorteile einer Zertifizierung als Bett+Bike-Betriebe vermitteln und offene Fragen der Beherbergungsbetriebe ausräumen.
	▪ **Fahrradmitnahme im ÖPNV**:
	  ▪ Gewährleistung ausreichender Kapazitäten, insbesondere während der Radsaison (April bis Oktober) und speziell an den Wochenenden
	  ▪ kontinuierlicher Austausch alter Züge gegen barrierefreie bzw.-arme Niederflurfahrzeuge
	  ▪ radfahrerfreundliche Bahnhöfe: Aufzüge oder Fahrradschienen auf den Treppen, Fahrradboxen, einfacher Einstieg ins Radwegenetz, WC, Infotafel mit Radkarte
	  ▪ Ausbau der Fahrradmitnahme in Bussen (z. B. Omnibus-Hecklastenträger für 5 Räder, ca. 4.350 €)
	▪ **Ausstattung POIs/ Stadtinformation/ Bahnhöfe**:
	  ▪ mit sicheren Abstellanlagen (Fahrradboxen, etc.) und
	  ▪ Ladestationen (für Pedelecs): für verschiedene Akku-Typen, einfache Handhabung
	▪ **Schnittstellenoptimierung** zwischen Radfernwegen und POIs
	▪ **Service-Stationen** mit Luft- und Schlauchautomaten sowie Werkzeug für kleinere Reparaturen (v. a. Aufgrund der begrenzten Öffnungszeiten der Radstation und Fahrradläden am Wochenende)
	▪ **Pannenservice** und „Scherbenhotline" (Meldung von Hindernissen auf Radwegen)
	▪ **Wegepatenschaften**: z. B. für regelmäßige Kontrollen
	▪ Alternativ: Radroute als Verbindung der fünf Städte in Kombination mit Route für motorisierte Genussfahrer z. B. auf Grundlage der PS-Speicher Fahrten
	
	Die fünf Städte lassen sich zu einer erlebbaren Fachwerk5Eck-Region miteinander nur über das Fahrrad und motorisiert auf Grund der Entfernung zwischen den Städten verbinden. Insbesondere im Bereich Radwegeinfrastruktur ist die Region noch nicht durchgehend gut aufgestellt. Es fehlt auch an buchbaren Pauschalen bzw. Angebotspaketen für Radtouristen und auch die Service-Angebote sind ausbaufähig. Der Fahrradmarkt ist hart umkämpft und Fachwerk5Eck muss aufrüsten, um im Wettbewerb bestehen zu können.
	
	In der Umsetzung: Zusammenarbeit mit Geolife.de und Deutsche Fachwerkstraße anstreben. Eine alleinige Umsetzung aus dem Projekt wird zu viele Arbeitsstunden und Kosten binden

2-3 Fachwerk-Radroute: „10.000 Fachwerkhäuser-Route" (Fortsetzung)

Beispiel

Boxenstopp-Route

- **300 km Rundroute** im Oldenburger Münsterland
  - Radfernweg auf verkehrsarmen Landstraßen, parallel dazu Autostrecke
  - Hauptroute mit mehreren Nebenrouten
  - 100 Erlebnisstationen eingebunden, v.a. ländliche Betriebe
- Verschiedene **Pauschal-Angebote**
  - 7 Tage Rundtour, Etappenfahrten, Kurztrips, Sternfahrten
  - Zielgruppenspezifische Angebote
  - Mobilitätsangebote wie kostenloser Parkplatz am Startpunkt, 31 Energiestationen für E-Bikes, Bahnanfahrt
  - Service-Angebote wie Gepäcktransfer, Leihfahrrad, E-Bike, Karten und Infomaterial

BOXENSTOPP–ROUTE

LÄNGE: ca. 330 km

THEMATIK: Landpartie, ländliche Lebensart

HIGHLIGHTS:
Barßel: Moor– und Fehnmuseum, Windmühle
Cloppenburg: Museumsdorf, Bockwindmühle
Friesoythe: Tier– und Freizeitpark Thüle, Museen, Honighof
Garrel: Thülsdorfer Talsperre, Burnmuseum Nikolausdorf
Goldenstedt: Naturschutzgebiet Goldenstedter Moor, Hügelgräberfeld
Lindern: Hermelings–Mühle, Großsteingrab
Lohne: Wasserburg Hopen, Museen
Vechta: Reiterstadt, Wassermühle, Zitadellenpark

www.boxenstopp–route.de

Quelle: boxenstopp-route.de

Bearbeitungsstand	Verbindung des Fachwerk5Eck als Radregion und Fachwerk-Radroute noch nicht begonnen. Es bestehen vereinzelte Angebote und Routen.
Zeitbedarf	Hoch
Finanzierungsbedarf	Hoch
Zuständigkeit	Gemeinden, Landkreise, Fachwerk-Straße, evt. Bahn/DB-Reisen, Geschäftsstelle, Tourismusverantwortliche der Städte

(2) Maßnahmen zur Angebotsentwicklung und -bündelung	
2-4 Fachwerk-Spaziergänge inkl. Walking- und Laufrouten	
Zeithorizont	Mittelfristig und einmalig mit Pflegeaufwand
Priorität	Mittel
Ziel/Potenzial	Vor allem Geschäftsreisenden soll mit ausgewiesenen Routen die gewünschte Bewegung mit Fachwerkimpulsen verbunden werden, um sie zu einer Wiederkehr zu animieren.
Wiederholung	Einmalig
Beschreibung	BTE empfiehlt die **Ausschilderung von Spazierwegen sowie Walking- und Lauf-Routen**. Das Angebot richtet sich in erster Linie an Geschäftsreisende. Aber auch weitere Gästegruppen (Familien, aktive Paare) und Einheimische werden von diesem Angebot angesprochen. Spazier-Wege und Walking- / Lauf-Routen sind im Stadtgebiet und der näheren Umgebung vorzugsweise als **Rundwege** auszuschildern. Dabei sollte der Startpunkt mit Bedacht gewählt werden und sich nach den Zielgruppen richten. Die Walking-und Lauf-Routen sind als Begleitprogramm für Business-Gäste zu bewerben; Spazier-Wege sprechen Ungeübte und Kurzentschlossene (da keine besondere Ausstattung nötig) an. In Hinblick auf die zunehmende Technikaffinität und die Nutzung mobiler Endgeräte sollten insbesondere Walking-und Lauf-Routen dem Gast als GPX-Track zur Verfügung stehen. Ein gedruckter Flyer mit Karte und Information bietet sich für alle Wege an. Das Angebot an durchgängig ausgeschilderten Spazierwegen und Walking- und Lauf-Routen, die direkt an Hotels starten, sollen Businessgäste zum sportlichen Ausgleich animieren und dabei einen Fachwerkimpuls setzen. Spazier-Wege sprechen insbesondere Ungeübte und Kurzentschlossene an und bieten den Vorteil, dass keine bestimmte (Sport-)Ausrüstung nötig ist.
Beispiel	 Titel vom Flyer, © Tourismus Agentur Lübecker Bucht Quelle: www.luebecker-bucht-ostsee.de
Bearbeitungsstand	Noch nicht begonnen
Zeitbedarf	Mittel
Finanzierungsbedarf	Mittel
Zuständigkeit	Tourismusfachkraft der Geschäftsstelle in Zusammenarbeit mit den Tourismusverantwortlichen der fünf Städte

