



Bonn · Leipzig · Lübeck · München · Ried (A) · Stuttgart

Strukturanalyse Tourismus Lahn-Dill-Bergland



Projekt im Rahmen der Gemeinschaftsinitiative LEADER+

| [Stadtmarketing](#) |

| [Regionalmarketing](#) |

| [City-Management](#) |

| [Stadtentwicklung](#) |

| [Tourismusentwicklung](#) |

| [Markt- und Strukturanalysen](#) |

| [Standortmarketing](#) |

Bearbeitung:

Dipl.-Geogr. Michael Seidel

Mag. Roland Murauer

München, 10. Januar 2005

CIMA Stadtmarketing
Gesellschaft für gewerbliches und
kommunales Marketing mbH
[Büro München](#)

Brienner Straße 45
D-80333 München

Tel.: 089- 55 118 154

Fax: 089- 542 06 07

e-mail: cima.muenchen@cima.de

Internet: www.cima.de

Inhaltsverzeichnis

	Seite
1. Aufgabenstellung	1
2. Untersuchungsaufbau	2
3. Touristische Strukturanalyse	3
4. Touristische Gesamtpositionierung	17
5. Schlüsselprojekt-Entwicklung	21
5.1 Schlüsselprojekte zur Weiterverfolgung der Positionierungs-Strategie in Richtung „Wandern“	23
5.2 Schlüsselprojekte zur Initiierung eines exogenen Projektentwicklungsimpuls	29
5.3 Schlüsselprojekte zur Vernetzung und zum Ausbau bestehender endogener Potentiale	35
5.4 Schlüsselprojekte zur Begleitung der Positionierung durch Marketing-Maßnahmen	51
6. Örtliche Profilierungsstrategien	61
7. Empfehlung zur Umsetzung der Strukturanalyse	67

1. Aufgabenstellung

Die CIMA GmbH wurde vom Verein Region Lahn-Dill-Bergland e.V. beauftragt, eine Strukturanalyse für die Region Lahn-Dill-Bergland mit Bezug auf die vier Tourismusefelder Wandern, Reitwandern bzw. Reittourismus, Radwandern und Gesundheitstourismus zu erstellen.

Die Strukturanalyse hat die Aufgabe, eine Entscheidung über die weitere touristische Positionierung der Region Lahn-Dill-Bergland zu ermöglichen sowie wesentliche Projektvorschläge zu Umsetzungsmaßnahmen („Schlüsselprojekte“) zur Erreichung dieser Positionierung zu liefern. Dabei sind die insgesamt 19 der Region angehörenden Städte und Gemeinden, davon 14 zur Leader+-Förderregion gehörig, dahingehend zu berücksichtigen, dass jeder Stadt bzw. Gemeinde zur Durchführung einer eigenen örtlichen Profilierungsstrategie einzelne Umsetzungsmaßnahmen zugewiesen werden. Die einzelnen örtlichen Profilierungsstrategien können sich so in die Gesamtpositionierung der Region einfügen und diese nachhaltig unterstützen.

Aufbauend auf den Ergebnissen der Analyse können die jeweiligen kommunal- und regionalpolitischen Entscheidungsträger spezifische Umsetzungsschritte zur Realisierung der jeweiligen Projektvorschläge einleiten.

2. Untersuchungsaufbau

Die „Strukturanalyse Region Lahn-Dill-Bergland“ unterteilt sich in drei wesentliche Abschnitte:

- Teil 1 Touristische Strukturanalyse,
- Teil 2 Touristische Gesamtpositionierung,
- Teil 3 Schlüsselprojekt-Entwicklung.

Der erste Projektabschnitt beinhaltet die Übersicht der in den Einzelgemeinden der Region Lahn-Dill-Bergland vorhandenen touristischen Potentiale für die Tourismusefelder Wandern, Reitwandern bzw. Reittourismus, Radwandern und Gesundheitstourismus.

Im zweiten Projektteil wird eine touristische Gesamtpositionierung für die Region Lahn-Dill-Bergland empfohlen, die sich wiederum auf die Tourismusefelder Wandern, Reitwandern bzw. Reittourismus, Radwandern und Gesundheitstourismus bezieht.

Im dritten Projektabschnitt entwirft das Gutachterteam einen Masterplan, der für die kurz-, mittel- und langfristige touristische Entwicklung der Gesamtregion und der ihr angehörenden Einzelgemeinden eine wesentliche Bedeutung haben („Schlüsselprojekte“). Die Darstellung der einzelnen Projekte erfolgt in Form von Maßnahmenblättern, welche die Umsetzungsempfehlung zur Strukturanalyse darstellen.

Gemäß der Intention des Auftraggebers wurden während der gesamten Projektbearbeitung die regionalen und lokalen politischen, administrativen und touristischen Entscheidungsträger in die Positionierungs- und Projektfindungsphase eingebunden.

Bei der Ausgestaltung und Ausarbeitung der Maßnahmen und Projekte wurden überdies die folgenden Prämissen von Seiten des Gutachterteams angelegt:

- Regionaler Bezug bzw. Bedeutung,
- Nutzen und Synergieeffekte für die gesamte Region Lahn-Dill-Bergland,
- Möglichst vernetzte und interdisziplinäre Wirkung,
- Realistische Umsetzbarkeit der Maßnahmen und Projekte.

3. Touristische Strukturanalyse

Die Ergebnisse der touristischen Strukturanalyse für die jeweiligen Städte und Gemeinden sind im Folgenden auf die Tourismusefelder Wandern, Reitwandern bzw. Reittourismus, Radwandern und Gesundheitstourismus bezogen dargestellt. Hierbei sind die wesentlichen infrastrukturellen Einrichtungen aufgeführt und um sonstige touristische Attraktionen oder Besonderheiten ergänzt:

Gemeinde Angelburg

Wandern

- Lage am „Philippspfad“
- Lage am „Steffenberger Höhenweg“
- Lage am „Oberhessen-Rundweg“
- Lage am „Endbacher Höhenring“
- Lage am „Hessenweg 1“
- Lage am „Uplandweg“
- Natur- und Erlebnispfad

Radwandern

- Lage am Bad Endbach-Radweg „Grubenweg“
- Lage am „Seen-Radweg“
- Radfahrer-Servicestation

Reittourismus

- Haflingerhof Müller
- Reit- und Fahrverein Angelburg
- Angelburger Kutschfahrten

Gesundheitstourismus

- Keine wesentlichen Angebote

Sonstige touristische Attraktionen und Besonderheiten

- Schnapsbrennerei Lixfeld
- Kunst- und Kulturhaus

Gemeinde Bad Endbach

Wandern

- 5 Erlebnispfade (Barfuß-, Schmetterling-, Wald-Pfad etc.)
- Grill- und Schutzhütten
- 260 km Wanderwege in der gesamten Gemeinde
- Bad Endbacher Wander-Marathon
- ausgebildete Landschaftsführer
- Wanderpauschalen und Wanderwochen

Radwandern

- Radfahrer-Servicestation
- Rad-Verleih
- Kartenmaterial (Kurverwaltung)
- Lage an allen „Bad Endbach-Radwegen“
- Lage am „Salzböde-Radweg“
- Lage am „Seen-Radweg“

Reittourismus

- Engagierter Reit- und Fahrverein Günterod
- Mehrere Pferdebetriebe in Günterod (inkl. Verleih, Kutschfahrten), Bad Endbach und Hartenrod
- Gut ausgebautes Reitwegenetz
- Zahlreiche auf Pferdehaltung spezialisierte Nebenerwerbsbetriebe
- Kutschfahrten Zimmermann in Bottenhorn
- Flyer mit Reitwegvorschlägen ist in Arbeit

Gesundheitstourismus

- Therapiezentrum Koller im Kurmittelhaus
- Bergland-Klinik
- Rheumazentrum Mittelhessen
- mehrere Kurhäuser
- Pauschalangebote für Gesundheit und Wellness,
- stationäre und ambulante Rehabilitation
- Hallenbad mit Innen- und Außenbecken, Saunalandschaft, Dampfbäder, Solarien
- Heilwasserausschank
- Erfolgreiche Thermalwasser/Heilwasser-Bohrung

Sonstige touristische Attraktionen und Besonderheiten

- Breite Übernachtungsmöglichkeiten,
- Kunst- und Kulturhaus,
- Heimatmuseum Wommelshausen
- tägliches Gästeprogramm (Kurkonzert jeden Sonntag von April bis Oktober)
- kulturelle Angebote
- Musiktage im September
- Senioren-Aktiv-Woche im Mai

Stadt Biedenkopf

Wandern

- Sackpfeife mit zeitweise bewirtschafteter Schutzhütte am Aussichtsturm
- Berggaststätte ganzjährig bewirtschaftet
- 360 km Wanderwege
- Lage an folgenden überregionalen Wanderwegen:
 - Strumpfweg
 - Marburger Weg
 - Hessenwege (X1, X 10)
 - Astenweg (X 14)
 - Schieferweg (X 23)
 - OHGV Rundweg (X 25)
 - Lahn Höhenweg

Radwandern

- Lage am „Lahntal-Radweg“
- Endpunkt „Seen-Radweg“
- Eigener Radfahrer-Flyer
- Radfahrer-Servicestation
- Lage an folgenden überregionalen Radwegen:
 - R 1, R 2, R 8

Reittourismus

- Reitanlage Ronzheimer in Katzenbach
- Reitplatz und Reithalle in Biedenkopf
- Kutschfahrten
- Reiten und Kutschfahrten in Dexbach (Gaststätte zur grünen Au)
- Ab 2005 „Reiten & Spielen“ im Freizeitzentrum Sackpfeife:
 - Ponyreiten, Reitstunden, therapeutisches Reiten

Gesundheitstourismus

- Keine wesentlichen Angebote

Sonstige touristische Attraktionen und Besonderheiten

- Freizeitzentrum Sackpfeife mit folgenden Sommernutzungen:
 - Superrutschbahn, Sessellift, Kinderspielplatz, Scooter, Streichelzoo, Reiten&Spielen
- Altstadt
- breite Übernachtungsmöglichkeiten
- Freibad Lahnauenbad
- Landgrafenschloß mit Hinterlandmuseum
- Perfstausee
- Eckelshausener Musiktage
- Grenzgangsfest

Gemeinde Bischoffen

Wandern

- Grill- und Schutzhütten
- Grünewaldsmühle
- Zahlreiche Wanderwege in der gesamten Gemeinde

Radwandern

- Freizeitinfostelle mit Kartenmaterial
- Lage am Bad Endbach-Radweg „Salzweg“
- Lage am Bad Endbach-Radweg „Aartal-Route“
- Lage am Bad Endbach-Radweg „Hohensolmser Land“
- Endpunkt „Seen-Radweg“

Reittourismus

- Reiterhof in Wilsbach
- Reitanlage Niederweidbach
- Reithalle Niederweidbach

Gesundheitstourismus

- Keine wesentlichen Angebote

Sonstige touristische Attraktionen und Besonderheiten

- Aartalsee inkl. Freibad
- Heimatmuseum Bischoffen
- Marienkirche Niederweidbach

Gemeinde Breidenbach

Wandern

- Zahlreiche Wanderwege in der gesamten Gemeinde

Radwandern

- Lage am „Seen-Radweg“
- Lage im Perftal

Reittourismus

- Reitanlage Oberdieten
- Reitanlage Hansel und Hof Daubach in Wolzhausen

Gesundheitstourismus

- Keine wesentlichen Angebote

Sonstige touristische Attraktionen und Besonderheiten

- Naturkundehaus
- Perfstausee

Gemeinde Dautphetal

Wandern

- Lage am „Sophien-Rundwanderweg“
- Lage am „Lahnhöhenweg“
- Lage am „Wollenbergweg“
- Rimberg mit zeitweise bewirtschafteter Schutzhütte

Radwandern

- Lage am „Lahntal-Radweg“
- Lage am Bad Endbach-Radweg „Natur-Tour“
- Radfahrer-Servicestationen

Reittourismus

- Rittergut Elmshausen
- Reitwanderverein Friedensdorf

Gesundheitstourismus

- Keine wesentlichen Angebote

Sonstige touristische Attraktionen und Besonderheiten

- Fachwerkbauten Holzhausen
- Kulturscheune
- Waldschwimmbad Holzhausen
- Aussichtsturm Rimberg

Gemeinde Dietzhöhlztal

Wandern

- „Montanhistorischer Wanderweg“,
- Anbindung zum Rothaarsteig

Radwandern

- Radwege des oberen Dietzhöhlztals
- Jährliches internationales Mountainbike-Downhill-Rennen

Reittourismus

- Keine wesentlichen Angebote

Gesundheitstourismus

- Keine wesentlichen Angebote

Sonstige touristische Attraktionen und Besonderheiten

- Haubergswirtschaft
- Freizeitpark Hammerweiher
- Ringwallanlage aus vorgermanischer Zeit

Stadt Dillenburg

Wandern

- „Montanhistorischer Wanderweg“
- Portal zum Rothaarsteig
- Oranierpfad
- Dill-Höhenweg
- Rundweg Dillenburg
- Lage am Schlösserweg (X19), Uplandweg (X15) und Bergbau-Wanderweg
- Schelderwaldweg
- Zahlreiche Schutzhütten an den Wanderwegen
- Alte Rheinstrasse
- Campingplatz Meerbornsheide
- Waldlehrpfade

Radwandern

- Lage am Bad Endbach-Radweg „Schelderwald“
- Lage am Dill – Radweg
- Lage am Fernradweg R8

Reittourismus

- Hessisches Landgestüt
- Kutschfahrten
- Kutschenführerschein
- Deckstation
- Reit- und Fahrschule
- Einspännerturnier
- Kutschenmuseum
- Friesenfest
- Ponyhof Schild in Niederscheld

Gesundheitstourismus

- Kleinradierwerk Eibach
- Heilquelle

Sonstige touristische Attraktionen und Besonderheiten

- Schlossberg mit Wilhelmsturm und Kasematten
- Museum „Villa Grün“
- Erlebnisbad „Aquarena, das Sport- und Familienbad in Dillenburg“
- Kirchenruine Feldbacher Hof
- Bismarck-Tempel
- 18-Loch-Golfplatz
- Besucherstollen Ypsilanta
- Ringwall am Heunstein
- Lachsansiedlung an der Dill
- Tierpark Donsbach
- Hengstparade des Landgestüts, Jazz- Weekend als bedeutende Veranstaltungen
- Evangelische Stadtkirche
- Ruine „Althaus“
- Oranienstadt und mitglied der Deutschen Fachwerkstraße
- Altstadtführungen

Gemeinde Ehringshausen**Wandern**

- Zahlreiche Wanderwege in der gesamten Gemeinde
- Grill- und Schutzhütten
- Historischer Hugenottenwanderweg
- Wanderfreunde Katzenfurt

Radwandern

- Gut ausgeschildertes Radwegnetz z.B. entlang der Dill

Reittourismus

- Hoffmanns Reithalle (vgl. Sinn)
- Reiterhof
- Reit- und Fahrverein Ehringshausen

Gesundheitstourismus

- Keine wesentlichen Angebote

Sonstige touristische Attraktionen und Besonderheiten

- Heimatmuseum Ehringshausen
- Heimat- und Kulturmuseum Breitenbach
- Hallenbad

Gemeinde Eschenburg

Wandern

- „Montanhistorischer Wanderweg“ mit mittelalterlicher Waldschmiede Wissenbach
- Lage am „Landgraf-Philipp-Pfad“
- zahlreiche Wege rund um die Angelburg
- Waldlehrpfad Eibelshausen

