

LEADER-Projekt

Marketing-Umsetzungsprojekt

„Touristische Mobilität „Müritz rundum“ mit Anbindung des Müritz-Nationalparks“

LEISTUNGSVERZEICHNIS

(Angebotsabgabe bis 01.März 2017)

1. Vorbemerkungen

Auch in der Müritz-Region gilt: Der Freizeitverkehr macht knapp ein Drittel des Gesamtverkehrsaufkommens aus. Seine verkehrsartenspezifische Aufteilung hat sich in den vergangenen Jahren kaum verändert – der eigene Pkw bildet nach wie vor das hauptsächlich genutzte Verkehrsmittel für die An- und Abreise zu Freizeitzielen. Viele Erholungssuchende von Freiräumen wie Natur- und Nationalparks beeinträchtigen somit die naturnahe Umgebung, die sie eigentlich genießen wollen. Diffuse Fahrtbeziehungen zu unterschiedlichen Freizeitzielen sowie an Wochenenden ausgedünnte ÖV-Takte oder nicht verkehrender öffentlicher Verkehr bilden weitere Hemmschuhe für eine Veränderung der Verkehrsmittelwahl zugunsten des öffentlichen Verkehrs. Für das Ziel eines autoarmen Tages- oder Ausflugs-tourismus müssen bestehende Angebote im Öffentlichen Verkehr regelmäßig angepasst, entsprechend vermarktet, Ziele gebündelt bzw. linear erschlossen und neue Angebote mit einer „besonderen Note“ kreiert werden.

Rund um die Müritz existieren mit dem saisonalen Angebot Müritz-Nationalpark-Ticket und mit dem dat-Bus attraktive ÖPNV-Angebote. Deren aktuelle Nutzerzahlen im Urlauber-, Freizeit- und Ausflugsverkehr entsprechen allerdings noch nicht dem Anspruch der Region, die in umweltfreundlichen Mobilitätsangeboten einen erheblichen Beitrag zur Reduzierung bzw. Vermeidung des PKW-Verkehrs und damit zur Emissionsvermeidung im Nationalpark und „rundum“ sieht. Der Förderverein Müritz Nationalpark e.V. möchte mit seinen Möglichkeiten mithelfen die Nutzung der Verkehrsmittel des Umweltverbundes in der Region zu steigern. Die regionale Erreichbarkeit, besonders aber auch die überregionale Erreichbarkeit des Müritz-Nationalparks aus dem bedeutendsten Quellmarkt Metropolregion Berlin besitzt dabei einen besonderen Stellenwert.

Eine attraktive und langfristige Mobilitätssicherung im Müritz-Nationalpark ist als Querschnittsaufgabe anzusehen, in der die bessere Erschließung der touristischen Ziele, die unterschiedlichen Mobilitätsanforderungen von Frauen und Männern (Genderaspekte) und insbesondere auch die alltäglichen Mobilitätsbedürfnisse von Jugendlichen, Senioren und mobilitätseingeschränkten Zielgruppen gleichwertig berücksichtigt werden müssen.

2. Projektziele

In 2014 wurden im LEADER-Projekt „Optimierung des Müritz-Nationalpark-Tickets“ – das vom Förderverein initiiert und beauftragt wurde – Möglichkeiten der Entwicklung des Gesamtangebotes untersucht um die Nutzerzahlen nachhaltig zu steigern. Von den Bearbeitern wurden erhebliche Defizite in der Vermarktung der bestehenden Angebote als ein wesentliches Manko erkannt. Mit diesem LEADER-Projekt sollen die Erkenntnisse des 2014-er Projektes eine lösungsorientierte Umsetzung erfahren. Folgerichtig ist ein umsetzungsorientiertes Marketing der Projektschwerpunkt.