(2) Maßnahmen zur Angebotsentwicklung und -bündelung	
2-5 Fachwerk-Motorisierte Route	
Zeithorizont	Mittelfristig und einmalig bis jährlich wiederholend
Priorität	Gering
Ziel/Potenzial	Fachwerk5Eck-Region für weitere Zielgruppen relevant zu machen und Sonderthema der Dt. Fachwerkstraße realisieren, um werbliche Plattform zu nutzen.
Wiederholung	Einmalig, jährlich wiederholend
Beschreibung	Das Thema **„motorisiert erleben"** ist im Fachwerk5Eck mit starken Anbietern untersetzt. Zwar ist es ein Nischenthema mit sehr speziellen Zielgruppen, aber insgesamt ist es imagewirksam einsetzbar und bietet Potenziale. BTE empfiehlt eine **Aufnahme der vorhandenen Angebote und eine Zusammenarbeit mit den entsprechenden Anbietern,** um das Thema verstärkt zu nutzen: ▪ **Tourenempfehlungen**, Ausschilderung relevanter Ziele, z. B. Route für motorisierte Genussfahrer auf Grundlage der PS-Speicher Fahrten. Diese Route wären auch für andere Zielgruppen (z. B. Motorradfahrer, Tagesausflügler, Wohnmobilisten) nutzbar ▪ **Organisierte Fahrten**, Veranstaltungen für Oldtimer ▪ **Buchbare Angebote** schaffen: Ausfahrten mit speziellen Automobilen / Motorrädern, etc. , besondere Leihfahrzeuge ▪ **Kooperation** mit PS.Speicher zum Thema Oldtimer, MMS Konzept für Motorrad / E-Motorrad ▪ **Sensibilisierung des Gastgewerbes** für das Thema
Beispiel	Chiemsee Alpenland: Angebote und Bewerbung von regionalen Motorradtouren, Verleih von Oldtimern, Rollern und Motorrädern sowie Motorevents, Übersicht über „Motorrad-freundliche Hotels" Quelle: chiemsee-alpenland.de
Bearbeitungsstand	Vereinzelte Veranstaltungen finden in der Region bereits statt.
Zeitbedarf	Mittel
Finanzierungsbedarf	Gering
Zuständigkeit	Landkreise mit PS.Speicher und MMS Concept

(2) Maßnahmen zur Angebotsentwicklung und -bündelung	
2-6 Fachwerk-thematische Stadtrundgänge (als Routenempfehlung) und –führungen in allen fünf Städten	
Zeithorizont	Mittelfristig
Priorität	Mittel
Ziel/Potenzial	Einfache, effektive und aufmerksamkeitswirksame Zugänglichkeit zu den Fachwerk-POIs, um in kurzer Zeit auf die Highlights hinzuweisen.
Wiederholung	Einmalig, jährlich wiederholend
Beschreibung	**Ausarbeitung und Realisierung eines Fachwerk-thematischen Stadtrundganges**, um die Attraktionen des Fachwerks gebündelt in allen fünf Städten zu verbinden und Gästen in kurzer Zeit (Zielgruppe: Tagestouristen/ Kurzurlauber) einen Einblick in die Stadtbilder und die Fachwerkgeschichte zu geben. Der **Zimmermann auf Wanderschaft** (siehe Maßnahme 1-1), z. B. im Vergleich zum „Rattenfänger von Hameln", bietet sich als Symbolfigur, Moderator der Stadtführungen und Markierung an (z. B. Hufabdrücke auf dem Boden). Ideal wären eine **ergänzende Audioführung** (Tourismus für alle) und der **Einsatz von QR-Codes**. Der Stadtrundgang sollte grundsätzlich barrierefrei/ -arm sein. Als zusätzliche Maßnahme könnten mit wenig Aufwand **„Selfie-Points"** vor den touristischen Highlights platziert werden. Diese sind temporär und jeder Zeit einfach zu entfernen. Auch diese Maßnahme zahlt auf die Betonung der Gastlichkeit der Fachwerk5Eck-Region ein („Wir begleiten unsere Gäste zu den schönsten Orten der fünf Städte"). Insbesondere Tagestouristen und Kurzurlauber, auf die das Tourismuskonzept Fachwerk5Eck abzielt, haben nicht viel Zeit, um alle Attraktionen einer Stadt anzusehen. Diese ortsfremden Gäste nehmen gerne thematische Stadtrundgänge an, um sich einen Überblick zu verschaffen. Sie werden über attraktive, kurze Wege zu den wichtigsten POIs geleitet und erhalten über Tafeln oder Audiofunktionen wesentliche Informationen. Auch für Businessgäste und Stop-Over-Gäste, die nur wenig Freizeit im Fachwerk5Eck haben, bieten Stadtrundgänge ein passendes Angebot. Die Städte können ihre Highlights herausstellen, Gäste durch ausgewählte Wege leiten und die Wahrnehmung beeinflussen („Schokoladenseite" präsentieren, oder auf den 2. Blick erlebbar machen). Außer den „selbstgeführten" Fachwerk-Rundgängen bilden **Fachwerkführungen mit dahingehend geschulten Gästeführern** ein wichtiges Angebot zum Fachwerk-erleben. Die Grundlagen dazu wurden mit Schulungen der Gästeführer bereits gelegt (vgl. Maßnahme 2-1)
Beispiel	 Quelle: Stadt Hameln (www.hameln.de), BTE
Bearbeitungsstand	existiert bereits in einigen Städten, sowohl allgemein als auch thematisch, z. B. Einbecker Bierrundweg, auf alle Städte ausweiten
Zeitbedarf	Mittel
Finanzierungsbedarf	Mittel
Zuständigkeit	Koordinierung: Geschäftsstelle; Ausführung: Gemeinden fünf Städte

(2) Maßnahmen zur Angebotsentwicklung und -bündelung	
2-7 Verknüpfung der musealen Angebote in den Städten des Fachwerk5Eck	
Zeithorizont	mittel
Priorität	mittel
Ziel/Potenzial	Stärkung und Vernetzung des Angebotes, Generierung von Aufmerksamkeit und Besuchsinteresse
Wiederholung	Regelmäßig wiederholend
Beschreibung	Im Fachwerk-Fünfeck gibt es bereits einige sehr interessante Museen, die regelmäßig hochkarätige Ausstellungen in interessanten Räumlichkeiten (historisch-Fachwerk, aber auch neue Architektur) erarbeiten. Eine **Verknüpfung der vorhandenen Angebote** wird angestrebt. Mögliche Museen: ▪ **EIN:** PS.Speicher, StadtMuseum Einbeck ▪ **DUD:** Ausstellungen im Historischen Rathaus, Westerturmensemble, Kunsthalle HGN, Heimatmuseum, Grenzlandmuseum (Teistungen) ▪ **HMÜ:** Städtisches Museum, Welfenschloss, Museum der Arbeit ▪ **NOM:** Heimatmuseum St. Spiritus, Ausstellung im Reddersenhaus ▪ **OHA**: Museum im Ritterhaus, Schachtrupp-Villa (ab ca. 2019 möglich) ▪ **Im Umland**: Brotmuseum u.a. denkbar Mögliche Umsetzung einer stärkeren Verknüpfung: ▪ Wanderausstellungen durch die beteiligten Häuser ▪ Gemeinsame Ausstellungsentwicklung ▪ Inhaltliche Zuarbeit und Kooperation ▪ Ggf. Herauskristallisieren von Besonderheiten der Städte, Profilbildung ▪ Gemeinsame Angebotsentwicklung (z.B. 5er-Karte, Abo etc.) und Vermarktung
Beispiel	Museumsverbände in Großstädten und regionale Museumskooperationen wie z. B. die Museumslandschaft Oberhessen: Arbeitsgemeinschaft von ca. 40 Museen in der Region Wetterau – Vogelsberg, seit 2004 mit dem Ziel der Vernetzung und Steigerung der Aufmerksamkeit auf die Museen Quelle: http://www.museumslandschaft-oberhessen.de/Museen-2017.1362.0.html
Bearbeitungsstand	Kooperation findet bereits vereinzelt auf personeller Ebene statt, eine erste wandernde Fachwerk-Ausstellung wird ab Herbst 2017 zunächst in DUD, dann wandernd, gezeigt. Eine Vertiefung und langfristige Etablierung ist vielversprechend.
Zeitbedarf	Mittel
Finanzierungsbedarf	Mittel
Zuständigkeit	Tourismusverantwortliche und Träger der Angebote