Radwandern

- Lage am Bad Endbach-Radweg „Burgenweg“
- Lage am Bad Endbach-Radweg „Mühlenweg“
- Radfahrgruppe "Hinterländer Mountainbiker“

Reittourismus

- Reitanlage Kost in Hirzenhain
- Reitstall Münker
- Reit- und Fahrverein
- Zahlreiche private Pferdehalter sowie Reit- und Fahrverein in Eiershausen
- Pferdetrainer Pfister in Eibelshausen, (Kurse inkl. Pension für Pferd und Reiter)

Gesundheitstourismus

- Freizeitbad "Panoramablick" inkl. Römischen Dampfbad und angegliederter Physiotherapie-Praxis

Sonstige touristische Attraktionen und Besonderheiten

- Segelfliegerclub in Hirzenhain
- Haubergswirtschaft
- Museum für Bergbau und Technik
- Mittelalterliche Schmiede Wissenbach (s.o)
- „Altes Mühlchen“ Eiershausen
- Heimatmuseum Eibelshausen
- Naturdenkmal Phillipsbuche
- Feuchtbiotop Lohmühlenweiher

Stadt Gladenbach

Wandern

- Zahlreiche Wanderwege in der gesamten Gemeinde

Radwandern

- Lage am Bad Endbach-Radweg „Salzweg“
- Lage am Bad Endbach-Radweg „Burgenweg“
- Lage am Bad Endbach-Radweg „Natur-Tour“
- Lage am Bad Endbach-Radweg „Allna-Bergtal“
- Lage am „Salzböde-Radweg“
- Radfahrer-Servicestation

Reittourismus

- Reithalle
- Reitplatz
- Reitturnier

Gesundheitstourismus

- Kneipp-Heilbad
- Salzquellen könnten nutzbar gemacht werden (siehe auch: Gemeinde Lohra)

Sonstige touristische Attraktionen und Besonderheiten

- Breite Übernachtungsmöglichkeiten
- Freizeitbad „Nautilust“
- Kirschenmarkt, Heißluftballon-Treffen, Tanzgala als bedeutende Veranstaltungen

Stadt Haiger

Wandern

- Anbindung zum Rothaarsteig
- Ausgeschilderte Rundwanderwege,
- Grill- und Schutzhütten

Radwandern

- Lage am „Städtenetz-Radweg“

Reittourismus

- Reitverein in Allendorf und Rodenbach

Gesundheitstourismus

- Keine wesentlichen Angebote

Sonstige touristische Attraktionen und Besonderheiten

- Haubergswirtschaft
- breite Übernachtungsmöglichkeiten
- Leinenmuseum
- Hallenbad
- Altstadtfest, Brauchtumsfest sowie Drachenfest
- Ausstellung über Keltenfunde

Stadt Herborn

Wandern

- Naturlehrpfad
- Anbindung zum Rothaarsteig
- Grill- und Schutzhütten
- ca. 300 km markierte Wanderwege des Westerwaldvereins

Radwandern

- Radfahrer-Servicestation
- Lage am Bad Endbach-Radweg „Aartal-Route“
- Lage am „Dill-Radweg“

Gesundheitstourismus

- Keine wesentlichen Angebote

Reittourismus

- Reitplatz
- Reitverein
- Reithalle

Sonstige touristische Attraktionen und Besonderheiten

- Altstadt
- Kulturscheune
- Wellen- und Freibad
- Vogelpark
- Heimatmuseum
- breite Übernachtungsmöglichkeiten
- Sommerfest, Weinfest, Martinimarkt als bedeutende Veranstaltungen

Gemeinde Hohenahr

Wandern

- Grill- und Schutzhütten
- Wander-Karten bei der Gemeinde
- Wanderwege in der gesamten Gemeinde
- Erlebnispfad in Planung

Radwandern

- Radwander-Karten bei der Gemeinde
- Lage am Bad Endbach-Radweg „Hohensolmser Land“

Reittourismus

- Reitgelände Erda/Hohenahr
- Reitgelände Großaltenstädten
- Pferdezucht Lohmühle
- Reithalle am Aartalsee

Gesundheitstourismus

- Keine wesentlichen Angebote

Sonstige touristische Attraktionen und Besonderheiten

- Aartalsee
- Burg Hohensolms
- Waldschwimmbad
- Großaltenstädten mit Events (Open-Air)
- Bogenschützenverein
- Dünsberg mit Aussichtsturm (jährlich bis zu 100.000 Besucher, u.a. wegen der Keltischen Ausgrabungen und dem neu errichteten Keltentor)
- Altenberg

Gemeinde Lohra

Wandern

- Lage am Salzbödepfad
- Lage am Elisabethpfad
- Lage am „Oberhessen-Rundweg“

Radwandern

- Lage am Bad Endbach-Radweg „Salzweg“
- Lage am Bad Endbach-Radweg „Mühlenweg“

Reittourismus

- Keine wesentlichen Angebote

Gesundheitstourismus

- Salzquellen könnten nutzbar gemacht werden (siehe auch: Gladenbach)

Sonstige touristische Attraktionen und Besonderheiten

- Naturkundehaus
- Waldschwimmbad

Gemeinde Mittenaar

Wandern

- Grill- und Schutzhütten
- Wanderwege in der gesamten Gemeinde

Radwandern

- Lage am Bad Endbach-Radweg „Aartal-Route“
- Radfahrer-Servicestation

Reittourismus

- Reithalle und Pferdepension in Bellersdorf
- Mehrere markierte Reitwege
- Reit- und Fahrverein „Aar“

Gesundheitstourismus

- Keine wesentlichen Angebote

Sonstige touristische Attraktionen und Besonderheiten

- Vielfältige Übernachtungsmöglichkeiten,
- Kirche Ballersbach mit historischer Wandmalerei
- Heimatmuseen in Bicken und Offenbach
- Haahepper Open air-Rockfestival als bedeutende Veranstaltung

Gemeinde Siegbach

Wandern

- Grill- und Schutzhütten
- Ferienlager in Oberndorf und Tringenstein
- Wanderwege in der gesamten Gemeinde
- Wanderweg „Hohe Straße“

Radwandern

- Lage am Bad Endbach-Radweg „Grubenweg“
- Lage am Bad Endbach-Radweg „Schelderwald“
- Lage am Seen-Radweg

Reittourismus

- Keine wesentlichen Angebote

Gesundheitstourismus

- Keine wesentlichen Angebote

Sonstige touristische Attraktionen und Besonderheiten

- Naturerlebnisbad Eisenroth
- Wilhelmsteine
- Heimatmuseen in Übernthal und Tringenstein
- Schlossberg Tringenstein mit Miniaturdarstellung der dort nur noch als Ruine bestehenden Burg

Gemeinde Sinn

Wandern

- Indirekte Anbindung zum Rothaarstieg
- Grillhütten

Radwandern

- Lage am „Dill-Radweg“

Reittourismus

- Hoffmanns Reithalle

Gesundheitstourismus

- Keine wesentlichen Angebote

Sonstige touristische Attraktionen und Besonderheiten

- Waldschwimmbad
- Glockengießerei und Glocken-Museum (Gemeinde Greifenstein)

Gemeinde Steffenberg

Wandern

- Lage am „Philippspfad“
- Lage am „Steffenberger Höhenweg“
- Lage am Hessenweg 1
- Steffenberger Hütten- und Höhenweg
- Wanderwege in der gesamten Gemeinde
- OHGV-Hütte,
- Schutzhütten

Radwandern

- Lage am „Seen-Radweg“

Reittourismus

- Kutschfahrten Schwarz in Niedereisenhausen

Gesundheitstourismus

- Keine wesentlichen Angebote

Sonstige touristische Attraktionen und Besonderheiten



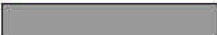
- Camping
- Schwimmbad
- Heimatmuseum in Obereisenhausen
- Fachwerkkapelle in Steinperf
- Backhaus Obereisenhausen (wird noch durch Brauchtumsgruppe genutzt)
- Mosterei in Niederhörden

Zusammenfassende Bewertungsmatrix

Die Bewertung der in der vorangegangenen Aufstellung gesammelten Infrastrukturen nach Tourismusefeldern in der Region Lahn-Dill-Bergland ergibt zusammenfassend das folgende Bild:

Städte und Gemeinden	Tourismusefelder				Sonstige touristische Attraktionen
	Wandern	Radwandern	Reit-tourismus	Gesundheits-tourismus	
Angelburg	überd.	durchs.	durchs.	unterd.	durchs.
Bad Endbach	überd.	überd.	überd.	überd.	durchs.
Biedenkopf	überd.	überd.	überd.	unterd.	überd.
Bischoffen	durchs.	durchs.	durchs.	unterd.	überd.
Breidenbach	durchs.	durchs.	durchs.	unterd.	durchs.
Dautphetal	überd.	durchs.	durchs.	unterd.	durchs.
Dietzhöztal	durchs.	unterd.	unterd.	unterd.	durchs.
(Dillenburg)	überd.	unterd.	überd.	durchs.	überd.
(Ehringshausen)	durchs.	unterd.	überd.	unterd.	durchs.
Eschenburg	durchs.	durchs.	überd.	durchs.	durchs.
Gladenbach	überd.	überd.	durchs.	durchs.	durchs.
(Haiger)	durchs.	unterd.	unterd.	unterd.	durchs.
(Herborn)	durchs.	durchs.	durchs.	unterd.	überd.
Hohenahr	durchs.	durchs.	überd.	unterd.	durchs.
Lohra	durchs.	durchs.	unterd.	unterd.	durchs.
Mittenaar	durchs.	durchs.	durchs.	unterd.	durchs.
Siegbach	überd.	durchs.	unterd.	unterd.	überd.
(Sinn)	durchs.	durchs.	überd.	unterd.	durchs.
Steffenberg	durchs.	durchs.	unterd.	unterd.	durchs.

* Gemeinden in (Klammern) gehören nicht zum Leader+ -Fördergebiet

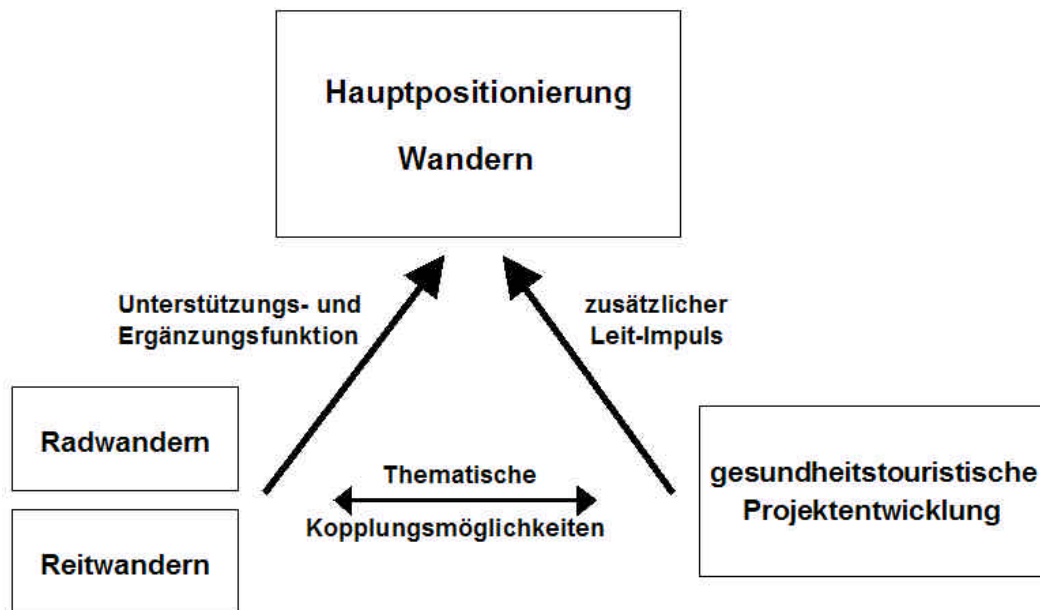
	überdurchschnittliche Infrastruktur-Ausstattung
	durchschnittliche Infrastruktur-Ausstattung
	unterdurchschnittliche Infrastruktur-Ausstattung

Im Bereich Wandern bestehen in allen Orten und im Bereich Radwandern sowie Reittourismus in den meisten Orten gute infrastrukturelle Ausstattungen. Nur im Bereich des Gesundheitstourismus sind überwiegend keine bis nur unterdurchschnittliche Infrastruktur-Ausstattungen vorhanden. Die ergänzend aufgenommenen sonstigen touristischen Attraktionen und Besonderheiten zeigen, dass auch hier Anknüpfungspunkte für eine weitere touristische Entwicklung vorhanden sind.

In touristischer Hinsicht besonders gut ausgestattet zeigen sich Bad Endbach, Biedenkopf, Dillenburg und Gladenbach.

4. Touristische Gesamtpositionierung

Die Touristische Gesamtpositionierung für die Region Lahn-Dill-Bergland auf Basis der zu untersuchenden Positionierungsfelder Wandern, Radwandern, Reitwandern bzw. Reittourismus sowie Gesundheitstourismus sollte nach Meinung des Gutachterteams mit Bezug auf die Ergebnisse der touristischen Strukturanalyse wie folgt vorgenommen werden:



1) Weiterverfolgung der Positionierungs-Strategie in Richtung „Wandern“

Sowohl die möglichen Ansatzpunkte bei den einzelnen Städten und Gemeinden der Region als auch die naturräumlichen und topographischen Gegebenheiten des Lahn-Dill-Berglands unterstützen eine auf das Thema „Wandern“ ausgerichtete Tourismus-Strategie.

Der überwiegende Teil derer, die sich für Wandern als Freizeit- oder Urlaubsaktivität interessieren, äußern ihre Ansprüche wie folgt:

- schöne Landschaft, weite Aussichten,
- Wanderpausen, Einkehren,
- familiäre Hotelatmosphäre,
- individuelle, aber vorgegebene Touren,
- am liebsten Tagestouren von durchschnittlich 15 km Länge,
- naturnahe Wege, natürliche Stille,
- zuverlässiges Wanderleitsystem,
- mittlere Höhen.

Somit liegt das Lahn-Dill-Bergland genau im „Trend“ und bietet dazu aufgrund der Dichte der Gemeinden ideale Voraussetzungen für attraktive Kombinationsmöglichkeiten:

- „Genuss-Wandern“ (mit Angeboten aus der Gastronomie)
- „Wandern light“ (mit Gepäcktransport durch die Beherbergungsunternehmen)
- „Wandern bildet“ (unter Einbezug der bestehenden Lehrpfade)
- „Kulturwandern“ (unter Einbezug der bestehenden Museen etc.)



Die Hauptpositionierung für den Tourismus in der Region Lahn-Dill-Bergland sollte daher auf den Tourismusbereich Wandern ausgerichtet werden.

2) Initiierung eines exogenen Projektentwicklungsimpuls

Zur Unterstützung der Etablierung des Lahn-Dill-Berglandes als bedeutende Wander-Destination erscheint es dem Gutachterteam notwendig, über einen exogenen Projektentwicklungsimpuls die touristische Bedeutung der Region zu heben und das Gesamtprofil zu schärfen. Das Thema dieser Projektentwicklung sollte mit dem Thema Wandern nicht nur harmonisieren, es sollte es unterstützen und die Positionierung der Region präzisieren. Unter Berücksichtigung der drei weiteren Profilierungsfelder Radwandern, Reittourismus und Gesundheitstourismus kann diese Funktion ideal durch den Gesundheitstourismus übernommen werden.