In einem 1. Schritt hat der Projektträger Förderverein Müritz-Nationalpark e.V. in 2016 die Erstellung eines „Liniennetzplan Müritz rundum“ in Auftrag gegeben. Dieser stellt erstmalig für den Landkreis Mecklenburgische Seenplatte alle ÖPNV-Angebote dar; betreiberunabhängig, liniengenau („line by line“ mit allen Haltestellen), schematisch-geografisch zugeordnet und mit Darstellung touristischer Highlights. Die touristisch nutzbaren Angebote sind besonders hervorgehoben. Mangels bisher ausbleibender entsprechender Aktivitäten auf Seiten des Landkreises und der Verkehrsgesellschaften wurde damit in „privater Initiative“ ein allererster Schritt zur Kommunikation der Verbindung von Mobilität & Tourismus verwirklicht. Für die in der Region tätige LEADER-Aktionsgruppe Mecklenburgische Seenplatte-Müritz ist das Thema Mobilität Schwerpunktthema. Mit der Gründung des Mobilitätsnetzwerkes 2015 wurden die Grundlagen für eine aktive, vorhabenbezogene Zusammenarbeit von Kommunen, Müritz-Nationalpark, Tourismusverband und Landkreis in der Müritz-Region zum Aufbau und zur Stärkung der von Öffentlichen Verkehr und Tourismus gelegt.

Das Ziel des LEADER-Projektes ist es umsetzbare **Vorschläge für Information und Werbung für das ÖV-Gesamtangebot „Mobilität zum und im Müritz-Nationalpark“** in der Region „Müritz rundum“ darzustellen und diese auch in einem 1. Schritt **exemplarisch umzusetzen** (z.B. an Schwerpunkthaltestellen, in den verschiedensten Kanälen der Innen- und Außerkommunikation und in der Werbung). Damit kann eine Steigerung der Attraktivität des Angebotes des Müritz-Nationalpark-Tickets erreicht werden und es lässt sich die Zahl der Besucher, die mit umweltfreundlichen Verkehrsarten zum Nationalpark anreisen, nachhaltig steigern.

Neben den Angeboten „Müritz Nationalpark Ticket“ sollen geeignete „normale“ Angebote des Öffentlichen Verkehrs durch eine zielgruppengerechte Vermarktung für den Urlauber-, Freizeit- und Ausflugsverkehr nutzbar gemacht werden. Angebotsseitig erfüllen diese Bus- und Bahnlinien die selbstgewählten Qualitätskriterien touristischer Mobilitätsangebote für die Müritz-Region (täglich Betrieb zumindest in der Saison von Mai bis Oktober, Taktverkehr, Möglichkeit der Fahrradmitnahme). Seitens des Aufgabenträgers werden damit – abgesehen von geringfügigen Angebotsanpassungen und Angebotsoptimierungen – (vorerst) keine zusätzlichen finanziellen Mittel für den sogenannte üÖPNV (d.h. den regionalen Busverkehr) benötigt.

In der Projektregion „Müritz rundum“ sind derzeit folgende geeignete touristische Mobilitätsangebote des Öffentlichen Verkehrs vorhanden bzw. bis zum Saisonstart 2017 verfügbar:

- Buslinien:
 - dat-Bus zwischen Waren (Müritz) und Rechlin (Linien 012, 011 und 010)
 - Müritz-Nationalpark-Ticket-Linie Bus 009 Waren (Müritz) – Rechlin, Hafendorf
 - Bus 025 Rechlin – Mirow

und östlich angrenzend an die Projektregion

- Bus 619 Neustrelitz – Feldberg
- Bahnlinien
 - RegionalBahn R6 „Kleinseenbahn“ Neustrelitz – Mirow
 - RegionalBahn RB15 Waren (Müritz) – Inselstadt Malchow
 - RegionalExpress RE5 Wünsdorf Waldstadt – Berlin – Neustrelitz – Waren (Müritz) – Rostock

Zusätzlich sind die sogenannte „Nationalpark-Fährlinie“ Boeck – Rechlin – Röbel / Müritz – Waren (Müritz) und weitere Linienverkehre, betrieben von der Weissen Flotte Müritz GmbH, als integraler Bestandteil des Müritz-Nationalpark-Tickets zwar kein ÖPNV-Angebot, aber trotzdem ein unverzichtbarer Bestandteil des touristischen Mobilitätsangebotes „Müritz rundum“.