(2) Maßnahmen zur Angebotsentwicklung und -bündelung	
2-8 Dachstuhltourismus als besonderes Fachwerkerlebnis	
Zeithorizont	mittelfristig
Priorität	mittel
Ziel/Potenzial	Einfache, effektive und aufmerksamkeitswirksame Zugänglichkeit zu den Fachwerk-POIs, um in kurzer Zeit auf die Highlights hinzuweisen.
Wiederholung	Einmalig, jährlich wiederholend
Beschreibung	**Dachstuhltourismus** Touristen möchten das Fachwerk nicht nur als Kulisse - sie möchten so weit wie möglich hineinsehen. Ein besonderes Erlebnis sind **Führungen in Dachstühle**, gespickt mit Geschichten aus der Entstehungszeit. In allen Städten finden sich geeignete Objekte: ▪ **EIN:** Altes Rathaus, Münsterkirche (mit Fledermäusen), Brodhaus, Marktkirche ▪ **DUD:** Historisches Rathaus, Westertorturm, St. Cyriakus Basilika (in Planung), Skywalk über Duderstädter Dachlandschaften (in Planung) ▪ **HMÜ:** Rathaus, St. Blasius Kirche, Schloss ▪ **NOM:** St. Sixtikirche, Reddersenhaus ▪ **OHA**: St. Aegidienkirche, Museum (bauliche Veränderungen nötig), Altes Rathaus Diese bereits im Ansatz existierenden Angebote gilt es auszubauen und für die Außendarstellung zu nutzen: ▪ Qualität der Führung sichern/ausbauen ▪ Anschauungs-/Erklärungsmaterial erarbeiten ▪ Bauliche Sicherungs- und Erschließungsmaßnahmen in den Dachstühlen (Rundweg, Beschilderung, Absturzsicherungen) ▪ Illumination und Beleuchtungskonzepte ▪ Werbung für dieses Spezialthema ▪ Abenteuer: Indoor-Kletterpark im Dachstuhl ▪ Bildungsangebot in Verbindung mit der Lernwerkstatt
Beispiel	Vielerorts führen einzelne Stadtführungen bereits in Dachstühle, z.B. der Kirchen. Von hier aus wurde im Mittelalter zumeist die Sicherheit der Stadt überwacht. Quelle:http://historie.denkmalkunst-kunstdenkmal.de/monuments/blasiuskirche.html
Bearbeitungsstand	Findet bereits vereinzelt statt. Eine Zusammenfassung in einer gemeinsamen Darstellung ist erstrebenswert.
Zeitbedarf	Mittel
Finanzierungsbedarf	Mittel
Zuständigkeit	Koordination: Geschäftsstelle; Entwicklung, Verknüpfung und Ausführung: Tourismusverantwortliche und Verwaltungen der Städte, ggf. Private

(2) Maßnahmen zur Angebotsentwicklung und -bündelung	
2-9 Bildungsreise ins Fachwerk5Eck	
Zeithorizont	Mittelfristig
Priorität	Mittel
Ziel/Potenzial	1. Verknüpfung mit dem Handlungsfeld Kompetenz 2. Bildungsreisen haben weiter Bestand. Das Thema bietet genug Stoff, um Bildungsreisen zu konzipieren
Wiederholung	Regelmäßig nach Bedarf
Beschreibung	**Bildungsreise Fachwerk** Erstellung von **Reisepaketen** zum Thema „Bildungsreise Fachwerk" als **Wochenend- oder Wochenprogramm**. Bei den Reisen sollen die Teilnehmer sowohl theoretische Informationen vermittelt bekommen, als auch selbst Hand anlegen und ausprobieren können. Die Umsetzung erfolgt **mit regionalen und übergreifenden Partnern** z. B. aus dem Fachwerk-, Bau-, Bildungs- und Tourismusbereich, beispielsweise ▪ **Lernwerksta**tt in Hann. Münden: bietet Hausbesitzern, Handwerkern und anderen Interessierten die Möglichkeit, an Modellbaustellen Techniken zu erlernen ▪ **Volkshochschulen, Unis** (z. V. Gastvorträge, Workshops, etc.)) ▪ Geschulte **Gästeführer** der Städte / Tourismusorganisationen / TIs ▪ Ausgewählte **Leistungsträger** mit Fachwerkbezug ▪ **Deutsche Fachwerkstraße** ▪ **Reiseveranstalter** (z. B. Studiosus) Vermarktung und Vertrieb sollte in Zusammenarbeit mit spezialisierten Reiseveranstaltern erfolgen (Katalog-Listung, Buchung). Bei der Erstellung ist darauf zu achten, die Maßgaben für Bildungsreisen zu erfüllen und steuerliche Absetzbarkeit zu gewährleisten.
Beispiel	Ein Wochenendprogramm könnte z. B. die folgenden Bausteine enthalten ▪ Unterkunft in 3 bis 4 Sterne Fachwerkhotel + Verpflegung ▪ Seminar / Vortrag / … zum Thema ▪ Fachwerkspezifische Gästeführung ▪ Workshop / Schnupperkurs in der Lernwerkstatt
Bearbeitungsstand	Erste Abstimmungen mit Deutscher Fachwerkstraße erfolgt, weitere Bearbeitung seitens der Deutschen Fachwerkstraße voraussichtlich ab Sommer 2017
Zeitbedarf	Gering bis Mittel
Finanzierungsbedarf	Gering bis Mittel
Zuständigkeit	TIs in Zusammenarbeit mit der Deutschen Fachwerk-Straße und einem Reiseveranstalter von Bildungsreisen

6.3 Ausbau Kernthemen der Städte in Kombination mit Fachwerk

(2) Maßnahmen zur Angebotsentwicklung und -bündelung	
2-10 Herausstellen thematischer Schwerpunkte von Einbeck	
Zeithorizont	Langfristig jährlich wiederholend
Priorität	Hoch
Ziel/Potenzial	Durch Verbindung der USPs der einzelnen Städte mit Fachwerk soll Vielfalt in einem einheitlichen Raum entstehen und den Gast zu Aufenthalten in mehreren der fünf Städte animieren.
Wiederholung	Einmalig bis jährlich wiederholend
Beschreibung	**Herausstellen der thematischen Schwerpunkte Einbecks in Verbindung mit Fachwerk** Einbeck als Stadt der **Braukunst** verfügt bereits über vielfältige Angebote in diesem Themenbereich, z. B. Bierverkostungen, Kurse, Brauereibesichtigungen, oft in Kombination mit Fachwerkambiente. Diese Angebote bieten eine gute Basis. Mit Blick auf den Markt und die Zielgruppen empfiehlt sich eine regelmäßige Überprüfung und Optimierung im Hinblick auf den Erlebniswert. Vorstellbar ist auch eine Verknüpfung mit anderen alten Handwerken. Ein weiteres starkes Thema Einbecks ist mit dem PS.Speicher das Thema **Oldtimer**. BTE empfiehlt eine Zusammenarbeit zur Verknüpfung der Angebote des PS.Speichers mit dem Fachwerkangeboten der Stadt, z. B. Oldtimertreffen in Fachwerkkulisse, gemeinsame Aktionen wie Ausfahrten, Rallyes etc. im 5Eck (siehe Abb.)
Beispiel	Oldtimer-Treffen „Oldtimer + Fachwerk" Celle mit 30.000 Besuchern: vor der Kulisse von Schloss und Fachwerkhäusern werden mehr als 1.000 Oldtimer-Fahrzeuge aus dem gesamten Bundesgebiet präsentiert. Foto: celle-von-oben. Foto: einbeck-marketing.de
Bearbeitungsstand	Angebote zu Einbeck vorhanden: Verknüpfung zum Fachwerk5Eck steht noch aus.
Zeitbedarf	Gering: in der Verknüpfung bestehender Angebote mit der Fachwerk5Eck-Region; Mittel bis Hoch: in der Entwicklung neuer Angebote und Attraktionen zu den Schwerpunkten der Städte
Finanzierungsbedarf	Gering: bei Verknüpfung bestehender Angebote mit der Fachwerk5Eck-Region; Mittel bis Hoch: bei Entwicklung neuer Angebote und Attraktionen zu den Schwerpunkten der Städte
Zuständigkeit	Koordination: Geschäftsstelle; Entwicklung, Verknüpfung und Ausführung: Tourismusverantwortliche und Verwaltungen der Städte