Es ist daher eine gesundheitstouristische Projektentwicklung zu empfehlen, die einen wesentlichen Leit-Impuls für die touristische Weiterentwicklung und Positionierung der Region liefern kann.

Im Endergebnis sollte sich die Region Lahn-Dill-Bergland so als Gesundheits- und Wanderregion etablieren.

Als Beispiel für eine solche impuls-gebende, gesundheitstouristische Projektentwicklung kann eine auf dem Thermalwasserfund in Bad Endbach basierende, mögliche „Lahn-Dill-Bergland-Therme“ genannt werden. Bei konsequenter gesundheitstouristischer Ausrichtung und gleichzeitiger Entwicklung einer gesundheitsmedizinischen Kernkompetenz in Bad Endbach, kann in einer solchen Projektentwicklung eine maßgebliche und touristisch wegweisende Infrastruktureinrichtung gesehen werden. Als für Bad Endbach wie für die Region stimmige gesundheitsmedizinische Kernkompetenzen können z.B. Kneipp (bestehende Kompetenzen, Kopplungsmöglichkeiten mit dem Thema Wandern), die Traditionelle Chinesische Medizin TCM (Kopplungsmöglichkeiten mit den Themen Bewegung und Natur) oder der Bereich Bewegungstherapie (Kopplungsmöglichkeiten mit den Themen Wandern, Radfahren und Reiten) genannt werden.

Zur aktuellen Bedeutung des Gesundheitstourismus auf der folgenden Seite ein kurzer Exkurs:

„Mega-Trend“ Gesundheitstourismus

Der heute gängige Begriff des Gesundheitsurlaubes subsumiert die verschiedensten Gesundheitsströmungen und vermochte sich in den letzten Jahren eine eigenständige und deutlich abgesetzte Position vom traditionellen und wenig zeitgemäßen Kuraufenthalt zu erwerben. Unterstützt von Medien, der Öffentlichkeit und privaten Organisationen, die sich seit einigen Jahren intensiv mit dem Wertewandel der Menschen und den daraus entstandenen Gesundheits-, Fitness- und Körperbewusstseinstrends auseinander setzen, konnten neue Marktsegmente geschaffen bzw. bereits vorhandene Gästeschichten für die Idee des gesunden Urlaubes sensibilisiert werden. Dieses touristische Marktsegment wird stark von Einstellungen geprägt, deren Ursprung in einem neu entdeckten Gesundheitsbewusstsein der Menschen liegt.

Der Begriff Gesundheitsurlaub beinhaltet neben dem traditionellen Kurbegriff eine Fülle neuer Strömungen. Der Unterschied des Gesundheitsurlauber zum Kurgast besteht grundsätzlich in der Art der Therapiekonsumation. Der moderne Gesundheits-Urlauber will keine Heilkur mit strengen Ge- und Verboten absolvieren, sondern will sich unter ärztlicher Aufsicht (z. B. Eingangsuntersuchung, Abschlussuntersuchung, Check up) einer seinen speziellen Bedürfnissen entsprechenden zwanglosen und freizügigen Behandlungsform hingeben.

Eine noch abgeschwächtere Form der Therapie wünschen sich die so genannten "lifestyle" Urlauber, bei denen es sich wie beim Gesundheitsurlauber um gesunde Menschen handelt, die gesund und fit bleiben oder gesünder werden wollen. Diese Gästegruppe hegt jedoch weder medizinische Ansprüche noch will sie unbedingt ärztliche Aufsicht; sie will sich vielmehr während des Urlaubes erholen, sich verwöhnen lassen und sich vom Stress des Alltages erholen.

Diese beiden letztgenannten Gruppen legen großen Wert auf eine ganzheitliche Betreuung - im Gegensatz zur punktuellen Behandlung der Kur - durch die der gewünschte Einklang von Körper, Geist und Seele ermöglicht werden soll. Dementsprechend wird der Urlaub einerseits als "Pause vom Ungesunden" oder als "Alternatives Leben auf Zeit" empfunden, andererseits werden jedoch auch Impulse für die Fortsetzung dieses gesunden Lebens im Alltag erwartet.

Folgende Entwicklungstendenzen sind im Bereich des Gesundheitstourismus absehbar:

- der Gesundheits- und Heiltourismus wird in Zukunft an Bedeutung gewinnen,
- Naturheilmethoden, Vorsorgebehandlungen und Gesundheitstraining werden besonders stark an Bedeutung gewinnen,
- Behandlungsmethoden, basierend auf örtlichen Heilmitteln, festigen einerseits ihren Stellenwert und werden andererseits auch an Bedeutung zunehmen,
- Klinische Methoden werden ihre bestehende Bedeutung beibehalten,
- Medikamentöse Therapien und Behandlungen mit stationären Aufenthalten werden zunehmend durch andere Leistungen substituiert werden,
- Der Bedarf an gesundheitsbezogener Information und Gesundheitsbildung wird steigen.

Die Themenbereiche Radwandern und Reitwandern bzw. Reittourismus sind für die weitere touristische Entwicklung der Region Lahn-Dill-Bergland keinesfalls unbedeutend, jedoch sollte die Hauptpositionierung nicht auf diese Bereiche ausgerichtet werden:



Die Themenbereiche Radwandern und Reitwandern bzw. Reittourismus sollten eine die Hauptpositionierung unterstützende und ergänzende Funktion einnehmen. Kopplungsmöglichkeiten im Rahmen der gesundheitsmedizinischen Ausrichtung sind zu nutzen.

3) Vernetzung und Ausbau bestehender endogener Potentiale

Die intelligente Entwicklung bzw. der Ausbau bestehender endogener Potentiale sowie die anschließende Vernetzung dieser Angebote sollten parallel zu den beschriebenen Schritten der touristischen Gesamtpositionierung erfolgen.

Wie die Ergebnisse der vorgenommenen touristischen Strukturanalyse zeigen, bestehen im Bereich Wandern in allen Orten und im Bereich Radwandern in den meisten Orten gute infrastrukturelle Ausstattungen, die ausreichende Anknüpfungspunkte für eine Weiterqualifizierung bieten. Auch im Bereich des Reittourismus ist in 14 von 19 Gemeinden (74 %) eine grundlegende Infrastruktur-Ausstattung vorhanden.

Lediglich im Bereich des Gesundheitstourismus sind im größten Teil der Gemeinden keine bis unterdurchschnittliche Infrastrukturen vorhanden.

4) Begleitung der Positionierung durch Marketing-Maßnahmen

Die Notwendigkeit des Einsatzes von Marketing-Maßnahmen zur erfolgreichen touristischen Positionierung der Region ist unbestritten: ohne ein entsprechendes überregionales Außenmarketing kann die Region und ihre touristische Positionierung nicht bekannt gemacht werden (im Sinne einer positiven Assoziation, wenn man den Namen Lahn-Dill-Bergland hört), ohne Innenmarketing zum Aufbau eines touristischen Bewusstseins in der Bevölkerung wird das Lahn-Dill-Bergland keine wirkliche Tourismusregion werden.

Die Frage nach den anzusprechenden Zielgruppen ergibt sich durch die gewählte Positionierung (Wandern: Durchschnittsalter 45 Jahre, sinkend; überdurchschnittliches Bildungsniveau und Einkommen; anspruchsvoll und individualistisch. Wellness-Aktive sind zu rd. 60% verheiratet, häufig mit Kindern und haben ebenfalls ein gehobenes soziodemographisches Profil), die nach der regionalen Streuung lässt sich mit dem Einzugsgebiet bis hin zu den Großräumen Rhein-Main und Rhein-Ruhr beantworten.

Daher werden im Rahmen der Schlüsselprojekt-Sammlung die Marketing-Instrumente, also die Art der durchzuführenden Maßnahmen aufgeführt. Dabei werden die „klassischen“ Marketing-Instrumente wie Image-Broschüren, Prospekte oder Internet-Auftritte nicht berücksichtigt: mit welchen Bildern und Texten im touristischen Bereich um die Region zu werben ist und welche Räume bzw. geographischen Bereiche zur positiven Darstellung der Region Lahn-Dill-Bergland verwendet werden sollten, sind Fragen, die im Zweifelsfall ein auf die vorliegende Strukturanalyse aufbauendes Marketingkonzept beantworten müsste.

5. Schlüsselprojekt-Entwicklung

Unter dem Begriff „Schlüsselprojekte“ sind jene Maßnahmen zu verstehen, welche

- maßgeblich dazu beitragen, die empfohlene Gesamtpositionierung zu erreichen,
- die touristische Attraktivität der Region und einzelner Städte und Gemeinden entscheidend ausbauen,
- wichtige Synergien innerhalb der Region bzw. zwischen den Städten und Gemeinden ermöglichen,
- deutliche Impulse für die touristischen Anbieter in der Region setzen,
- die Zusammenarbeit regionsintern und interkommunal vertiefen,
- eine schonende touristische Nutzung der naturräumlichen Ressourcen bedeuten.

Die Darstellung der einzelnen Projekte erfolgt in Form von Maßnahmenblättern, welche die Umsetzungsempfehlung zur „*Strukturanalyse Region Lahn-Dill-Bergland*“ darstellen.

Um das umsetzungs- und maßnahmenorientierte Arbeiten zu fördern, sind die Maßnahmenblätter der einzelnen Schlüsselprojekte nach den Feldern der Gesamtpositionierung gegliedert:

- Weiterverfolgung der Positionierungs-Strategie in Richtung „Wandern“
- Initiierung eines exogenen Projektentwicklungsimpuls
- Vernetzung und Ausbau bestehender endogener Potentiale
- Begleitung der Positionierung durch Marketing-Maßnahmen

In der an die Strukturanalyse anschließenden Umsetzungsphase können die Maßnahmenblätter als wesentlicher Bestandteil eines Umsetzungs-Handbuchs fungieren. Da im Laufe der Umsetzung der Strukturanalyse weitere Projektideen erarbeitet werden, welche die Schlüsselprojekte ergänzen, ist ein solches Umsetzungs-Handbuch als dynamisch und erweiterungsfähig zu betrachten.

Die im Folgenden dargestellten Maßnahmenblätter zu den einzelnen Schlüsselprojekten sind wie folgt aufgebaut:

- 1.) Projektnummer und Bezeichnung des Projektes
Die Nummerierung bedeutet keine Priorisierung, sondern erfolgt, um die Einzelprojekte später leichter zuordnen zu können;
- 2.) Standortraum/-gemeinden
Räumlicher Bezug: regional oder auf Einzelgemeinden bezogen;
- 3.) Projektbeschreibung
Erläuterung der vorzusehenden Projektinhalte;
- 4.) Projektplanungshorizont
Einschätzung der Umsetzungsdauer und Angabe der Fristigkeit;
- 5.) Projektinitiierungsverantwortung
Von welcher Institution das Projekt in die Wege geleitet werden sollte;
- 6.) Projektträger
Von welcher Institution das Projekt federführend betreut werden sollte;
- 7.) Idealtypischer Projektgrobablaufplan
Grobe Angabe der notwendigen Einzelschritte zur Umsetzung des Projektes;
- 8.) Projektkostenabschätzung
An dieser Stelle wird entweder eine Schätzung in Euro angegeben, oder es wird auf die zu erwartenden Kostenblöcke verwiesen. In Einzelfällen ist eine Kostenschätzung im Voraus erst nach Klärung wesentlicher Rahmendaten möglich;
- 9.) Angestrebte Projektfinanzierung/-partner
Wer ist für die Finanzierung zuständig und welche Finanzierungspartner können angesprochen werden;
- 10.) Mögliche Kooperationspartner
Wer oder welche Institution könnte aufgrund des Projekt-Themas an einer Kooperation interessiert sein.

5.1 Schlüsselprojekte zur Weiterverfolgung der Positionierungsstrategie in Richtung „Wandern“

Schlüsselprojekt 1: Zertifizierung des geplanten Wegenetzes der „Extratouren“ zwischen Rothaarsteig und Lahn-Höhenweg	
Standortraum/-gemeinden:	
Region Lahn-Dill-Bergland	
Projektbeschreibung:	
<p>Bei der Einrichtung des „Lahn-Dill-Bergland-Pfads“ sowie der 12 geplanten „Extra-Touren“ ist die angestrebte Zertifizierung vom Planungsbeginn an in die Überlegungen zu Wegeführung und -ausgestaltung einzubeziehen. Während der „Lahn-Dill-Bergland-Pfad“ eine direkte Verbindung zwischen den beiden Fernwanderwegen Rothaarsteig (Länge über 200 km) und Lahn-Höhenweg (Länge über 290 km) herstellen wird, sollen die als kürzere Rundwanderwege geplanten „Extra-Touren“ eine Art verbindendes Netz zwischen Rothaarsteig und Lahn-Höhenweg bilden.</p> <p>Unter dem Label "Deutsches Wandersiegel - Premiumweg" hat das Deutsche Wanderinstitut einen differenzierten Kriterienkatalog entwickelt, der es erlaubt, die Stärken und Schwächen eines Wanderweges möglichst genau und objektiv zu erfassen. Es enthält Qualitätskriterien für eine wettbewerbsfähige Wanderinfrastruktur, welche die Wanderwege selbst sowie ihr Umfeld bewerten. Auf dem Prüfstand stehen dabei Qualitäten wie Naturnähe und Stille, Aussichten, Ziele und Sehenswürdigkeiten sowie Einkehrmöglichkeiten. Nicht zuletzt wird das Wegeformat und das Wanderleitsystem des Weges unter die Lupe genommen. Das Wandersiegel macht die Qualität eines Wanderweges quantitativ messbar, doch bestehen zwei Wegezertifizierungssysteme („Deutsches Wandersiegel“ und „Qualitätsweg Wanderbares Deutschland“), die zum Teil vergleichbare Ansprüche stellen. Das "Wandersiegel-Premium" steht in seinen Zertifizierungsansprüchen noch etwas höher als der "Qualitätsweg", doch wird das Wandersiegel mittlerweile auch in einer etwas weniger anspruchsvollen Variante als Qualitätssiegel "Deutsches Wandersiegel - Klassikweg" vergeben.</p> <p>Wie das Beispiel des jüngst als „Premiumweg“ prämierten, nur rd. 16 km langen Rundwanderweges „Burgwaldtour Christenberg“ zeigt, können sich nicht nur Fern- bzw. Weitwanderwege der Zertifizierung unterziehen.</p>	
Projektplanungshorizont:	Projektinitiierungsverantwortung:
Da die Zertifizierung mit der Errichtung der Wege zusammenhängt, ist die Umsetzbarkeit als mittelfristig einzustufen (ca. 1 bis 4 Jahre)	Verein Region Lahn-Dill-Bergland e.V.
Projektträger:	
Verein Region Lahn-Dill-Bergland e.V.	