(2) Maßnahmen zur Angebotsentwicklung und -bündelung	
2-11 Herausstellen thematischer Schwerpunkte von Hann. Münden	
Zeithorizont	Langfristig jährlich wiederholend
Priorität	Hoch
Ziel/Potenzial	Durch Verbindung der USPs der einzelnen Städte mit Fachwerk soll Vielfalt in einem einheitlichen Raum entstehen und den Gast zu Aufenthalten in mehreren der fünf Städte animieren.
Wiederholung	Einmalig bis jährlich wiederholend

Beschreibung	**Herausstellen der thematischen Schwerpunkte Hann.Mündens in Verbindung mit Fachwerk**
	▪ **Dreiflüssestadt Hann. Münden**
	  ▪ Fachwerk vom Wasser aus erleben inkl. Fahrgastschifffahrt, Kanuerlebnis stärken
	  ▪ Fachwerk und Übernachtungsmöglichkeiten aufs / ans Wasser bringen
	▪ **Drehscheibe der Radwege**
	  ▪ Fachwerk auf dem Rad erleben
	  ▪ Fahrradfreundliche Fachwerk-Gastgeber (Bett & Bike Klassifizierung vom ADFC)
	  ▪ Fahrrad-Infrastruktur an Fachwerkhighlights entlangführen
	
	BTE empfiehlt Hann. Münden u.a. als Dreiflüssestadt Übernachtungsmöglichkeiten auf dem Wasser und die Ansiedelung besonderer Camping-Angebote z. B. Glamping-Angebote im Fachwerkoutfit (hochwertigere Campingangebote) zu unterstützen. Langfristig könnte eine Ergänzung des Angebotes durch mobile Hausboote Impulse geben, um den Schwerpunkt Dreiflüssestadt mit Fachwerkerlebnis am Wasser mit außergewöhnlichen Angeboten zu stärken Sind Standorte gefunden, sollte die Vernetzung mit anderen touristischen Infrastrukturen (Rad- und Wanderwegenetz, etc.) bzw. Ansiedlung fehlender Infrastrukturen (ggf. Kiosk/Laden, Rad-/Bootsverleih, etc.) erfolgen.
	Das Angebot an Hausbooten schafft einen Brückenschlag zwischen zwei bedeutenden Themen der Stadt Hann. Münden: Fachwerk und Wasser. „Camping auf dem Wasser" greift einen Nischenmarkt auf und ist insbesondere für Ältere oder Menschen mit Handicap geeignet. „Glamping" ist ein aktueller Trend der Campingbranche und wäre eine attraktive Ergänzung der vorhandenen Campingplätze und Ferienwohnungen.

Beispiel	 Quelle: radsueden;Vacanceselect.com; vacanceselect.com/de/unterkuenfte/glamping/airlodge; dervagabund.de
Bearbeitungsstand	Angebote zu Hann. Münden vorhanden: Verknüpfung zum Fachwerk5Eck steht noch aus.
Zeitbedarf	Gering: in der Verknüpfung bestehender Angebote mit der Fachwerk5Eck-Region; Mittel bis Hoch: in der Entwicklung neuer Angebote und Attraktionen zu den Schwerpunkten der Städte
Finanzierungsbedarf	Gering: bei Verknüpfung bestehender Angebote mit der Fachwerk5Eck-Region; Mittel bis Hoch: bei Entwicklung neuer Angebote und Attraktionen zu den Schwerpunkten der Städte
Zuständigkeit	Koordination: Geschäftsstelle; Entwicklung, Verknüpfung und Ausführung: Tourismusverantwortliche und Verwaltungen der Städte

(2) Maßnahmen zur Angebotsentwicklung und -bündelung	
2-12 Herausstellen thematischer Schwerpunkte von Northeim	
Zeithorizont	Langfristig jährlich wiederholend
Priorität	Hoch
Ziel/Potenzial	Durch Verbindung der USPs der einzelnen Städte mit Fachwerk soll Vielfalt in einem einheitlichen Raum entstehen und den Gast zu Aufenthalten in mehreren der fünf Städte animieren.
Wiederholung	Einmalig bis jährlich wiederholend
Beschreibung	**Herausstellen der thematischen Schwerpunkte Northeims in Verbindung mit Fachwerk** **Masken- und Figurentheater in Northeim:** Herausforderung ist es, das Fachwerk in Northeim mit dem Highlight Masken- und Figurentheater aufzuwerten und neben dem einen Theater mit weiteren Angeboten zu etablieren ▪ Masken- und Theaterveranstaltungen in Fachwerkkulisse ▪ Aufgreifen des Themas in Hotellerie und Gastronomie (Masken / Puppen in den Häusern, Themengerichte, Benennung der Hotelzimmer, Erlebniszimmer zum Thema etc.) ▪ „Weiterspinnen" des Themas: Venedig, Karneval, Baseler Fastnacht ▪ Dekoelemente im Handel / TIs ▪ Herstellung von typischen Masken für Handwerker / Dienstleister ▪ Austausch mit den anderen Städten (Figuren in den Städten, z. B. Gastspiele, Umzüge) ▪ Weitere touristische Angebote zum Thema Masken: Events und Erlebnisse ▪ Förderung und Aufbau einer „Masken- und Figurentheater-Szene"; Stammtisch, offene Werkstatt, etc. ▪ Festival für Masken- und Figurentheater ▪ Skulpturenpfad
Beispiel	Das Thema der Masken und die Hineinversetzung in eine andere Welt werden bei Themenhotels, wie u.a. dem Hotel Matamba in Phantasialand und anderen Freizeitparks angegliederten Hotels aufgegriffen. Quelle: Christian Rieder • © VISIT BASEL AG, in: http://www.baselinsider.ch/jahreshighlights/basler-fasnacht.html und Hotel Matamba, Phantasialand, http://www.phantasialand.de/assets/images/1/tab_matamba_05-af4fb081.jpg
Bearbeitungsstand	Angebote zu Northeim vorhanden: Verknüpfung zum Fachwerk5Eck steht noch aus.
Zeitbedarf	Gering: in der Verknüpfung bestehender Angebote mit der Fachwerk5Eck-Region; Mittel bis Hoch: in der Entwicklung neuer Angebote und Attraktionen zu den Schwerpunkten der Städte.
Finanzierungsbedarf	Gering: bei Verknüpfung bestehender Angebote mit der Fachwerk5Eck-Region; Mittel bis Hoch: bei Entwicklung neuer Angebote und Attraktionen zu den Schwerpunkten der Städte.
Zuständigkeit	Koordination: Geschäftsstelle; Entwicklung, Verknüpfung und Ausführung: Tourismusverantwortliche und Verwaltungen der Städte, Theater der Nacht.

(2) Maßnahmen zur Angebotsentwicklung und -bündelung	
2-13 Herausstellen thematischer Schwerpunkte von Osterode	
Zeithorizont	Langfristig jährlich wiederholend
Priorität	Hoch
Ziel/Potenzial	Durch Verbindung der USPs der einzelnen Städte mit Fachwerk soll Vielfalt in einem einheitlichen Raum entstehen und den Gast zu Aufenthalten in mehreren der fünf Städte animieren.
Wiederholung	Einmalig bis jährlich wiederholend
Beschreibung	**Herausstellen der thematischen Schwerpunkte Osterodes in Verbindung mit Fachwerk** **Wandern in Osterode**: Herausforderung ist es, die Wanderer in die Stadt zu locken und eine Verknüpfung mit dem Thema Fachwerk und den Attraktionen der Stadt herzustellen - Fachwerk als Erlebnis gestalten, Wandern und Fachwerk zusammenbringen ▪ Wanderweg durch leerstehendes Fachwerkhaus führen ▪ Fachwerkhaus öffnen als Wanderstation ▪ Fachwerkhütten als Wanderstation, Rasthütten ▪ Herkunft des Holzes und Bauweise für Fachwerk usw. an Wanderwegen erklären und erlebbar machen (Verbindung für den Wanderer von Fachwerk und Natur) ▪ Kombination mit GPS-basierter Schnitzeljagd / Positionsspielen (Geocaching, Munzee) ▪ Stempelstellen entlang der Wanderwege und in der Stadt etablieren ▪ Anbindung an Harzer Wasserregal, mit z. B. Badeangeboten, begleitenden Informationen und Erlebnispunkten am Weg ▪ Einen Anlaufpunkt zum Thema Fachwerk in Osterode etablieren ▪ Die Wegführung Buntenbock / Hexenstieg „Fachwerkgerecht" optimieren ▪ Entdeckerpfad Mühlengraben: Konzept liegt vor, Finanzierung organisieren ▪ Industriegeschichte der Stadt: wirtschaftlich (ehemals) bedeutsame Stadtmerkmale und Relikte inszenieren; Beispiel: Mühlengraben; Bedeutung der umliegenden Gipskarst-Landschaft für die Entwicklung der Stadt verdeutlichen und erlebbar machen.
Beispiel	Der Kulturweg „Felsen.Fässer.Fachwerk" in Rheinland-Pfalz greift das Thema des Fachwerks auf und die zahlreiche Informationstafeln entlang des Weges geben Auskunft über Natur, Kultur und Geschichte. Eine Rastmöglichkeit besteht in einem alten Fachwerkhaus. Im Rahmen der Thementour Fachwerk in Stolberg werden Baustile der verschiedenen Epochen an den schönsten Fachwerkhäusern der Stadt gezeigt und die Bauweise erklärt. Quelle:http://www.traumsteige.com/wp-content/uploads/2014/01/IMG_65931.jpg; http://www.wandern-in-stolberg.de/wandertouren/30_Fachwerktour/ueberblick.html
Bearbeitungsstand	Angebote zu Osterode vorhanden: Verknüpfung zum Fachwerk5Eck steht noch aus.
Zeitbedarf	Gering: in der Verknüpfung bestehender Angebote mit der Fachwerk5Eck-Region; Mittel bis Hoch: in der Entwicklung neuer Angebote und Attraktionen zu den Schwerpunkten der Städte.
Finanzierungsbedarf	Gering: bei Verknüpfung bestehender Angebote mit der Fachwerk5Eck-Region; Mittel bis Hoch: bei Entwicklung neuer Angebote und Attraktionen zu den Schwerpunkten der Städte.
Zuständigkeit	Koordination: Geschäftsstelle; Entwicklung, Verknüpfung und Ausführung: Tourismusverantwortliche und Verwaltungen der Städte.

(2) Maßnahmen zur Angebotsentwicklung und -bündelung	
2-14 Herausstellen thematischer Schwerpunkte von Duderstadt	
Zeithorizont	Langfristig jährlich wiederholend
Priorität	Hoch
Ziel/Potenzial	Durch Verbindung der USPs der einzelnen Städte mit Fachwerk soll Vielfalt in einem einheitlichen Raum entstehen und den Gast zu Aufenthalten in mehreren der fünf Städte animieren.
Wiederholung	Einmalig bis jährlich wiederholend
Beschreibung	**Herausstellen der thematischen Schwerpunkte Duderstadts in Verbindung mit Fachwerk** **Grenzenlos Fachwerk in Duderstadt** ▪ **Deutsch-Deutsche Geschichte:** Prägend für die Region, die heute an verschiedenen Stellen erlebbar ist (Grenzlandmuseum Eichsfeld, Grünes Band, thematische Wanderwege wie „Eichsfelder Grenzspuren"). Das Thema Grenzen kann auch in anderem Zusammenhang bespielt werden, z. B. naturräumliche Grenzen, katholische und evangelische Kirche, Wehr- und Wallanlagen, etc. ▪ **Grünes Band** als Natur- und Kulturerlebnis. Für Grünes Band und das Grenzlandmuseum Eichsfeld werden Weltkulturerbe-Titel angestrebt. ▪ **Tourismus für alle / Barrierefreiheit**: Das Eichsfeld und insbesondere Duderstadt bieten bereits ein breites Angebot in diesem Bereich: öffentliche Infrastruktur und Gebäude sind auf die Zielgruppe eingestellt (abgesenkte Bordsteine, Zugänglichkeit der Gebäude, usw.). Es gibt Beherbergungs- und Freizeitangebote (z. B. Ausstellung im Rathaus, Museum, Tabaluga Haus, 400 km ausgebaute „Rollistrecke", Paraboote am Seeburger See, Leihangebote Handbikes etc.). Das komprimierte Stadtbild in Verbindung mit kurzen Wegen bietet für diese Zielgruppe weitere Vorteile. Gerade das Thema Tourismus für alle ist von zunehmender Relevanz und soll bei der Entwicklung von Angeboten im Fachwerk5Eck „mitgedacht" und bespielt werden. Das Thema ist nicht nur für Menschen mit Handicap, sondern auch für ältere Gäste und Familien mit Kindern von Interesse. Es gilt, die bestehenden guten Angebote auszubauen und weitere zu schaffen, um die Bekanntheit und „Alleinstellung" Duderstadts (und des Eichsfeldes) in diesem Thema zu stärken. Zur Verbindung im Fachwerk5Eck wird empfohlen, das Thema bei der Ausarbeitung der Radroute weitestgehend zu berücksichtigen (Wegeführung, barrierefreie Gastronomie etc.). Im Ergebnis sollte (nach entsprechendem Lückenschluss) Strecken stehen, die auch für Handbiker nutzbar sind.
Beispiele	Beispiel Emsland-Route für Handbikes Quelle: reiseland-niedersachsen.de, inklusives-netzwerk-freiburg.de Zahlreiche Beispiele für barrierefreie Angebote sind unter www.germany.travel/de/barrierefreies-reisen/barrierefreies-reisen/barrierefreies-reisen.html zu finden
Bearbeitungsstand	Angebote zu Duderstadt vorhanden: Verknüpfung zum Fachwerk5Eck steht noch aus.
Zeitbedarf	Gering: in der Verknüpfung bestehender Angebote mit der Fachwerk5Eck-Region; Mittel bis Hoch: in der Entwicklung neuer Angebote und Attraktionen zu den Schwerpunkten der Städte
Finanzierungsbedarf	Gering: bei Verknüpfung bestehender Angebote mit der Fachwerk5Eck-Region; Mittel bis Hoch: bei Entwicklung neuer Angebote und Attraktionen zu den Schwerpunkten der Städte
Zuständigkeit	Koordination: Geschäftsstelle; Entwicklung, Verknüpfung und Ausführung: Tourismusverantwortliche und Verwaltungen der Städte