Idealtypischer Projektgrobablaufplan:	
<ol style="list-style-type: none"> 1. Entscheidung für eine der angebotenen Zertifizierungen 2. Gründung einer Projektumsetzungsgruppe 3. Ausarbeitung einer groben Routenführung der Wege unter Berücksichtigung der im Rahmen der Zertifizierung geforderten Kriterien wie Landschaftsbild, Aussichtspunkte und kulturelles Umfeld etc. 4. Start der Detailplanung in Abstimmung mit den im Rahmen der Zertifizierung geforderten Feinkriterien wie Wegebeschaffenheit, Markierung, Sitzgelegenheiten etc. 5. Umsetzung der Detailplanung 	
Projektkostenabschätzung:	
<p>Die Mehrkosten eines an der Zertifizierung ausgerichteten Wanderwegenetzes im Vergleich zu einem guten Standard-Wegenetz können nicht geschätzt werden, doch sollten die Kosten zur sicheren Erlangung z.B. des „Deutschen Wandersiegels – Premiumweg“ aufgrund der hierfür z.Zt. 33 einzuhaltenden Kriterien je Wegkilometer nicht unterschätzt werden. Den Kosten stehen allerdings die zu erwartenden Mehreinnahmen in der gesamten Region durch eine erfolgreiche Zertifizierung und die damit einhergehende Werbung entgegen.</p>	
Angestrebte Projektfinanzierung/-partner:	Mögliche Kooperationspartner:
Verein Region Lahn-Dill-Bergland e.V. Leader+ -Mittel	Universität Marburg AK Tourismus

Schlüsselprojekt 2: „Weg der Sinne“ Naturnaher Gesundheits- und Erlebnisweitwanderweg	
Standortraum/-gemeinden:	
Region Lahn-Dill-Bergland	
Projektbeschreibung:	
<p>Im Rahmen der geplanten 12 „Extratouren“ zwischen Rothaarsteig und Lahn-Höhenweg sollte als eine „Extratour“ ein spezieller, themenorientierter Wanderweg umgesetzt werden, welcher sich inhaltlich an Projekten in Deutschland (z.B.: Märchenweg in Bischofsgrün, 1,8 km) bzw. Österreich (z.B.: „5-Sinne Weg“ in Haag am Hausruck, 3.5 km) orientiert bzw. aktuelle Erfahrungen in der Umsetzung ähnlicher Vorhaben (z.B.: Natur- und Gesundheitspark in Moers am Niederrhein) einbaut.</p> <p>Die CIMA schlägt daher unter dem Projekttitel „Weg der Sinne“ die Gestaltung einer derartigen Infrastruktur vor, welche folgende Rahmenbedingungen berücksichtigen sollte:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Ggf. multifunktionale Nutzung für unterschiedliche Zielgruppen (Wanderer, Reiter, Radfahrer) • Gestaltung des Weges unter Einbindung von (regionalen) Künstlern, Landschaftsexperten, etc. und Ausstattung des Weges mit Erlebnisfaktoren • Anlage des Weges bzw. von Teilstrecken nach Anforderungen der Terrain-Kur • ganzjährig begehbar • An- bzw. Verbindung der Wegstrecke mit vorhandenen Kulturinfrastrukturen (z.B.: Museen, Naturdenkmäler, etc.) • gastronomische bzw. landwirtschaftliche Direktvermarktungs-Struktur entlang der Wegstrecke • Gestaltung bzw. Einbezug bestehender gesundheitsorientierter Bereiche entlang der Wegstrecke (z.B.: Kneipp-Inhalatoriumshütte, Kräutergarten, etc.) 	
Projektplanungshorizont:	Projektinitiierungsverantwortung:
mittelfristig umsetzbar (ca. 1-4 Jahre)	Verein Region Lahn-Dill-Bergland e.V.
Projektträger:	
Verein Region Lahn-Dill-Bergland e.V.	

Idealtypischer Projektgrobablaufplan:	
<ol style="list-style-type: none"> 1. Bildung einer Arbeitsgruppe aus Landschafts-, Ökologie-, Gesundheits-, Tourismusexperten sowie Sportmedizinern 2. Ausarbeitung eines Detailkonzeptes mit Standort- und Routenplanung 3. Erstverhandlungen mit Grundstücksbesitzern 4. Sicherstellung der Finanzierung 5. Start der Umsetzungsplanung 	
Projektkostenabschätzung:	
<p>Die Kosten des Projektes können ohne Vorlage eines genauen Detailkonzeptes sowie der Routenplanung noch nicht abgeschätzt werden. Für die ersten (Vor-)Planungsschritte sollte ein Betrag von rund 8.000 bis 12.000 Euro veranschlagt werden.</p>	
Angestrebte Projektfinanzierung/-partner:	Mögliche Kooperationspartner:
Verein Region Lahn-Dill-Bergland e.V. Leader+ -Mittel	Universität Marburg Regionale Gesundheitseinrichtungen AK Tourismus

Schlüsselprojekt 3: Detailerhebung zum Freizeitwegenetz inkl. GPS-Datenerfassung	
Standortraum/-gemeinden:	
Region Lahn-Dill-Bergland	
Projektbeschreibung:	
<p>Im Hinblick auf die Umsetzung der geplanten zusätzlichen Wanderwege sollte in einem ersten Schritt eine komplette Detailerhebung der in Schlüsselprojekt 1 benannten Wanderwege sowie des Radwegenetzes in digitaler Form unter Berücksichtigung der GPS-Codierung erfolgen. So kann eine Übersicht des Bestandes erstellt werden und der Entwicklungsbedarf analysiert werden. Zudem bildet diese Erhebung die Grundlage für eine gesamtregionale Freizeitwegkarte in gedruckter und digitaler Form. Die GPS-Codierung ermöglicht nach Download der Daten z.B. von speziellen Internetseiten wie www.gps-tour.info oder von Regions- oder Gemeinde-eigenen Themenseiten eine Orientierung mittels GPS-Gerät.</p> <p>Es erscheint sinnvoll, nicht nur die unterschiedlichen Wege-Typen (Wander- und Radwege) zu erfassen, sondern auch die Freizeit-, Kultur-, Sport- und Gastronomiestrukturen entlang dieser Strecken aufzunehmen.</p>	
Projektplanungshorizont:	Projektinitiierungsverantwortung:
Das Projekt sollte erst nach Realisierung der aktuell in Planung befindlichen neuen Wege begonnen werden. Dann ist es kurzfristig durchführbar (ca. 6 – 8 Monate)	Verein Region Lahn-Dill-Bergland e.V.
Projektträger:	
Verein Region Lahn-Dill-Bergland e.V.	

Idealtypischer Projektgrobablaufplan:	
<ol style="list-style-type: none"> 1. Analyse der Datenlage und ggf. Kauf einer digitalen Grundlagenkarte 2. Nacherhebung und Digitalisierung nicht digital vorhandener Grundlagendaten inkl. GPS-Datenerfassung 3. Analyse des Wege- und Infrastrukturbestandes und anschließende Kategorisierung 4. Digitale Bereitstellung der Daten für alle Gemeinden des Lahn-Dill-Berglands 5. Ggf. zusätzlicher Druck einer gebietsübergreifenden Freizeitkarte 	
Projektkostenabschätzung:	
Die Erfassung des Wegenetzes sowie die digitale Kartierung inkl. GPS-Codierung wird Kosten im Ausmaß von rund 12.000 bis 15.000 Euro verursachen.	
Angestrebte Projektfinanzierung/-partner:	Mögliche Kooperationspartner:
Verein Region Lahn-Dill-Bergland e.V.	Anbieter von GPS-Geräten Hinterländer Mountainbiker

5.2 Schlüsselprojekte zur Initiierung eines exogenen Projektentwicklungsimpuls

Schlüsselprojekt 4: Schlüsselprojektentwicklung im qualifizierten Gesundheitstourismus	
Standortraum/-gemeinden:	
Idealerweise Bad Endbach	
Projektbeschreibung:	
<p>Gesundheit und Wellness zählen nach wie vor zu den wichtigsten touristischen Zukunftsfeldern in Deutschland. Um sich jedoch eindeutig von den unzähligen, mitunter auch sehr diffusen bzw. oberflächlichen „Wellness“-Angeboten unterscheiden zu können, ist in den letzten Jahren bei einer Reihe von Hotelanbietern sowie Kurgemeinden/-regionen der Trend erkennbar, sich mit qualifizierten Gesundheitsangeboten vom amorphen „Wellness-Markt“ abzugrenzen.</p> <p>Nach Ansicht der CIMA hat das Lahn-Dill-Bergland nicht nur aus naturräumlicher, sondern auch aus standort- und zielgruppentechnischer Sicht (z.B. Nähe zu zwei großen Ballungsräumen) grundsätzlich gute Chancen, in diesem touristischen Segment zu reüssieren. Folgende Rahmenbedingungen müssen jedoch gewährleistet sein:</p> <ul style="list-style-type: none"> • fundierte Projektentwicklungsphase mit anschließendem Investorenmarketing (vgl. Schlüsselprojekt 5) • Schlüsselprojekt <u>der Region</u>, d.h. breite Unterstützung durch alle Gemeinden des Lahn-Dill-Berglandes • parallele Weiterentwicklung der touristischen Infrastruktur in der Region • spezifische gesundheitstouristische Ausrichtung, also kein „undifferenziertes“ Thermal-Spaßbad-Projekt, sondern gesundheitsmedizinische Kernkompetenzentwicklung 	
Projektplanungshorizont:	Projektinitiierungsverantwortung:
mittel- bis langfristig umsetzbar (1-5 Jahre)	Bad Endbach Verein Region Lahn-Dill-Bergland e.V.
Projektträger:	
<p>Start-, Initiierungs- und Planungsphase: z.B. Gemeinde Bad Endbach in Kooperation mit dem Verein Region Lahn-Dill-Bergland e.V.</p> <p>Umsetzungsphase: Kerninvestor</p>	

Idealtypischer Projektgrobablaufplan:	
<ol style="list-style-type: none"> 1. Definition des planerischen Rahmens durch Standortgemeinde/Region 2. Sicherstellung des Planungskostenbudgets unter dem Aspekt einer p-p-p-Finanzierung von öffentlichen und privaten Akteuren 3. Suche und Auswahl nach einem geeignetem Planungskompetenzteam (bestehend aus Betriebswirten, Gesundheitsexperten sowie Architekten) 4. Ausarbeitung eines ersten Planungsentwurfes auf Basis einer parallel zu erarbeitenden Projektidee 5. Abgleich des Konzeptentwurfes mit regionalen Ansprechpartnern 6. Endfertigung der Planung sowie Standortfixierung 7. Start des Investorenmarketings (vgl. Schlüsselprojekt 5) 	
Projektkostenabschätzung:	
<p>Start-, Initiierungs- und Planungsphase:</p> <p>Je nach Umfang und Inhalt der Planungsleistungen sowie Intensität der Einbindung externer Experten ist von einem Planungsbudget von rund 50.000 bis 80.000 Euro auszugehen.</p> <p>Umsetzungsphase: von den Investoren zu übernehmen</p>	
Angestrebte Projektfinanzierung/-partner:	Mögliche Kooperationspartner:
Gemeinde Leader+ -Mittel Ggf. Landesmittel	

Schlüsselprojekt 5: Investoren- und Betreibermarketing für eine impuls-gebende gesundheitstouristische Projektentwicklung im qualifizierten Gesundheitstourismus	
Standortraum/-gemeinden:	
Idealerweise Bad Endbach	
Projektbeschreibung:	
<p>Das Projekt verfolgt das Ziel, nach Abschluss der Projektentwicklungsarbeit mit aktiven Marketingmaßnahmen Investoren und Betreiber für die Realisierung und Umsetzung des entwickelten Projektes zu gewinnen. Es sollte als Grundlage auf einer fundierten Machbarkeitsstudie und Tragfähigkeitsanalyse aufbauen.</p> <p>In dieser Phase werden vor allem größere Unternehmensgruppen, Investment-/Finanzierungsunternehmen, Banken, oder auch große Immobilien-/Bauträgerfirmen angesprochen. Wesentlich ist jedoch auch die Suche nach geeigneten Betreibern des Projektes. Hier sollten nach Erfahrungen der CIMA nicht nur mit großen Betreiberfirmen Kontakt aufgenommen werden, sondern gezielt in der Region Ausschau nach geeigneten Partnern gehalten werden.</p> <p>Ziel der Bemühungen muss es in dieser Phase sein, die Originalität der Projektvision, die Einzigartigkeit des Projektes, die wirtschaftliche Tragfähigkeit und nicht zuletzt die enormen regionalwirtschaftlichen Auswirkungen auf die gesamte Wirtschaft der Region bestmöglich darzustellen, um seriöses Interesse bei potenziellen Partnern zu wecken.</p>	
Projektplanungshorizont:	Projektinitiierungsverantwortung:
Nach erfolgter Projektplanung und Standortfixierung mittelfristig umsetzbar (innerhalb 1-3 Jahre)	Verein Region Lahn-Dill-Bergland e.V. Gemeinde Bad Endbach
Projektträger:	
Bad Endbach in Kooperation mit Verein Region Lahn-Dill-Bergland e.V.	

Idealtypischer Projektgrobablaufplan:	
<ol style="list-style-type: none"> 1. Erstellen eines touristischen Standortfolders mit potenziellen Flächen (Voraussetzung: Machbarkeit gewährleistet, politischer Beschluss, Flächenverfügbarkeit, abgeschlossene vorbereitende Bauleitplanung) 2. Gezielte Recherche und Kontaktaufnahme mit in Frage kommenden Investorengruppen sowie potenziellen Betreibern 3. Durchführung einer ersten Direct-Mailing-Kampagne (regional/bundesweit) 4. Rücklaufkoordination, Koordination von Gesprächen und Begehungen 5. Durchführung einer zweiten Direct-Mailing-Kampagne (bundesweit/international) 6. Rücklaufkoordination, Koordination von Gesprächen und Begehungen 7. Presse-/Medienbetreuung, Initiierung von Artikeln in Fach-/Regionalpresse 8. Intensives Bemühen um „Mittler-Institutionen“ 9. Weitere Aktivitäten wie z.B. Teilnahme an Fachmessen, Schaltung von Inseraten etc. sind je nach Sinnhaftigkeit und Kosten-Nutzen-Relation bei Bedarf anzufügen. 10. Auswahl und Vertragsgestaltung 	
Projektkostenabschätzung:	
<p>Je nach Höhe der Eigenleistung bzw. der Einbindung externer Experten ist von einem Planungsbudget von rund 20.000 bis 40.000 Euro auszugehen.</p> <p>Das Investorenmarketing sollte durch professionelle Experten auf Erfolgswahrscheinlichkeit honoriert werden.</p>	
Angestrebte Projektfinanzierung/-partner:	Mögliche Kooperationspartner:
Gemeinde Leader+ -Mittel Ggf. Landesmittel	externe Experten

Schlüsselprojekt 6: „Vitalcard (Naturpark) Lahn-Dill-Bergland“	
Standortraum/-gemeinden:	
Region Lahn-Dill-Bergland	
Projektbeschreibung:	
<p>Das Projekt kann die Positionierung der Region über ein gesundheitstouristisches Schlüsselprojekt hinaus nachhaltig unterstützen. Unter dem Projektarbeitstitel „Vitalcard“ schlägt die CIMA vor, eine Art „Vorteilskarte“ für die einheimische Bevölkerung sowie die Gäste der Region.</p> <p>Die inhaltliche Schwerpunkt dieser Kunden- bzw. Gästekarte sollte im Themenbereich „Gesundheit“ liegen, wobei dieses Marketinginstrumentarium folgende Vergünstigungen beinhalten könnte:</p> <ul style="list-style-type: none"> • gesundheitsorientierte Dienstleistungen örtlicher Anbieter • Eintritte in Gesundheitseinrichtungen und Bäder • „Gesundheitsprodukte“ des örtlichen Einzelhandels • „Fitnessteller / der gesunde Teller“ der örtlichen Gastronomie <p>Neben der verstärkten Kundenbindung und dem Vorteil, über eine solche Kartenlösung die Wertschöpfung in der Region halten zu können - sowie eines Kunden- und Gästeaustausches zwischen den sich an der Aktion beteiligenden Institutionen und Firmen, können durch die zentrale Erfassung der wichtigsten Stammdaten der Karteninhaber zielgenaue Direct-Mailing-Aktionen geplant werden. Die technische Umsetzung des Projektes (Karte mit oder ohne Zahlfunktion, Multismarkkartensystem etc.) hängt von der Anzahl der teilnehmenden Betriebe und Institutionen sowie vom Umfang der angebotenen Leistungen ab.</p>	
Projektplanungshorizont:	Projektinitiierungsverantwortung:
mittelfristig umsetzbar (ca. 1 bis 2 Jahre)	Verein Region Lahn-Dill-Bergland e.V.
Projektträger:	
Verein Region Lahn-Dill-Bergland e.V.	