6.4 Maßnahmen zu Qualität, Service und Organisation

(3) Maßnahmen zu Qualität, Service und Organisation	
3-1 Fachwerk im Stadtbild in Szene setzen und zugänglich machen	
Zeithorizont	mittelfristig, projektabhängig: Event regelmäßig wiederholend
Priorität	Mittel
Ziel/Potenzial	Steigerung der touristischen Attraktivität der Innenstädte mit Fachwerk
Wiederholung	Einmalig bis jährlich wiederholend (projektabhängig)
Beschreibung	**Fachwerk im Stadtbild in Szene setzen** Die Erlebbarkeit des Fachwerks ist von hoher Bedeutung für erfolgreichen Fachwerktourismus. Deshalb müssen im Rahmen der Stadtentwicklung entsprechende Maßnahmen berücksichtigt werden. ▪ Fachwerkgebäude / Offenlegung des Fachwerks bei Gebäudesanierung fördern ▪ optische **Wahrnehmung im Stadtbild** stärken: Erdgeschosse nicht durch Handel / Werbung verbauen, ggf. entsprechende Verordnung / Werbesatzung entwickeln ▪ Erlebbarkeit des Fachwerks steigern (Dachstuhltourismus) ▪ **Leerstand** bekämpfen über entsprechende Maßnahmen zur Umnutzung und Prävention, als kurzfristige Lösungen leerstehende Schaufenster bespielen mit Fünfeck-Fenstern, die Highlights aus den anderen Städten zeigen oder Ausweitung des Projektes Sch(l)aufenster ins gesamte Fünfeck ▪ **Illumination** von Fachwerk , z. B. Beleuchtungskonzept zur Attraktivierung der Straßen bei Dämmerung / Dunkelheit oder Inszenierung bei einer Veranstaltung: Illumination mit Musik, Lasershow Inspiration können das DenkmalKunst-Festival oder auch Projekte und Ideen der ansässigen Bürger und Vereine bieten (Verbindung mit anderen Handlungsfeldern) **Fachwerk zugänglich machen / Dachstuhltourismus** Fachwerk soll nicht nur als Kulisse von Gebäudefassaden erlebbar sein, sondern auch zugänglich gemacht werden. Dazu gilt es, Fachwerkgebäude zu öffnen, z. B. über ▪ Nutzungsmodelle: Beherbergung, Café (vgl. Maßnahme 3-2 und 3-3), Veranstaltungsräume, Ausstellungsbereich, … ▪ „Dachstuhltourismus": Führungen in sonst unzugänglichen Bereiche (z. B. begehbare Dachstühle von Kirchen und anderen Gebäuden) vgl. Maßnahme 2-8 ▪ Außergewöhnliche Angebote (z. B. Kletterpark im Fachwerkdachstuhl)
Beispiel	Projekt „Sch(l)aufenster": Ziel ist die Beleuchtung und attraktive Gestaltung von Schaufenstern mit lokalen und regionalen Themen in der Innenstad Einbecks, welche teilweise durch einen hohen Leerstand von Geschäften betroffen ist. Projekt „Recklinghausen leuchtet": jährlich mehrwöchige Illumination von Fassaden und historischen Gebäude in der Altstadt Recklinghausen und Stadtführungen in der Herbstzeit. Quelle: bi-schlaufenster-einbeck.de Quelle: fotocommunity.de.; die Mohnblumen
Bearbeitungsstand	Begonnen, Leerstands-Bekämpfung teilweise in Umsetzung, Sammlung von Gebäudevorschlägen
Zeitbedarf	Gering bis hoch (projektabhängig)
Finanzierungsbedarf	Gering bis hoch (projektabhängig)
Zuständigkeit	Verwaltung der Städte, Bürgerinitiativen, Eigentümer

(3) Maßnahmen zu Qualität, Service und Organisation	
3-2 Übernachten im Fachwerk	
Zeithorizont	Kurzfristig, mittelfristig, Langfristig einmalig oder jährlich wiederholend (projektabhängig)
Priorität	Hoch, mittel, gering (projektabhängig)
Ziel/Potenzial	Entwicklung eines hochwertigen und durchgehenden Übernachtungsangebots im Fachwerk mit neuen Impulsen zur stärkeren Auslastung.
Wiederholung	Einmalig, jährlich wiederholend (projektabhängig)

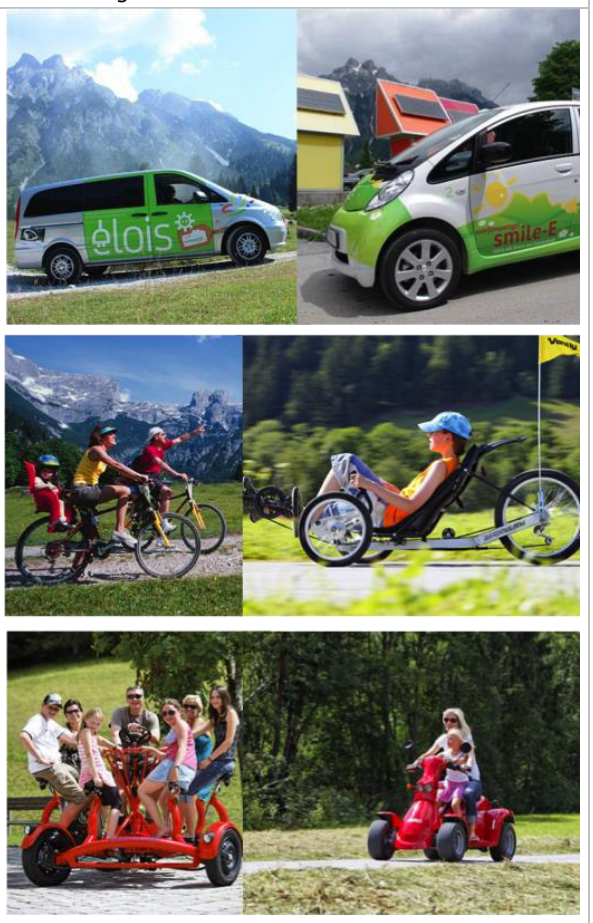
Beschreibung	**Übernachten im Fachwerk**
	Ermittlung und Bewerbung der Beherbergungsbetriebe in Fachwerkgebäuden, ggf. ergänzt mit anderen außergewöhnlichen historischen Gebäuden (kurzfristig)
	▪ **Sensibilisierung der Anbieter für das Thema**: Förderung und Hilfestellung bei Renovierung / Aus- / Rückbau zum Fachwerkstil, Fachwerkerlebnis in die Beherbergung bringen (mittelfristig)
	▪ **Entwicklung eines eigenen Siegels: "Fachwerk5Eck geprüft"**, Kriterien definieren, langfristige Maßnahme (langfristig)
	▪ Eigenen **Fachwerk5Eck-Ferienwohnungsstil** entwickeln analog Schwarzwald, untersetzt mit den Profilthemen der einzelnen Städte, ggf. auch übergreifend (langfristig)
	▪ Erstellung von **Angeboten für Winteraufenthalte** in Verbindung mit Kulinarik, Kaminfeuer, … (kurzfristig)
	▪ **Idee Inszenierung des Themas: Leben im Fachwerk zu verschiedenen Zeiten**
	  ▪ Reddersen Haus Northeim, andere Epochen in anderen Städten wieder aufleben lassen
	  ▪ evtl. Erlebnisbeherbergung: Übernachten in einem Fachwerkhaus des 14. Jh. mit WC auf dem Hof, Waschschüssel etc.
	▪ **Entstehung des Fachwerks,** Bauweise mit Verbindung Wanderweg in umgebende Wälder

Beispiel	„Kuckucksnester – Design Apartments Hochschwarzwald". Ferienwohnungslinie basierend auf der Idee, Ferienwohnungsbesitzer mit Nachfolgerproblemen oder Schwierigkeiten im Umgang mit modernen Marketinginstrumenten (z. B. Online-Buchbarkeit) zu unterstützen. Ferienwohnungen werden langfristig in ein Pachtverhältnis übernommen und einheitlich im „modernen Hochschwarzwaldstyle" eingerichtet. Die so genannten Kuckucksnester sind online buchbar und werden mit der Hochschwarzwald Card vermarktet. Bei der Gestaltung der Kuckucksnester wird Wert auf die Verwendung von natürlichen Materialien aus dem Schwarzwald und die Einbindung örtlicher Handwerksbetriebe gelegt. Ziel ist, eine in der Region flächendeckende standardisierte Ferienwohnungsmarke zu etablieren, den Eigentümern gesicherte Erträge zu garantieren und die Zukunft dieses wichtigen Marktes im Hochschwarzwald qualitativ und quantitativ zu sichern. Das Projekt wurde ausgezeichnet mit dem Deutschen Tourismuspreis 2015. www.kuckucksnester.de
Bearbeitungsstand	Noch nicht begonnen
Zeitbedarf	Gering bis hoch (projektabhängig)
Finanzierungsbedarf	Gering bis hoch (projektabhängig)
Zuständigkeit	Koordinierung durch regionale Gestalter, Planer; Ausführung in Begleitung der Tourismusverantwortlichen in den Städten