Idealtypischer Projektgrobablaufplan:	
<ol style="list-style-type: none"> 1. Ausarbeitung eines Detailkonzeptes 2. Erstansprache der örtlichen Institutionen und Betriebe 3. Kontaktaufnahme mit einschlägigen Kartenanbietern 4. Einholung von Angeboten 5. Konkrete Fixierung des Umfangs sowie der teilnehmenden Betriebe 6. Sicherstellung der Finanzierung 7. Start der Umsetzungsplanung 	
Projektkostenabschätzung:	
<p>Das Projekt sollte sich grundsätzlich aus den Beiträgen der teilnehmenden Institutionen und Betriebe finanzieren. Aus dem Budget des Regionalmanagement (Verein Region Lahn-Dill-Bergland e.V.) sollten die Projektentwicklungskosten sowie der Marketingaufwand während der Einführungsphase bestritten werden.</p>	
Angestrebte Projektfinanzierung/-partner:	Mögliche Kooperationspartner:
teilnehmende Institutionen und Betriebe Hotel- und Gaststättenverbände, Werbegemeinschaften, Gewerbevereine Örtliche Kreditinstitute Verein Region Lahn-Dill-Bergland e.V.	Kartenanbieter wie z.B. danova GmbH in Erlangen Örtliche Kreditinstitute

5.3 Schlüsselprojekte zur Vernetzung und zum Ausbau bestehender endogener Potentiale

Schlüsselprojekt 7: Endogene Qualifizierungs- und Investitionsoffensive im Beherbergungs- und Gastronomiegewerbe	
Standortraum/-gemeinden:	
Alle Städte und Gemeinden der Region Lahn-Dill-Bergland	
Projektbeschreibung:	
<p>Um die touristischen Potentiale der Region erschließen zu können, bedarf es auch der Weiterentwicklung des endogenen bzw. regionsinternen Tourismuspotenzials. Mit dem Ziel, eine Höherqualifizierung der bestehenden Gastronomie- und Beherbergungsbetriebe zu erreichen, ist im Rahmen dieses Schlüsselprojektes der Aufbau eines Qualifizierungsprogramms vorgesehen.</p> <p>Als Zielgruppe können vor allem kleingewerbliche Gastronomie- und Beherbergungsbetriebe, aber auch Privatzimmervermieter und Anbieter von „Urlaub auf dem Bauernhof“ definiert werden. Ziel des Programms ist es, Betrieben eine konkrete Hilfestellung bei Qualifizierungs- und Investitionsmaßnahmen zu geben, einerseits durch gezielte Beratung in verschiedenen Bereichen (z.B.: Konzept, Planung, Umbau, Gestaltung, Einrichtung, Finanzierung etc.), andererseits durch interessante finanzielle Förderungen.</p> <p>Durch dieses Qualifizierungsprogramm sollen insbesondere jene Betriebe angesprochen werden, die für Qualifizierungsmaßnahmen grundsätzlich bereit sind, denen jedoch bisher eine konkrete Initialzündung bzw. externe Hilfe fehlte.</p> <p>Als Motivation zur Teilnahme sollte die Maßnahme „Durchführung einer breiten Klassifizierungskampagne im Beherbergungsgewerbe“ (Schlüsselprojekt 8) bereits im Vorfeld angekündigt werden.</p>	
Projektplanungshorizont:	Projektinitiierungsverantwortung:
kurzfristig umsetzbar (zw. 6 - 18 Monate)	Verein Region Lahn-Dill-Bergland e.V.
Projektträger:	
Verein Region Lahn-Dill-Bergland e.V.	

Idealtypischer Projektgrobablaufplan:	
<p>1. Schritt 1 „Einzelbetriebliche Ebene“</p> <ul style="list-style-type: none"> - Analyse der innerbetrieblichen Strukturen bei den Gastronomie- und Beherbergungsbetrieben - Entwicklung von Verbesserungsvorschlägen - Neustrukturierung des innerbetrieblichen Marketings - Entwicklung von abgestuften Kosten- und Finanzierungsplänen <p>2. Schritt 2 „Verbundschulungen“</p> <ul style="list-style-type: none"> - gemeinsame Workshops zur zwischenbetrieblichen Abstimmung und Kooperation - tourismusspezifische Marketingseminare (z.B.: Gästebetreuung, Incoming, etc.) <p>3. Schritt 3 „Regionale Informationskampagne“</p> <p>Durchführung mehrerer Informationsveranstaltungen in der Region über die touristischen Qualitäten sowie die Angebotspalette der Region</p> <p>Hierzu kann gehören:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Information über touristische Investitionsmöglichkeiten (gemeinsam mit Finanzierungsexperten sowie Förderstellen) - Beratung zukünftiger Vermieter bezüglich Ausstattung der Wohnung, Preisgefüge und Nachfrage der Gäste. - Beratung bei Renovierung der Ferienwohnung. 	
Projektkostenabschätzung:	
Eine seriöse Projektkostenabschätzung ist derzeit nicht möglich, da der Bedarf und die Anzahl der sich beteiligenden Betriebe im Voraus nicht festlegbar sind.	
Angestrebte Projektfinanzierung/-partner:	Mögliche Kooperationspartner:
<p>Für die Gastronomie können Brauereien als Partner angesprochen werden, ggf. können Interhoga-Fördermittel in Anspruch genommen werden.</p> <p>IHK, Handwerkskammer</p> <p>Hotel- und Gaststättenverbände</p>	<p>Gastronomie-Einrichtungsfirmen,</p> <p>Hotelausstatter,</p> <p>Innenarchitekten,</p> <p>Tourismus-Informationsstellen</p>

Schlüsselprojekt 8: Durchführung einer breiten Klassifizierungskampagne im Beherbergungsgewerbe	
Standortraum/-gemeinden:	
Alle Städte und Gemeinden der Region Lahn-Dill-Bergland	
Projektbeschreibung:	
<p>Dieses Projekt schließt an die „Endogene Qualifizierungs- und Investitionsoffensive im Beherbergungs- und Gastronomiegewerbe“ (Schlüsselprojekt 7) an, kann sozusagen als Dokumentation des Qualifizierungserfolges gesehen werden und sollte den teilnehmenden Betrieben als Motivation zur Qualifizierung dienen.</p> <p>Ziel ist es, im Beherbergungsgewerbe zu einer Klassifizierung der Einzelbetriebe zu gelangen, da sich einerseits auch im Bereich des Tourismus die Verbraucher zunehmend an Vergleichskriterien orientieren, andererseits die Klassifizierung durch die an die Betriebe gestellten Ansprüche zu einer Qualitätssteigerung führt. Ein bekanntes und übliches Klassifizierungssystem ist das nach der Anzahl von „Sternen“.</p> <p>Innerhalb des Beherbergungsbereiches können sich konzessionierte Betriebe mit mehr als 8 Betten (Hotels, Gasthöfe, Pensionen etc.) nach den Kriterien der Deutschen Hotelklassifizierung des DEHOGA von einem bis fünf Sternen einstufen lassen. Kleinere Betriebe (insbesondere Privatzimmer, Ferienhäuser und Ferienwohnungen) haben die Möglichkeit, sich nach dem Klassifizierungssystem des Deutschen Tourismusverbands DTV einstufen zu lassen.</p> <p>Als regionale Komponente können bei Einhaltung bestimmter (zu erarbeitender) zusätzlicher Kriterien Zusatzbezeichnungen verliehen werden, die den jeweiligen Betrieb z.B. als „wanderfreundlich“ einstufen.</p>	
Projektplanungshorizont:	Projektinitiierungsverantwortung:
kurzfristig umsetzbar (ca. 6 - 12 Monate)	Verein Region Lahn-Dill-Bergland e.V.
Projektträger:	
Verein Region Lahn-Dill-Bergland e.V.	

Idealtypischer Projektgrobablaufplan:	
<ol style="list-style-type: none"> 1. Nach Durchführung der Qualifizierungs- und Investitionsoffensive: ggf. Zusammenstellung von Kriterien für eine Qualitätsbezeichnung wie „Wanderfreundliches Lahn-Dill-Bergland: dieser Betrieb hat sich qualifiziert“ oder die Vergabe von „Lahn-Dill-Bergland-Wandersternen“ oder ähnliches. 2. Ansprache und Information der Vermieter und Hoteliers in den einzelnen Gemeinden über die Klassifizierungsmöglichkeiten 3. Da die Klassifizierung der Kleinbetriebe gemäß DTV auch über die örtlichen Tourismusorganisationen erfolgen kann, ist hier die einheitliche Durchführung unter Federführung des Vereins Region Lahn-Dill-Bergland e.V. sinnvoll 	
Projektkostenabschätzung:	
<p>1-5 Sterne-Erstklassifizierung der DEHOGA (3-jährige Gültigkeit): 260 Euro für Mitglieder, sonst 500 Euro zzgl. MWSt.</p> <p>DTV-Klassifizierung (3-jährige Gültigkeit): Lizenzgebühr 15 Euro pro Wohneinheit zzgl. einmaliger Überprüfungsgebühr von rd. 50 Euro. Bei einer breit angelegten Klassifizierungskampagne kann dieser Betrag sicher deutlich geringer angesetzt werden und sollte sich am tatsächlichen Aufwand der Klassifizierungsstelle orientieren.</p>	
Angestrebte Projektfinanzierung/-partner:	Mögliche Kooperationspartner:
<p>Eigenfinanzierung der Klassifizierung durch die Betriebe</p> <p>IHK, Handwerkskammer</p> <p>Hotel- und Gaststättenverbände</p>	<p>Örtliche Tourismuseinrichtungen</p> <p>Verein Region Lahn-Dill-Bergland e.V.</p>

Schlüsselprojekt 9: Förderung der Außengastronomie	
Standortraum/-gemeinden:	
Alle Städte und Gemeinden der Region Lahn-Dill-Bergland	
Projektbeschreibung:	
<p>Da der Besatz an Gastronomiebetrieben in den Einzelgemeinden des Lahn-Dill-Berglands zum Teil recht gering ist, Wanderer, Reit- und Radwanderer jedoch die Gastronomie gezielt aufsuchen, sollten sich die bestehenden Betriebe nach Außen hin aktiver präsentieren und ein außergastronomisches Angebot erstellen. Straßencafés, Biergärten und ähnliches tragen in erheblichem Maße zur Belebung der Orte und zur Attraktivitätssteigerung eines Wander- oder Radweges als Haltepunkt bei. Daneben werden Attraktivität und Aufenthaltsqualität in der Ortsmitte gesteigert.</p> <p>Zielstellung:</p> <ul style="list-style-type: none"> • mehr Betriebe mit Außengastronomie • Belebung sowie Steigerung der Aufenthaltsqualität der Einzelgemeinden • Attraktivitätssteigerung der Einzelgemeinden • Für jeden Gastronomiebetrieb soviel Außenfläche wie möglich zur Verfügung stellen <p>In ein Förderkonzept sollten einbezogen werden:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Vereinfachung der straßenrechtlichen Genehmigungen • Standortkonzept (wo ist Straßengastronomie möglich) • In größeren Orten Abstimmung mit der Parkraumkonzeption und anliegenden Einzelhandelsgeschäften • Festlegung von Qualitätskriterien und Mindeststandards 	
Projektplanungshorizont:	Projektinitiierungsverantwortung:
mittelfristig umsetzbar (ca. 1-2 Jahre)	Verein Region Lahn-Dill-Bergland e.V. Einzelgemeinden und Städte
Projektträger:	
Verein Region Lahn-Dill-Bergland e.V.	

Idealtypischer Projektgrobablaufplan:	
<ol style="list-style-type: none"> 1. Umfrage bei den örtlichen Gastronomiebetrieben bezüglich des zusätzlichen Bedarfs an Flächen für Außengastronomie (Die Umfrage, die persönlich oder telefonisch erfolgen kann, sollte folgende Punkte beinhalten: Umfang des zusätzlichen Bedarfs an Flächen, Sammlung von Vorschlägen für neue Flächen, Anfrage bezüglich noch zu klärender Fragen für Gastronomen) 2. Aktive Information der Wirte: <ul style="list-style-type: none"> - Orts-einheitliche Gestaltungsrichtlinien nach traditionellen Aspekten - Information über etwaige juristische Hürden/ zu erfüllende Voraussetzungen - überzeugen/ motivieren: Weiterführung/ Ernsthaftigkeit des Projekts signalisieren 3. Info-Blatt Straßengastronomie 4. Auflistung von Vorschlägen für mögliche Standorte von Außengastronomie 5. Prüfung der Verwendbarkeit der Flächen für Außengastronomie durch die Stadt in Absprache mit Gastronomen und Anliegern 6. Erstellung eines Standortkonzepts (wo ist Straßengastronomie möglich?) und gegebenenfalls Freigabe der neuen Flächen 	
Projektkostenabschätzung:	
Befragung, Information und Konzeption können über den AK Tourismus laufen	
Angestrebte Projektfinanzierung/-partner:	Mögliche Kooperationspartner:
Betriebe finanzieren die Umsetzung selbst Brauereien Hotel- und Gaststättenverbände	Stadt- bzw. Gemeindeverwaltung, Gastronomie, AK-Tourismus Ansprache der Brauereien wegen einheitlicher und passender Möblierung

Schlüsselprojekt 10: „Albergo diffuso“- bzw. „Historik-Hotel“-Projekt	
Standortraum/-gemeinden:	
In der gesamten Region Lahn-Dill-Bergland durchführbar, ein erstes Modellprojekt z.B. in der Herborner Altstadt	
Projektbeschreibung:	
<p>Das „albergo diffuso“-Konzept wird seit Jahren in vielen südeuropäischen Regionen erfolgreich praktiziert. Erste Projektansätze bzw. Projektrealisierungen sind mittlerweile auch in Österreich unter dem Projekttitel „Historik-Hotels“ z.B.: in der südoststeirischen Thermenregion sowie im Inneren Salzkammergut (Leader+ Projekt in Hallstatt) angelaufen. Hinter dem „albergo diffuso“-Ansatz verbirgt sich die Projektidee, leer stehende Wohnungen in einer Altstadt zu Hotelwohnungen unter einem zentralen Management umzunutzen:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Schaffung von Qualitätsappartements/-zimmern in verschiedenen, räumlich getrennt liegenden Häusern in historischen Stadtkernen gemäß dem Motto „Eine Altstadt als Hotel“ (Ansatz könnte auch auf z.B. landwirtschaftliche Höfe in ländlichen Gebieten als „4 Höfe als Hotel“ übertragen werden. Voraussetzung ist die räumliche Nähe der Einheiten) - Zurverfügungstellung zentraler Einrichtungen wie Cafeteria, Aufenthaltsräume, Sportanlagen, Spielmöglichkeiten etc. - zentrales Management folgender Leistungen für Hausbesitzer bzw. Vermieter dieser Appartements <ul style="list-style-type: none"> • Incoming, Gästevermittlung • örtliche Schlüsselübergabe, Welcome-Service etc. • Marketing • Zimmerservice und Zimmerreinigung • Frühstücksservice und Verpflegung (zumeist in Kooperation mit nahe gelegenen Restaurants oder Gasthöfen) • Abrechnung und Bezahlung <p>Für das Lahn-Dill-Bergland könnte diese Vorgehensweise ggf. auch über die zentrale Verwaltung der zahlreichen Grill- und Wanderhütten erfolgen.</p>	
Projektplanungshorizont:	Projektinitiierungsverantwortung:
mittelfristig umsetzbar (ca. 1 bis 3 Jahre)	Verein Region Lahn-Dill-Bergland e.V. Ein Pilotprojekt wäre z.B. in der Herborner Altstadt vorstellbar, so dass die Stadtverwaltung Herborn ebenfalls als Initiator auftreten könnte
Projektträger:	
Verein Region Lahn-Dill-Bergland e.V. private Institution oder jeweilige Gemeinde wegen Modellprojekt-Charakter ggf. auch Hotel- und Gaststättenverbände	

Idealtypischer Projektgrobablaufplan:	
<ol style="list-style-type: none"> 1. Ausarbeitung eines regions- oder stadt-spezifischen Detailmodells 2. Erstansprache interessierter Hausbesitzer im Lahn-Dill-Bergland bzw. bei Durchführung eines Pilotprojektes in der Herborner Altstadt Ansprache der dortigen Hausbesitzer 3. Gründung einer Projektumsetzungsgruppe 4. Start der Detailumsetzungsplanung 	
Projektkostenabschätzung:	
<p>Grundsätzlich sollte sich dieses Projekt langfristig selbst rechnen. Die Region könnte hier die Rolle des Projektinitiators übernehmen und ggf. Vorstudien, Expertenonorare abdecken, wobei die Kosten zum gegenwärtigen Zeitpunkt noch nicht genau fixierbar sind.</p>	
Angestrebte Projektfinanzierung/-partner:	Mögliche Kooperationspartner:
	Architekten Hotel- und Gaststättenverbände

Schlüsselprojekt 11: Etablierung von Hofcafés und Heuhotels in Zusammenarbeit mit interessierten Landwirten	
Standortraum/-gemeinden:	
Ländliche Bereiche der Region Lahn-Dill-Bergland	
Projektbeschreibung:	
<p>Das Lahn-Dill-Bergland ist ein landwirtschaftlich geprägter Naturraum, weshalb der Einbezug landwirtschaftlicher Betriebe in ein touristisches Gesamtkonzept wünschenswert erscheint.</p> <p>Eine Möglichkeit hierzu bieten bereits etablierte Einrichtungen wie „Ferien auf dem Bauernhof“, Biomärkte oder Hof-Verkäufe als Direktvermarktungseinrichtungen.</p> <p>Insbesondere im Zusammenhang mit der Fokussierung auf Wanderer, Reitwanderer und Radwanderer bietet sich jedoch insbesondere die Einrichtung von Hofcafés (Angebot: selbstgebackene Torten und Kuchen, belegte Brote aus eigener Herstellung mit Schinken und Wurstspezialitäten vom eigenen Bestand sowie selbstgemachten Marmeladen oder Imker-Honig) und Heuhotels (Angebot: naturverbundene Übernachtungsmöglichkeit im Heu z.B. eines ehemaligen Stalls, aber auch „normale“ Übernachtungen im Zimmer mit dem Angebot von unterschiedlich ausgerichteten Heubädern als Wellness-Angebot) an.</p>	
Projektplanungshorizont:	Projektinitiierungsverantwortung:
kurzfristig umsetzbar (ca. 6 bis 12 Monate)	Verein Region Lahn-Dill-Bergland e.V. Einzelne Landwirtschaftsbetriebe
Projektträger:	
Verein Region Lahn-Dill-Bergland e.V.	

Idealtypischer Projektgrobablaufplan:	
<ol style="list-style-type: none"> 1. Einholen der im Bereich Rothaarsteig im Zusammenhang mit diesem Thema gemachten Erfahrungen 2. Besuch von bestehenden Einrichtungen und Fotodokumentation 3. Erstansprache interessierter Landwirte im Lahn-Dill-Bergland 4. Gründung einer Projektumsetzungsgruppe zur Unterstützung der interessierten Landwirte 	
Projektkostenabschätzung:	
Grundsätzlich sollte sich auch dieses Projekt für die Anbieter langfristig selbst rechnen.	
Angestrebte Projektfinanzierung/-partner:	Mögliche Kooperationspartner:
Betriebe finanzieren die Umsetzung selbst	AK Tourismus Ämter für ländlichen Raum

Schlüsselprojekt 12: Angebot regionaler Produkte in der Gastronomie	
Standortraum/-gemeinden:	
Alle Städte und Gemeinden der Region Lahn-Dill-Bergland	
Projektbeschreibung:	
<p>Eine weitere Maßnahme zum Einbezug der landwirtschaftlichen Betriebe in ein touristisches Gesamtkonzept ist der Ausbau des gastronomischen Angebotes um regionaltypische und in der Region erzeugte Produkte. Dies bietet dem Gast des Lahn-Dill-Berglandes zudem die Möglichkeit, die Region auch gastronomisch zu erfahren.</p> <p>Hierzu sollte ein System aufgebaut werden, das den landwirtschaftlichen Produzenten eine regelmäßige Abnahme garantiert und den Gastronomen die Möglichkeit der Spezialisierung über regionale Produkte zur jeweiligen Jahreszeit. Der „Kulinarische Herbst“ des Lahntals ist hierzu ein erster Ansatzpunkt, doch sollte eine ganzjährige regionale Orientierung erreicht werden.</p> <p>Im Hinblick auf die aufzubauende Gesamtpositionierung als Gesundheits- und Wellness-Region kann die örtliche Gastronomie so eine „Gesundheitsorientierung durch authentische regionale Küche“ aufweisen.</p> <p>Ziel sollte es sein, das möglichst viele Gastronomiebetriebe in ihren Speisekarten zumindest 2-3 Gerichte bzw. Menüvorschläge aufnehmen, welche den Kriterien einer gesunden und regionalen Küche entsprechen, die zudem regionale Produkte verwendet. Diese Aktion sollte durch eine zentrale Werbekampagne entsprechend in der Öffentlichkeit bekannt gemacht werden.</p>	
Projektplanungshorizont:	Projektinitiierungsverantwortung:
kurzfristig umsetzbar (ca. 6 Monate)	Verein Region Lahn-Dill-Bergland e.V. Landwirtschaftsbetriebe
Projektträger:	
Verein Region Lahn-Dill-Bergland e.V.	

Idealtypischer Projektgrobablaufplan:	
<ol style="list-style-type: none"> 1. Ansprache interessierter Gastronomen und Landwirte sowie möglichen Anbietern regionaler Fleischwaren 2. Ggf. Ansprache von Ernährungswissenschaftlern (Thema Gesundheitsorientierung) 3. Bei Bedarf Organisation von einschlägigen Weiterbildungskursen für die örtliche Gastronomie 4. Planung der Werbemaßnahmen („Partner der Region“) 5. Start der Aktion 	
Projektkostenabschätzung:	
Kosten entstehen nur für Marketingmaßnahmen sowie ggf. Kosten für Expertenhonore.	
Angestrebte Projektfinanzierung/-partner:	Mögliche Kooperationspartner:
Betriebe finanzieren es selbst	Gastronomische Betriebe, Gaststättenverband, Ämter für ländlichen Raum

Schlüsselprojekt 13: FreizeitAtlas „Sport-Kultur-Freizeit“ in der Region Lahn-Dill-Bergland	
Standortraum/-gemeinden:	
Region Lahn-Dill-Bergland	
Projektbeschreibung:	
<p>Die Ergebnisse des ersten Projektabschnitts haben klar gezeigt, dass in der Region Lahn-Dill-Bergland eine große Fülle von sehr interessanten</p> <ul style="list-style-type: none"> • Kulturangeboten, • Bau- und Naturdenkmälern, • Freizeiteinrichtungen <p>vorhanden sind, die dem Gast unmöglich alle bekannt sein können. Daher schlägt das Gutachterteam vor, einen FreizeitAtlas zu erarbeiten, um die Angebote in gebündelter und räumlich verortbarer Form darzustellen. Auf Grundlage dieses Gesamtwerkes kann eine Druckreihe etabliert werden, deren Einzelausgaben jeweils verschiedene Themenfeldern aus dem Freizeitbereich abdecken. In Zusammenarbeit mit entsprechenden Experten bzw. Verantwortlichen können Informationsbroschüren beispielsweise zu den Themen</p> <ul style="list-style-type: none"> • Spielplätze und Sportanlagen in der Region, • Naturkundliche und geologische Besonderheiten in der Region, • Bau- und Industriekulturelle Besonderheiten in der Region • Wellness- und Gesundheitsangebote in der Region • Gastronomische Angebote in der Region <p>etc. publiziert werden. Das Gesamtwerk des FreizeitAtlas kann als Druckausgabe erstellt werden und parallel als Internet-basierte Ausgabe von den einzelnen Tourismusstellen für den jeweiligen regionalen Bereich der Gemeinde per Ausdruck weitergereicht werden.</p>	
Projektplanungshorizont:	Projektinitiierungsverantwortung:
kurz- bis mittelfristig umsetzbar (ca. 1 – 1,5 Jahre)	Verein Region Lahn-Dill-Bergland e.V.
Projekträger:	
Verein Region Lahn-Dill-Bergland e.V.	

Idealtypischer Projektgroblaufplan:	
<ol style="list-style-type: none"> 1. Sichtung des bisherigen Angebots an Unterlagen und Broschüren in der Region 2. Bildung einer interdisziplinären Arbeitsgruppe bestehend aus Gemeinde-, Tourismus-, Kultur-, Sport- und Freizeitvertretern der Region 3. Grundstrukturierung eines derartigen Freizeitatlases samt Kosten- und Distributionsplan 4. Sicherstellung der Finanzierung bzw. Sponsoring-Möglichkeiten 5. Sichtung, Auswahl entsprechender Werbe- und Druck-Anbieter 6. Druck des Freizeit-Atlas 7. Distribution 	
Projektkostenabschätzung:	
<p>Ohne genaue Übersicht über das bisherige Angebot bzw. die grundsätzlichen Gestaltungsmöglichkeiten eines derartigen Freizeit-Atlas sind die Kosten nicht seriös darstellbar.</p> <p>Zur Finanzierung des Projektes sollten die jeweils einzubeziehenden Institutionen (Gemeinden, Tourismusverbände, Träger von Kultur-, Freizeit- und Sportinfrastruktureinrichtungen) herangezogen werden, wobei die Möglichkeiten entsprechender Firmensponsorings eingehend geprüft werden sollten. Eine kostenpflichtige Abgabe des gesamten Freizeit-Atlas bzw. einzelner Teile an interessierte Bürger und Touristen stellt eine weitere Finanzierungsmöglichkeit dar.</p>	
Angestrebte Projektfinanzierung/-partner:	Mögliche Kooperationspartner:
<p>Einzelgemeinden der Region</p> <p>Veranstalter (Vereine, Privatpersonen)</p> <p>Anbieter diverser Kultur-, Freizeit- und Sportinfrastrukturen in der Region</p>	<p>Einzelgemeinden der Region</p> <p>Veranstalter (Vereine, Privatpersonen, professionelle Eventagenturen)</p> <p>Anbieter diverser Kultur-, Freizeit- und Sportinfrastrukturen in der Region</p>

Schlüsselprojekt 14: Einrichtung eines Mountainbike-Parcours oder Bikepark	
Standortraum/-gemeinden:	
Einzelgemeinden (Voraussetzung für Bikepark: Berg mit Liftanlage)	
Projektbeschreibung:	
<p>Mountainbiking gehört in Deutschland zu den Trendsportarten. Derzeit gibt es 3 Mio. Mountainbiker aus allen Altersklassen in Deutschland. Viele Regionen konzentrieren sich bereits auf dieses Marktsegment, wie z.B. der Schwarzwald oder das Sauerland.</p> <p>Als ein direkt auf Mountainbiker zugeschnittenes Angebot haben sich die sogenannten Bikeparks etabliert, wie es sie z.B. in Winterberg (als Teil der Bike-Arena Sauerland), Bischofsmais, Todtnau oder Bad Wildbad gibt. Voraussetzung ist mindestens ein mittels Sessellift erschlossener Berg, mehrere Abfahrtstrecken mit unterschiedlichen Schwierigkeiten und künstlichen oder natürlichen Hindernissen sowie Serviceangebote wie Verleih (Räder, Protektoren), Fahrtechnik-Kurse oder geführte Touren.</p> <p>Eine deutlich kleinere, für den Nutzer meist kostenlos angebotene Variante sind Mountainbike-Parcours (z.B. im niedersächsischen Zeven-Aspe oder im nordrhein-westfälischen Barntrop), die idealerweise aus einem Geschicklichkeits- und einem Geländebereich bestehen. Während in den Geschicklichkeitsbereichen (Flächenanspruch ca. 0,5 ha) z.B. Sand, grobe Steine, querliegende Hölzer, Wippen, Sprungbretter, Wasserbecken oder Schmalspuren angeboten werden, besteht der Geländeparcours meist aus einem kleineren Rundkurs (ab ca. 1 km).</p> <p>Insbesondere über einen Bikpark bestünde für die jeweilige Gemeinde die Möglichkeit, sich als Tagesausflugsziel auch über die Regionsgrenzen hinaus zu etablieren.</p>	
Projektplanungshorizont:	Projektinitiierungsverantwortung:
Parcours kurzfristig (6 – 12 Monate), Bikepark mittelfristig umsetzbar (ca. 1 bis 3 Jahre)	Einzelgemeinden Lokale Radsportvereine
Projektträger:	
jeweilige Einzelgemeinden	

Idealtypischer Projektgrobablaufplan:	
<ol style="list-style-type: none"> 1. Standortprüfung 2. Besuch von Modellanlagen 3. Ausarbeitung eines regionspezifischen Detailmodells 4. Gründung einer örtlichen Projektumsetzungsgruppe 5. Start der Detailumsetzungsplanung 	
Projektkostenabschätzung:	
Die Kosten sind sehr stark vom Projekt und den Voraussetzungen z.B. des Terrains, der Beförderungseinrichtungen etc. abhängig.	
Angestrebte Projektfinanzierung/-partner:	Mögliche Kooperationspartner:
Beherbergungsbetriebe (spezielle Angebote) Fahrradgeschäfte vor Ort (Service, Verleih) Fahrradhersteller, Sponsoren (Sponsoring)	ADFC Lokale Radsportvereine Spezialisierte Planungsbüros

5.4 Schlüsselprojekte zur Begleitung der Positionierung durch Marketing-Maßnahmen

Schlüsselprojekt 15: Durchführung von regionsbezogenen Gäste- und Unternehmerbefragungen	
Standortraum/-gemeinden:	
Region Lahn-Dill-Bergland	
Projektbeschreibung:	
<p>Die Planung von Marketingmaßnahmen und Aktivitäten im Tourismus ist umso erfolgreicher umzusetzen, je mehr über die Gegebenheiten des Marktes sowie die Präferenzen und Verhaltensweisen der Gäste bekannt ist.</p> <p>Um die Kenntnis dieser Faktoren, speziell auf das Gebiet Lahn-Dill-Bergland bezogen, verfügbar zu machen, ist der Aufbau einer regelmäßigen Marktforschung sowie eines umfassenden Controllings Ziel dieses Schlüsselprojektes.</p> <p>Kernstück der Marktforschung sind jährlich durchzuführende repräsentative Gästebefragungen sowie Befragungen der heimischen Tourismusbetriebe. Die dadurch gewonnenen Informationen, insbesondere im Kontext mehrjähriger Zeitreihenvergleiche, stellen eine fundierte Grundlage für die Arbeit der Tourismusverantwortlichen dar.</p>	
Projektplanungshorizont:	Projektinitiierungsverantwortung:
kurzfristig umsetzbar (ca. 6 - 12 Monate)	Verein Region Lahn-Dill-Bergland e.V. AK Tourismus
Projektträger:	
Verein Region Lahn-Dill-Bergland e.V.	