(3) Maßnahmen zu Qualität, Service und Organisation	
3-3 Genießen im Fachwerk	
Zeithorizont	Mittelfristig einmalig oder jährlich wiederholend
Priorität	Mittel
Ziel/Potenzial	Fördern von Anbietern regionaler Produkte und der Gastronomie zur Stärkung der eigenen Identität in Kombination mit Fachwerk als Kulisse.
Wiederholung	Einmalig bis jährlich wiederholend
Beschreibung	**Genießen im Fachwerk** Kulinarik und Gastronomie sind wichtige Aktivitäten im Rahmen von Urlaubsreisen und Tagesausflügen. Gesundheit und Regionalität gewinnen an Bedeutung. Diese Themen sollten auch im Zusammenhang mit Fachwerk bespielt werden: ▪ Ermittlung und **Vermarktung entsprechender Angebote**, Abstimmung der Öffnungszeiten, Qualifizierung der Anbieter ▪ Zusammenführung und gemeinsame **Vermarktung der regionalen Spezialitätenmärkte**, z. B. Eichsfelder Wurstmarkt im November, Bauernmärkte) ▪ **Biere und Braukunst** (Einbeck, Duderstadt) als einzelnes Thema weiter und stärker bespielen (Events, Bierfestival,...) ▪ **Regionale Gastronomie** fördern, Veranstaltungen z. B. Fünfeck-Tag oder Gericht mit Spezialitäten aller 5 Städte anbieten ▪ **Regionale Handwerkskunst** (Einbecker Braukunst, Blaudruck, Senfmühle, Schiffsbau Hann. Münden, ….) einbeziehen
Beispiel	Projekt Thüringer Tischkultur im Thüringer Saaleland: Projekt zur Verknüpfung und gemeinsamen Vermarktung Thüringer Kulinarik, regionaler Landwirtschaft und regionalen Handwerks der traditionellen Porzellan-, Keramik- und Glasherstellung unter Einbindung und Vernetzung regionaler Partner. Pilotprojekt im Thüringer Saaleland, Ausweitung auf ganz Thüringen geplant. Kulinarische Stadtführung Speyer: Kulinarische und kulturelle Besonderheiten der Stadt werden verbunden und in einer Stadtführung präsentiert. Auch als Gruppenevent und für Geschäftskunden buchbar. Quelle: kulinarisch-entdecken.de Quelle: erlebnisgruenesband.de
Bearbeitungsstand	Angebote liegen vereinzelt vor. Zusammenführen auf Fachwerk5Eck Ebene noch nicht begonnen.
Zeitbedarf	Gering bis Mittel
Finanzierungsbedarf	Gering
Zuständigkeit	Koordination: Geschäftsstelle, Durchführung: Verantwortliche vor Ort mit Unterstützung der Tourismusverantwortlichen in den Städten.

(3) Maßnahmen zu Qualität, Service und Organisation	
3-4 Ausbau Barrierefreiheit – „Tourismus für Alle"	
Zeithorizont	Langfristig kontinuierlich
Priorität	Gering
Ziel/Potenzial	Fachwerkzugang gezielt für Menschen mit Handicap ermöglichen und als Region neue Zielgruppen erschließen und sich von der „Fachwerkkonkurrenz" absetzen
Wiederholung	dauerhaft; besondere Aufmerksamkeit jeweils bei Entwicklung neuer Angebote nötig
Beschreibung	**Ausbau Barrierefreiheit, Tourismus für Alle** BTE sieht das Thema Barrierefreiheit als Querschnittsthema über allen im Rahmen des Tourismuskonzeptes entwickelten Maßnahmen. Es gilt eine Kennzeichnung für die gesamte Servicekette (s. Abb. rechts) anzubieten: Dies umfasst u. a. ▪ die **barrierefreie Zugänglichkeit touristischer Einrichtungen** (Tourist-Info, POIs, Gastbetriebe, Fachwerk etc.), ▪ die **Entwicklung barrierefreier Angebote/Pauschalen** (z. B. Stadtrundgang, Auswahl passender „Erlebnispakete" als „barrierefreie Pauschalen") Erste Ansätze sind besonders in Duderstadt bereits erkennbar: z. B. sind bedeutende Fachwerkgebäude bereits als „barrierefrei für Menschen mit Gehbehinderung" und „barrierefrei für Rollstuhlfahrer" im Rahmen von „Reisen für Alle" zertifiziert. Außerdem wurde bei der Umgestaltung der Fußgängerzone Augenmerk auf eine barrierefreie Nutzbarkeit gelegt (ebenerdige Fußgängerzone, Geschäfte weitestgehend barrierefrei). Andere wichtige Einrichtungen sind noch nicht konsequent barrierefrei. Um Gäste schon vor Reiseantritt auf barrierefreie Einrichtungen und Angebote hinzuweisen, sollten diese in den Gastgeberverzeichnissen und Angebotsbroschüren entsprechend markiert werden. Eine Zertifizierung weiterer touristischer Einrichtungen bzw. Leistungsträger mit „Reisen für Alle" ist anzustreben. Als Anpassung an den demografischen Wandel wird in ganz Deutschland am Ausbau barrierefreier Angebote und Infrastrukturen gearbeitet. Für Ältere und Menschen mit Handicap, aber auch z. B. für Familien mit Kinderwagen, sind diese besonders wichtig. Das Zertifikat „Reisen für Alle" setzt auf bundeseinheitliche Zertifizierungskriterien. Das sorgt für Transparenz und erleichtert Gästen, die auf barrierefreie Angebote angewiesen sind, ihre Reisevorbereitung und erhöht die Aufenthaltsqualität.
Beispiel	Das Altstadtmodell aus Bronze mit Blindenschrift in Erfurt zeigt, wie barrierefreie Angebote zu wertvollen Infrastrukturen im Stadtraum werden. Quelle: BTE
Bearbeitungsstand	In Duderstadt bereits zum Teil realisiert
Zeitbedarf	Hoch
Finanzierungsbedarf	Hoch
Zuständigkeit	Verwaltung der Städte

(3) Maßnahmen zu Qualität, Service und Organisation	
3-5 Verkehr und Anbindung im Fachwerk5Eck	
Zeithorizont	Langfristig
Priorität	Gering
Ziel/Potenzial	Wettbewerbsvorteil durch Ausrichtung auf e-Mobilität schaffen und nachhaltige Entwicklung stützen.
Wiederholung	Einmalig
Beschreibung	**Verkehr und Anbindung in der Fachwerkregion** Zur Verbesserung der Anbindung wird empfohlen, **innovative Mobilitätsangebote** und **E-Mobilität** im Fachwerk5Eck fördern. Dazu gehören: ▪ Ladestationen für Elektroautos und Fahrräder bei Fachwerkhighlights / Unterkünften ▪ E-Motorrad-Projekte unterstützen, Kooperation mit Anbietern, Ausweitung des Angebotes ▪ Verleihstellen für Fahrräder, E-Bikes und E-Motorräder ▪ Vernetzungsprojekte berücksichtigen ▪ Bahn / ÖPV + intelligentes Park und Ride + unkomplizierte Leih- / Sharingsysteme ▪ Mobilitätsangebote im Rahmen übergreifender Veranstaltungen