Idealtypischer Projektgrobablaufplan:	
<ol style="list-style-type: none"> 1. Einrichten einer Projektgruppe 2. Sammlung von verfügbaren Marktforschungs-Daten und Ableitung konkreter regionalbezogener Bedarfe 3. Ausschreibung und Angebotseinholung 4. Abklärung bzw. Sicherstellung der Finanzierung 5. Finalisierung von Ablauf- und Terminplänen 6. Start der ersten Befragungen 	
Projektkostenabschätzung:	
Die Projektkosten können je nach Anlage und Umfang der Marktforschung stark variieren. Ein grober Kostenrahmen kann mit jährlich rund 5.000 bis 20.000 Euro angegeben werden können.	
Angestrebte Projektfinanzierung/-partner:	Mögliche Kooperationspartner:
Verein Region Lahn-Dill-Bergland e.V.	<p>In die Projektabwicklung einzubeziehen sind insbesondere größere Tourismusbetriebe</p> <p>Touristische Fachschulen, z.B. in Marburg</p> <p>Hotel- und Gaststättenverband</p>

Schlüsselprojekt 16: Überregionale Bewerbung als Tagesausflugsziel	
Standortraum/-gemeinden:	
z.B. Dillenburg, Herborn, Bad Endbach, Biedenkopf, Bischoffen und Siegbach	
Projektbeschreibung:	
<p>Aufgrund des bestehenden Potentials z.B. in Dillenburg oder Herborn sollten diese über den bestehenden Trend zum Städtetourismus einerseits selbst profitieren und andererseits Gäste in die Region bringen, indem sie sich verstärkt auch als überregionales Tagesausflugsziel profilieren.</p> <p>Angebotsbausteine können neben dem Erlebnis der historischen Innenstädte z.B. Erlebniseinkauf, Schlemmerwochen, Kulturangebote oder Besichtigungen sein. Zugleich können diese Angebote als Schlechtwetterprogramme für die Urlauber des Lahn-Dill-Berglands gelten.</p> <p>Orte wie Bad Endbach (aufgrund des gesundheitstouristischen Angebotes), Biedenkopf (u.a. Sackpfeife), Bischoffen (Aartalsee) oder Siegbach (Naturerlebnisbad) können die Funktion eines Tagesausflugsziel innerhalb der Region darstellen, also für Gäste, die sich z.B. zum Wandern bereits im Lahn-Dill-Bergland befinden und einen Tag „Wanderpause“ einlegen möchten.</p> <p>Alle Tagesausflugs-Angebote sollten Bezug auf die regionale Positionierung und Marketingstrategie nehmen. Eine Abstimmung mit dem Regionalmanagement des Vereins Region Lahn-Dill-Bergland e.V. ist daher anzuraten.</p> <p>Zielstellung:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Stärkere Vermarktung der Städte und Einzelgemeinden als Tagesausflugsziel • Steigerung des Besucher- und Übernachtungsaufkommens • Allgemeine Bekanntheitssteigerung 	
Projektplanungshorizont:	Projektinitiierungsverantwortung:
mittelfristig umsetzbar (ca. 1-2 Jahre)	Verein Region Lahn-Dill-Bergland e.V. Einzelgemeinden und Städte
Projektträger:	
Einzelgemeinden und Städte in Abstimmung mit dem Verein Region Lahn-Dill-Bergland e.V.	

Idealtypischer Projektgrobablaufplan:	
<ol style="list-style-type: none"> 1. Zusammenstellung von Kurzprogrammen und Angebotspaketen für Tagesreisende und Urlauber des Lahn-Dill-Berglands 2. Zusammenstellung und Auswahl terminlich und saisonal abgestimmter Angebote 3. Broschüre für Tagesbesucher (Was man unbedingt sehen sollte, Anregungen für ein Wiederkommen und vielleicht längeren Aufenthalt) herausgeben 4. Adressbeschaffung und Ansprache von Reiseveranstaltern, Reisebüros oder Busunternehmen per Direct-Mailing 5. Aktive Vermarktung im Einzugsbereich (Rhein-Main- sowie Rhein-Ruhr-Gebiet) 	
Projektkostenabschätzung:	
Insbesondere Druck und Werbungskosten	
Angestrebte Projektfinanzierung/-partner:	Mögliche Kooperationspartner:
Hotellerie, Gastronomie, Gewerbe allgemein, Einzelhandel (Sponsoring)	Stadt- und Gemeindeverwaltungen, Hotellerie, Gastronomie, Incoming

Schlüsselprojekt 17: Erstellung von speziellen Wochenend-Angebotspaketen	
Standortraum/-gemeinden:	
Region Lahn-Dill-Bergland, einzelne Städte und Gemeinden	
Projektbeschreibung:	
<p>Entsprechend dem Schlüsselprojekt 16 kann über die Konzeption verschiedener Angebotspakete für Wochenend-Urlauber, die neben Übernachtung und ggf. Transfer zielgruppenspezifische Angebotsbausteine enthalten sollten, ein zusätzliches Gästeaufkommen generiert werden.</p> <p>Wichtig hierfür ist die Ansprache von Reiseveranstaltern, Reisebüros oder Busunternehmern, denen man verschiedene Angebotspakete vorstellen sollte, die nicht nur aus städtischen Angeboten, sondern auch aus solchen der Region Lahn-Dill-Bergland zusammengesetzt sind.</p> <p>Alle Wochenend-Angebote sollten Bezug auf die regionale Positionierung und Marketingstrategie nehmen. Eine Abstimmung mit dem Regionalmanagement des Vereins Region Lahn-Dill-Bergland e.V. ist daher anzuraten.</p> <p>Konkrete Angebotsbausteine könnten z.B. sein:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Anreise • Begrüßung • Abendessen und erste Übernachtung • Stadtführung inkl. Museums-Besuch • Mittags-Brotzeit mit regionalen Spezialitäten • Wanderung • Abendessen und zweite Übernachtung • Wellness-Programm • Abreise 	
Projektplanungshorizont:	Projektinitiierungsverantwortung:
mittelfristig umsetzbar (ca. 1-2 Jahre)	Verein Region Lahn-Dill-Bergland e.V. Einzelgemeinden und Städte
Projektträger:	
Einzelgemeinden und Städte in Abstimmung mit dem Verein Region Lahn-Dill-Bergland e.V.	

Idealtypischer Projektgrobablaufplan:	
<ol style="list-style-type: none"> 1. Zusammenstellung von entsprechenden Angebotspaketen 2. Zusammenstellung und Auswahl terminlich und saisonal abgestimmter Angebote 3. Adressbeschaffung und Ansprache von Reiseveranstaltern, Reisebüros oder Busunternehmen per Direct-Mailing 4. Aktive Vermarktung im Einzugsbereich (Rhein-Main- sowie Rhein-Ruhr-Gebiet) 	
Projektkostenabschätzung:	
Insbesondere Werbekosten	
Angestrebte Projektfinanzierung/-partner:	Mögliche Kooperationspartner:
Hotellerie, Gastronomie, Gewerbe allgemein, Einzelhandel (Sponsoring)	Stadt- und Gemeindeverwaltungen, Hotellerie, Gastronomie, Incoming

Schlüsselprojekt 18: Nutzung überregional wirksamer Veranstaltungen als Marketinginstrument	
Standortraum/-gemeinden:	
Region Lahn-Dill-Bergland	
Projektbeschreibung:	
<p>Die Städte und Gemeinden der Region Lahn-Dill-Bergland weisen eine ganze Reihe von Veranstaltungen auf, die von überregionaler Attraktivität und Bedeutung sind. Hier sind beispielhaft zu nennen:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Bad Endbach: Wander-Marathon • Biedenkopf: Eckelshausener Musiktage • Dillenburg: Jazz-Weekend, Hengstparade des Landgestüts, Rothaarsteig-Wandertag • Gladenbach: Kirschenmarkt, Heißluftballon-Treffen, Tanzgala • Haiger: Altstadtfest • Herborn: Sommerfest, Weinfest, Martinimarkt • Mittenaar: Haahepper Open air-Rockfestival <p>Auch wenn diese Veranstaltungen nur einzelne Tage im Jahr abdecken, stellen sie doch eine Möglichkeit dar, zusätzliche Gäste in die Region zu bringen und stellen zugleich Werbung für die Region dar. Daher ist dieser Projektvorschlag auch in Bezug auf die Schlüsselprojekte 16 und 17 zu sehen.</p> <p>Bei Werbemaßnahmen für diese Veranstaltungen ist allerdings zu beachten, dass nicht alle Veranstaltungen dazu geeignet sind, das beabsichtigte Image der Region (Natur, Ruhe, Erholung) zu transportieren oder gar zu fördern.</p> <p>Alle Angebote sollten Bezug auf die regionale Positionierung und Marketingstrategie nehmen. Die Aufnahme in einen gemeinsamen „Event-Kalender“ wäre sinnvoll.</p>	
Projektplanungshorizont:	Projektinitiierungsverantwortung:
kurzfristig umsetzbar (innerhalb 6 Monate)	Verein Region Lahn-Dill-Bergland e.V.
Projektträger:	
Einzelgemeinden und Städte in Abstimmung mit dem Verein Region Lahn-Dill-Bergland e.V.	

Idealtypischer Projektgrobablaufplan:	
<ol style="list-style-type: none"> 1. Sichtung bestehender Veranstaltungen in der Region 2. Prüfung, inwieweit ein verstärktes Marketing im Zusammenhang mit der Region sinnvoll erscheint 3. Suche nach potenziellen Partnern bzw. Sponsoren und Financiers (der jeweiligen Veranstaltung) 4. Durchführung gemeinsamer intensivierter Werbemaßnahmen 	
Projektkostenabschätzung:	
Zusätzliche Werbekosten	
Angestrebte Projektfinanzierung/-partner:	Mögliche Kooperationspartner:
Einzelgemeinden der Region Jeweilige Veranstalter	Einzelgemeinden der Region Jeweilige Veranstalter Vereine professionelle Eventagenturen

Schlüsselprojekt 19: Innenmarketing zum Aufbau eines touristischen Bewusstseins	
Standortraum/-gemeinden:	
Region Lahn-Dill-Bergland	
Projektbeschreibung:	
<p>Diese Maßnahme wendet sich sowohl an die Bevölkerung als auch an die touristischen Akteure in der Region Lahn-Dill-Bergland. Da die eigene Bevölkerung der beste Botschafter einer Region ist, hat diese Maßnahme eine enorme positive Tragweite.</p> <p>Das Lahn-Dill-Bergland hat kulturelle, historische, städtebauliche und landschaftliche Highlights zu bieten, die die Region von vergleichbaren Regionen abhebt. Darunter befinden sich viele Alleinstellungsmerkmale wie die Sackpfeife, der Aartalsee, die Herborner Altstadt oder auch einige der jährlichen Veranstaltungen und Märkte. Diese sind der Bevölkerung sicher bewusst, doch muss das Bewusstsein der Region als touristische Region geschärft werden.</p> <p>Auch unter den touristischen Akteuren der Region muss der Regionsgedanke und die Notwendigkeit des gemeinsamen Auftretens stärker verankert werden. Nicht zuletzt, da sie eine direkte Mittlerfunktion zum Gast übernehmen.</p> <p>Zielstellung:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Bessere Vermarktung bereits vorhandener aufbereiteter Information über die Region an die Bevölkerung • Kommunikation der touristischen Stärken in der Öffentlichkeit • Herausragen der dann positiven Einstellung der Bevölkerung zur Tourismusregion Lahn-Dill-Bergland nach außen 	
Projektplanungshorizont:	Projektinitiierungsverantwortung:
Kurz- bis mittelfristig umsetzbar (6 – 18 Monate)	Verein Region Lahn-Dill-Bergland e.V.

Idealtypischer Projektgrobablaufplan:	
<ol style="list-style-type: none"> 1. Sammlung der Stärken in allen touristisch relevanten Bereichen 2. Entwicklung eines Vermarktungskonzeptes mit Führungen, Informationsveranstaltungen, Tagen der offenen Tür, zielgruppenorientierten Aktionen (auch in Kombination mit anderen, bereits vorhandenen Events und Veranstaltungen in Form z.B. von Informationsständen) 3. Bewerbung über die Medien, z.B. in Serien im lokalen Radio oder in der Lokalpresse, hierzu Bereitstellung von Informationsmaterial 	
Projektkostenabschätzung:	
Zusätzliche Werbekosten	
Angestrebte Projektfinanzierung/-partner:	Mögliche Kooperationspartner:
Städte und Gemeinden der Region Verein Region Lahn-Dill-Bergland e.V. Gewerbe allgemein, Einzelhandel (Sponsoring)	Städte und Gemeinden der Region Verein Region Lahn-Dill-Bergland e.V.

6. Örtliche Profilierungsstrategien

Im letzten Abschnitt der „*Strukturanalyse Region Lahn-Dill-Bergland*“ werden jeder der 19 zur Region gehörenden Städte und Gemeinden zur Durchführung eigener örtlicher Profilierungsstrategien einzelne Umsetzungsmaßnahmen zugewiesen. Die einzelnen örtlichen Profilierungsstrategien können sich so in die touristische Gesamtpositionierung des Lahn-Dill-Berglandes einfügen und diese nachhaltig unterstützen.

Entsprechend der laut durchgeführter Strukturanalyse bestehenden Voraussetzungen (vgl. insbesondere Darstellung auf Seite 16) werden zudem Hinweise auf auszubauende touristische Funktionen gegeben.

Angelburg

- Ausbau der bestehenden touristischen Schwerpunktfunktion im Bereich Wandern
- Umsetzung des Schlüsselprojekts 7: Endogene Qualifizierungs- und Investitionsoffensive im Beherbergungs- und Gastronomiegewerbe
- Umsetzung des Schlüsselprojekts 8: Durchführung einer breiten Klassifizierungskampagne im Beherbergungsgewerbe
- Umsetzung des Schlüsselprojekts 9: Förderung der Außengastronomie
- Umsetzung des Schlüsselprojekts 12: Angebot regionaler Produkte in der Gastronomie

Bad Endbach

- Optimierung der Rahmenbedingungen für einen weiteren Ausbau der bereits bestehenden, umfangreichen touristischen Funktionen
- Umsetzung des Schlüsselprojekts 4: Schlüsselprojektentwicklung im qualifizierten Gesundheitstourismus
- Umsetzung des Schlüsselprojekts 5: Investoren- und Betreibermarketing für eine impulsgebende gesundheitstouristische Projektentwicklung im qualifizierten Gesundheitstourismus
- Umsetzung des Schlüsselprojekts 7: Endogene Qualifizierungs- und Investitionsoffensive im Beherbergungs- und Gastronomiegewerbe
- Umsetzung des Schlüsselprojekts 8: Durchführung einer breiten Klassifizierungskampagne im Beherbergungsgewerbe
- Umsetzung des Schlüsselprojekts 9: Förderung der Außengastronomie
- Umsetzung des Schlüsselprojekts 12: Angebot regionaler Produkte in der Gastronomie
- Umsetzung des Schlüsselprojekts 18: Nutzung überregional wirksamer Veranstaltungen als Marketinginstrument

Biedenkopf

- Optimierung der Rahmenbedingungen für einen weiteren Ausbau der bereits bestehenden, umfangreichen touristischen Funktionen,
- Etablierung des Ortes als Tagesausflugsziel innerhalb der Region
- Umsetzung des Schlüsselprojekts 7: Endogene Qualifizierungs- und Investitionsoffensive im Beherbergungs- und Gastronomiegewerbe
- Umsetzung des Schlüsselprojekts 8: Durchführung einer breiten Klassifizierungskampagne im Beherbergungsgewerbe
- Umsetzung des Schlüsselprojekts 9: Förderung der Außengastronomie
- Umsetzung des Schlüsselprojekts 12: Angebot regionaler Produkte in der Gastronomie
- Ggf. Umsetzung des Schlüsselprojekts 14: Einrichtung eines Mountainbike-Parcours oder Bikepark. In Biedenkopf: Mountainbike-Parcours oder Bike-Park an der Sackpfeife
- Umsetzung des Schlüsselprojekts 18: Nutzung überregional wirksamer Veranstaltungen als Marketinginstrument

Bischoffen

- Ausbau der möglichen touristischen Schwerpunktfunktion im Bereich Radwandern
- Ausbau der touristischen Attraktivität des Aartalsees
- Ausbau des Aartalsees als Tagesausflugsziel
- Umsetzung des Schlüsselprojekts 7: Endogene Qualifizierungs- und Investitionsoffensive im Beherbergungs- und Gastronomiegewerbe
- Umsetzung des Schlüsselprojekts 8: Durchführung einer breiten Klassifizierungskampagne im Beherbergungsgewerbe
- Umsetzung des Schlüsselprojekts 9: Förderung der Außengastronomie
- Umsetzung des Schlüsselprojekts 12: Angebot regionaler Produkte in der Gastronomie
- Umsetzung des Schlüsselprojekts 14: Einrichtung eines Mountainbike-Parcours oder Bikepark. In Bischoffen: Mountainbike-Parcours am Aartalsee

Breidenbach

- Ausbau der touristischen Funktionen
- Prüfung der stärkeren touristischen Nutzung des Perfstauses
- Umsetzung des Schlüsselprojekts 7: Endogene Qualifizierungs- und Investitionsoffensive im Beherbergungs- und Gastronomiegewerbe
- Umsetzung des Schlüsselprojekts 8: Durchführung einer breiten Klassifizierungskampagne im Beherbergungsgewerbe
- Umsetzung des Schlüsselprojekts 9: Förderung der Außengastronomie
- Umsetzung des Schlüsselprojekts 12: Angebot regionaler Produkte in der Gastronomie

Dautphetal

- Ausbau der bestehenden touristischen Schwerpunktfunktion im Bereich Wandern
- Etablierung des Ortes zum Radfahrer-Servicepunkt innerhalb der Region
- Umsetzung des Schlüsselprojekts 7: Endogene Qualifizierungs- und Investitionsoffensive im Beherbergungs- und Gastronomiegewerbe
- Umsetzung des Schlüsselprojekts 8: Durchführung einer breiten Klassifizierungskampagne im Beherbergungsgewerbe
- Umsetzung des Schlüsselprojekts 9: Förderung der Außengastronomie
- Umsetzung des Schlüsselprojekts 12: Angebot regionaler Produkte in der Gastronomie

Dietzhöhlztal

- Ausbau der touristischen Funktionen, insbesondere der möglichen Schwerpunktfunktion im Bereich Wandern
- Umsetzung des Schlüsselprojekts 7: Endogene Qualifizierungs- und Investitionsoffensive im Beherbergungs- und Gastronomiegewerbe
- Umsetzung des Schlüsselprojekts 8: Durchführung einer breiten Klassifizierungskampagne im Beherbergungsgewerbe
- Umsetzung des Schlüsselprojekts 9: Förderung der Außengastronomie
- Umsetzung des Schlüsselprojekts 12: Angebot regionaler Produkte in der Gastronomie

Dillenburg

- Ausbau der bestehenden touristischen Schwerpunktfunktion in den Bereichen Wandern und Reittourismus
- Etablierung des Ortes als Tagesausflugsziel
- Umsetzung des Schlüsselprojekts 7: Endogene Qualifizierungs- und Investitionsoffensive im Beherbergungs- und Gastronomiegewerbe
- Umsetzung des Schlüsselprojekts 8: Durchführung einer breiten Klassifizierungskampagne im Beherbergungsgewerbe
- Umsetzung des Schlüsselprojekts 9: Förderung der Außengastronomie
- Umsetzung des Schlüsselprojekts 12: Angebot regionaler Produkte in der Gastronomie
- Umsetzung des Schlüsselprojekts 18: Nutzung überregional wirksamer Veranstaltungen als Marketinginstrument

Ehringshausen

- Ausbau der bestehenden touristischen Schwerpunktfunktion im Reittourismus
- Umsetzung des Schlüsselprojekts 7: Endogene Qualifizierungs- und Investitionsoffensive im Beherbergungs- und Gastronomiegewerbe
- Umsetzung des Schlüsselprojekts 8: Durchführung einer breiten Klassifizierungskampagne im Beherbergungsgewerbe
- Umsetzung des Schlüsselprojekts 9: Förderung der Außengastronomie
- Umsetzung des Schlüsselprojekts 12: Angebot regionaler Produkte in der Gastronomie

Eschenburg

- Ausbau der bestehenden touristischen Schwerpunktfunktion im Bereich Reittourismus
- Ausbau der möglichen Schwerpunktfunktion in den Bereichen Wandern und Radwandern
- Umsetzung des Schlüsselprojekts 7: Endogene Qualifizierungs- und Investitionsoffensive im Beherbergungs- und Gastronomiegewerbe
- Umsetzung des Schlüsselprojekts 8: Durchführung einer breiten Klassifizierungskampagne im Beherbergungsgewerbe
- Umsetzung des Schlüsselprojekts 9: Förderung der Außengastronomie
- Umsetzung des Schlüsselprojekts 12: Angebot regionaler Produkte in der Gastronomie

Gladenbach

- Ausbau der bestehenden touristischen Schwerpunktfunktion in den Bereichen Wandern und Radwandern
- Erhalt und Ausbau der starken Hotellerie und Gastronomie
- Prüfung der Erschließungsmöglichkeit der bestehenden Salzquellen
- Umsetzung des Schlüsselprojekts 7: Endogene Qualifizierungs- und Investitionsoffensive im Beherbergungs- und Gastronomiegewerbe
- Umsetzung des Schlüsselprojekts 8: Durchführung einer breiten Klassifizierungskampagne im Beherbergungsgewerbe
- Umsetzung des Schlüsselprojekts 9: Förderung der Außengastronomie
- Umsetzung des Schlüsselprojekts 12: Angebot regionaler Produkte in der Gastronomie
- Umsetzung des Schlüsselprojekts 18: Nutzung überregional wirksamer Veranstaltungen als Marketinginstrument

Haiger

- Ausbau der touristischen Funktionen
- Umsetzung des Schlüsselprojekts 7: Endogene Qualifizierungs- und Investitionsoffensive im Beherbergungs- und Gastronomiegewerbe
- Umsetzung des Schlüsselprojekts 8: Durchführung einer breiten Klassifizierungskampagne im Beherbergungsgewerbe
- Umsetzung des Schlüsselprojekts 9: Förderung der Außengastronomie
- Umsetzung des Schlüsselprojekts 12: Angebot regionaler Produkte in der Gastronomie
- Umsetzung des Schlüsselprojekts 18: Nutzung überregional wirksamer Veranstaltungen als Marketinginstrument

Herborn

- Ausbau der touristischen Funktionen
- Etablierung des Ortes als Tagesausflugsziel
- Erhalt und Ausbau der starken Hotellerie und Gastronomie
- Umsetzung des Schlüsselprojekts 7: Endogene Qualifizierungs- und Investitionsoffensive im Beherbergungs- und Gastronomiegewerbe
- Umsetzung des Schlüsselprojekts 8: Durchführung einer breiten Klassifizierungskampagne im Beherbergungsgewerbe
- Umsetzung des Schlüsselprojekts 9: Förderung der Außengastronomie
- Umsetzung des Schlüsselprojekts 10: Albergo diffuso bzw. Historik Hotel-Projekt
- Umsetzung des Schlüsselprojekts 12: Angebot regionaler Produkte in der Gastronomie
- Umsetzung des Schlüsselprojekts 18: Nutzung überregional wirksamer Veranstaltungen als Marketinginstrument

Hohenahr

- Ausbau der touristischen Schwerpunktfunktion im Bereich Reittourismus
- Umsetzung des Schlüsselprojekts 7: Endogene Qualifizierungs- und Investitionsoffensive im Beherbergungs- und Gastronomiegewerbe
- Umsetzung des Schlüsselprojekts 8: Durchführung einer breiten Klassifizierungskampagne im Beherbergungsgewerbe
- Umsetzung des Schlüsselprojekts 9: Förderung der Außengastronomie
- Umsetzung des Schlüsselprojekts 12: Angebot regionaler Produkte in der Gastronomie
- Ggf. Umsetzung des Schlüsselprojekts 14: Einrichtung eines Mountainbike-Parcours oder Bikepark. In Hohenahr: Mountainbike-Parcours oder Bike-Park am Skilift

Lohra

- Ausbau der touristischen Funktionen
- Prüfung der Erschließungsmöglichkeit der bestehenden Salzquellen
- Umsetzung des Schlüsselprojekts 7: Endogene Qualifizierungs- und Investitionsoffensive im Beherbergungs- und Gastronomiegewerbe
- Umsetzung des Schlüsselprojekts 8: Durchführung einer breiten Klassifizierungskampagne im Beherbergungsgewerbe
- Umsetzung des Schlüsselprojekts 9: Förderung der Außengastronomie
- Umsetzung des Schlüsselprojekts 12: Angebot regionaler Produkte in der Gastronomie

Mittenaar

- Ausbau der touristischen Funktionen
- Umsetzung des Schlüsselprojekts 7: Endogene Qualifizierungs- und Investitionsoffensive im Beherbergungs- und Gastronomiegewerbe
- Umsetzung des Schlüsselprojekts 8: Durchführung einer breiten Klassifizierungskampagne im Beherbergungsgewerbe
- Umsetzung des Schlüsselprojekts 9: Förderung der Außengastronomie
- Umsetzung des Schlüsselprojekts 12: Angebot regionaler Produkte in der Gastronomie
- Umsetzung des Schlüsselprojekts 18: Nutzung überregional wirksamer Veranstaltungen als Marketinginstrument

Siegbach

- Ausbau der touristischen Schwerpunktfunktion im Bereich Wandern
- Etablierung des Ortes zum "Naturerlebnisort,,
- Etablierung des Ortes als Sommer-Tagesausflugsziel innerhalb der Region
- Umsetzung des Schlüsselprojekts 7: Endogene Qualifizierungs- und Investitionsoffensive im Beherbergungs- und Gastronomiegewerbe
- Umsetzung des Schlüsselprojekts 8: Durchführung einer breiten Klassifizierungskampagne im Beherbergungsgewerbe
- Umsetzung des Schlüsselprojekts 9: Förderung der Außengastronomie
- Umsetzung des Schlüsselprojekts 12: Angebot regionaler Produkte in der Gastronomie
- Ggf. Umsetzung des Schlüsselprojekts 14: Mountainbike-Parcours

Sinn

- Ausbau der touristischen Schwerpunktfunktion im Bereich Reittourismus
- Umsetzung des Schlüsselprojekts 7: Endogene Qualifizierungs- und Investitionsoffensive im Beherbergungs- und Gastronomiegewerbe
- Umsetzung des Schlüsselprojekts 8: Durchführung einer breiten Klassifizierungskampagne im Beherbergungsgewerbe
- Umsetzung des Schlüsselprojekts 9: Förderung der Außengastronomie
- Umsetzung des Schlüsselprojekts 12: Angebot regionaler Produkte in der Gastronomie

Steffenberg

- Ausbau der touristischen Funktionen, insbesondere der möglichen Schwerpunktfunktion im Bereich Wandern
- Umsetzung des Schlüsselprojekts 7: Endogene Qualifizierungs- und Investitionsoffensive im Beherbergungs- und Gastronomiegewerbe
- Umsetzung des Schlüsselprojekts 8: Durchführung einer breiten Klassifizierungskampagne im Beherbergungsgewerbe
- Umsetzung des Schlüsselprojekts 9: Förderung der Außengastronomie
- Umsetzung des Schlüsselprojekts 12: Angebot regionaler Produkte in der Gastronomie

7. Empfehlung zur Umsetzung der Strukturanalyse

Um die Umsetzung der Strukturanalyse und ihrer Schlüsselprojekte zu gewährleisten, erscheint es sinnvoll, die im Rahmen der Erstellung der Strukturanalyse etablierte Arbeitsgruppe aufrecht zu erhalten. Die Teilnehmer der Arbeitsgruppe setzen sich aus den Bürgermeistern (bzw. ihren abgesandten Vertretern) der beteiligten Städte und Gemeinden, den Teilnehmern des Arbeitskreises Tourismus sowie dem geschäftsführenden Vorstand des Vereins Region Lahn-Dill-Bergland e.V. zusammen. Daher ist die notwendige Entscheidungsbefugnis ebenso gegeben wie die politische Durchsetzungskraft.

Der Arbeitsgruppe sollte die Aufgabe zukommen, die Umsetzung aktiv zu begleiten. Dabei schlägt die CIMA der Arbeitsgruppe die folgende Vorgehensweise vor:

1. Priorisierung der Schlüsselprojekte (Was ist vorrangig zu behandeln? Welche Themen sind dringlicher als andere?);
2. Prüfung und ggf. Ergänzung der Umsetzungsschritte des als dringlichsten erachteten Schlüsselprojektes (Welche Zwischenschritte sind ggf. notwendig?);
3. Problemsammlung (Welche Probleme könnten im Rahmen der Umsetzung auftreten und wie kann man ihnen begegnen?);
4. Genaue Festlegung der Zuständigkeiten (Wer? Macht was?), Partnerschaften (Mit wem?) und Termine (Bis wann?) der einzelnen Umsetzungsschritte;
5. Prüfung der Finanzierungsnotwendigkeiten und Festlegung der Finanzierungsmöglichkeiten/ -partner;
6. Begleitung der einzelnen Umsetzungsschritte durch ausgewählte Vertreter der Arbeitsgruppe;
7. Prüfung und ggf. Ergänzung der Umsetzungsschritte des als zweit-dringlichsten erachteten Schlüsselprojektes;
8. weiter mit Schritt 3. unter Abarbeitung aller priorisierten Projekte.

Da es sich bei den einzelnen Schlüsselprojekten um zum Teil vielschichtige und komplexe Projekte handelt, empfiehlt die CIMA ein regelmäßiges Treffen der Arbeitsgruppe. Ein Turnus von 6 bis 8 Wochen erscheint als geeignet, das ehrgeizige Programm der Strukturanalyse in die Umsetzung zu bringen.