Beispiel	Beispiel Werfenweng – Besonderheiten;
	▪ Modellort für sanfte Mobilität (SAMO)
	▪ Mobilitätsgarantie vor Ort
	▪ Werfenweng-Shuttle: Transfer vom und zum Bahnhof – gratis
	▪ Elois: Taxi innerhalb von Werfenweng täglich 9-22 Uhr – gratis
	▪ Autovermietung:
	  ▪ Biogas-Auto „Grashüpfer" – gratis
	  ▪ E-Autos „Smile-E" – gratis
	▪ Fahrradverleih: Mountainbikes, Fahrräder
	  ▪ Kinderräder – gratis
	▪ Spaß-Fahrräder: Liegeräder, Tandemräder
	  ▪ Gaudiradl – gratis
	▪ Fun-E-Fahrzeuge: Arrow, Biga, E-Fahrrad Alpine Flyer, Segway, E-Scooter – gratis
	 
	
	Quelle: www.werfenweng.org/de/sanfte-mobilitaet

Bearbeitungsstand	Osterode bereits gut mit E-Ladestationen ausgestattet, außerdem einige in Northeim und Einbeck
Zeitbedarf	Hoch
Finanzierungsbedarf	Hoch
Zuständigkeit	Kommunen, Bürgermeisterrunde der fünf Städte, Transportunternehmen, Anbieter E-Produkte, Stadtwerke, etc.

(3) Maßnahmen zu Qualität, Service und Organisation	
3-6 Sensibilisierung und Unterstützung von Leistungsträgern und Gästeführern	
Zeithorizont	Langfristig, dauerhaft bzw. periodisch wiederkehrend
Priorität	Hoch
Ziel/Potenzial	Qualifizierung der am touristischen Produkt Beteiligten, um das touristische Produkt zu verbessern.
Wiederholung	Einmalig

Beschreibung	**Leistungsträger fördern und entwickeln**
	Tourismus muss v. a. von der Basis aus getragen werden. Dazu ist eine Einbindung und Zusammenarbeit mit den touristischen Leistungsträgern notwendig. Zur Unterstützung der Arbeit werden folgende Maßnahmen empfohlen:
	
	▪ **Sensibilisierung der Anbieter** für die Themen
	  ▪ zertifizierte Qualität
	  ▪ Zielgruppenausrichtung
	  ▪ Fachwerkerbe
	
	▪ **Produktentwicklung der Anbieter unterstützen**
	  ▪ z. B. durch Produktworkshop, Leitfäden, etc.
	
	▪ **Vernetzung zwischen den Anbietern** fördern
	  ▪ Z. B. durch einen Fachwerk-Stammtisch
	
	▪ **Schulungen der Gästeführer**
	  ▪ Sprachfortbildungen für Gästeführer in Englisch für Geschäftsreisende und Stop-Over-Gäste (z. B. über Volkshochschulen)
	  ▪ Fortbildungen für Gästeführer zum Erfassen des gesamten Fachwerk5Eck Zusammenhangs
	  ▪ Gästeführungen für Gästeführer: Kennenlernen der anderen Städte und der Kollegen. (Idee: was man gesehen und erlebt hat, kann man besser weiterempfehlen)

Bearbeitungsstand	1. Gästeführer-Workshop am 28.10.2016 durchgeführt, 1. Gästeführung für Gästeführer hat stattgefunden (Feb 2017), weitere sind geplant. Folgeveranstaltung Feb 2017 geplant; dauerhaft zu etablieren und nach Bedarf weiterzuentwickeln
Zeitbedarf	Gering
Finanzierungsbedarf	Gering
Zuständigkeit	Tourismusverantwortliche in den Städten

(3) Maßnahmen zu Qualität, Service und Organisation	
3-7 Organisation von Arbeitsstrukturen, Aufgabenverteilung und Kooperationen	
Zeithorizont	Kurzfristig und einmalig
Priorität	Hoch
Ziel/Potenzial	Sicherung von aufgebauten Arbeitsstrukturen und der Kooperationen über die Förderperiode hinaus.
Wiederholung	Einmalig
Beschreibung	**Organisation und Aufgabenteilung** (siehe Kap. 6) ▪ Mittel- bis langfristige Sicherung der übergreifenden Arbeit ▪ Arbeitsstrukturen und Aufgaben der Zusammenarbeit festlegen ▪ Finanzierung für die Zukunft nach der Förderperiode klären Die Tourismusarbeit kann nicht im Rahmen bestehender Ressourcen bewältigt werden. Es bedarf einer angemessenen Ausstattung, um die aufgeführten Maßnahmen umzusetzen. Naheliegend ist es, die zusätzliche Leistung einer geeigneten, bestehenden Organisation zu übertragen. Die Bearbeitung, Organisation und Koordination der vorliegenden Maßnahmen bedarf eine personelle Gestaltung (je nach Intensität der Arbeit) von mind. 1,5 Fachkräften. BTE empfiehlt die Besetzung mind. einer Stelle durch eine Tourismusfachkraft. Ein genauer Aufgabenkatalog sollte im Vorfeld den Arbeitsumfang verdeutlichen. **Kooperationen aufbauen und weiterentwickeln** Mit umliegenden Tourismusregionen & mit Dachmarketingorganisationen (Weserbergland Tourismus e.V., Harzer Tourismusverband, HVE Eichsfeld Touristik e.V., Tourismus Marketing Niedersachsen (TMN)
Beispiel	Verschiedene Beispiele zur touristischen Organisation werden in Kap. 6.1 (Benchmark Netzwerkgestaltung im Tourismus) aufgezeigt. Nachfolgend wird ein Beispiel für eine Kostenkalkulation für die touristische Arbeit einer Tourismusregion in Minimalausstattung mit 1,5 Stellen bei Erweiterung einer bestehenden Organisation (oder Anstellung bei Landkreis, Gemeinde,...) verdeutlicht:

	jährliche Kosten
1/1 Stelle für Organisation der Tourismusarbeit Rechenbasis: Monatsgehalt (1/1-Stelle) basierend auf Entgeltgruppe 10 bis 12 TVöD, Stufe 2 bis 3, AN brutto = 3.500 € zzgl. AG-Anteile = 4.200 € x 12,5 Monate	52.500 €
1/2 Stelle im Tourismusbüro - Rechenbasis: Monatsgehalt basierend auf Entgeltgruppe 6 TVöD, Stufe 6, AN brutto = 1.500,- € zzgl. AG-Anteile = 1.800,- € x 12,5 Monate	22.500 €
anteilige Sach- und Gemeinkosten (pauschal, Verhandlungssache: Raummiete, Heizung, Versicherung, Grundkosten Infrastruktur	0 bis 5.000 €
Verbrauchsmaterial, Reisekosten, Honorierung des Aufwandes der Arbeit in Arbeitsgruppen, z. B. Übernahme von Reisekosten, ggf. geringe „Sitzungsgelder"	5.000 € bis 10.000 €
Tourismusleistungen gem. Produktentwicklung, Lobbyarbeit, Vertretung in Kooperationen, Pflege und Entwicklung der Internetseite, gemeinsame Prospekte, Pressearbeit, Veranstaltungen, Aktivitäten	20.000 € bis 50.000 €
Außenmarketing durch Partner zusätzliche Bewerbung von Produkten/Angeboten	5.000 € bis 20.000 €
Summe Kosten für die weiterführende Basisarbeit; (die Umsetzung der beschriebenen Maßnahmen kostet zusätzlich)	min 105.000 € bis 160.000 €

Bearbeitungsstand	Noch nicht begonnen
Zeitbedarf	Mittel
Finanzierungsbedarf	Mittel, mind. 1 zusätzliche Stelle Fachkraft Tourismus in der Geschäftsstelle finanzieren, die koordinierende Aufgaben übernimmt, Events organisiert und Messeauftritte übernimmt, ebenso wie die Koordination mit Partnern, wie Destinationen und Deutsche Fachwerkstraße
Zuständigkeit	Geschäftsstelle und Bürgermeisterrunde der fünf Städte