Die Betreiber der Buslinien in der Region, die pvm Personenverkehr Müritz GmbH (ab 01.01.2017 mit der MVVG verschmolzen) und die MVVG Mecklenburgisch-Vorpommersche Verkehrsgesellschaft als „Kreisverkehrsgesellschaft“, und die HANSeatische Eisenbahn-gesellschaft mbH als Betreiber der RegionalBahn R6 „Kleinseenbahn“ sind in der Region verankert und werden bereits direkt in Marketingaktivitäten einbezogen. Die Zusammenarbeit mit der Deutschen Bahn AG im Rahmen der Aktion „Fahrtziel Natur“ und „48 Stunden“, ist gut. Ansprechpartner für die DB ist die DB Region Nordost GmbH, die als Betreiber der RegionalBahn RB15 und des RegionalExpress RE5 auftritt.

3. Gliederung des Projektes

Das Projekt gliedert sich in drei Phasen, wobei der Schwerpunkt des Mitteleinsatzes entsprechend des o.g. umsetzungsorientierten Grundsatzes eindeutig auf „vor Ort sichtbaren Ergebnissen“ liegt. Diese stellen einen 1. Schritt einer neuen Vermarktungsstrategie von ÖV-Angeboten dar, die in der Müritz-Region für den Urlauber-, Freizeit-, und Ausflugsverkehr geeignet sind. Das Projekt hat damit Modellcharakter für das im Landkreis Mecklenburgische Seenplatte als Schwerpunktthema benannte Handlungsfeld „Mobilität & Tourismus“.

3.1. Konzept

Die **Konzeptphase** dient der Analyse der Ist-Situation. Dabei sind **Vermarktungsdefizite** der vorhandenen Angebote zu benennen (Grundlage bildet dafür u.a. das Gutachten „Optimierung des Müritz-Nationalpark-Tickets“), die für die Angebote relevanten Quellmärkte und Zielgruppen zu ermitteln und vorhandene Kommunikationswege hinsichtlich ihrer Wirksamkeit zu hinterfragen.

Mit der Erststellung eines **Marketingkonzeptes** werden die Grundlagen für die Umsetzung geschaffen.

In Anbetracht der zur Verfügung stehenden begrenzten Projektmittel müssen im Konzept nur die **Grundzüge der empfohlenen Marketingarbeit** dargestellt werden; *vertiefende Betrachtungen sind optional*. Im Marketingkonzept sind die anzuwendenden **Kommunikationsmittel und -wege darzustellen** und der dafür erforderliche **Finanzbedarf überschläglich zu ermitteln**.

Für den Auftraggeber ist der Vergleich mit ähnlich gelagerten Projekten im In- und Ausland hilfreich – der Auftragnehmer sollte im Idealfall bereits über Erfahrungen mit ähnlich gelagerten Projekten verfügen und diese Projektpreferenzen im Angebot benennen.

3.2. Gestaltung

In der **Gestaltungsphase** ist unter Beachtung des vorhandenen Corporate Design (CD) der Mecklenburgischen Seenplatte ein **CD für die touristischen Verkehre** zu entwickeln, das für alle touristisch nutzbaren Angebote des ÖPNV (Bus-, aber nach Möglichkeit auch Bahnverkehre /Kleinseenbahn/) in der Region angewendet werden kann. Damit erhalten diese Angebote eine *Dachmarke*, unter der die gesamte weitere Kommunikation einen einheitlichen Auftritt erhält.

Angesichts der Vielzahl der Besucher und Gäste aus der Metropolregion Berlin – dem weitaus bedeutsamsten Quellmarkt – sind vom Auftragnehmer die dort seit Jahren flächendeckend umgesetzten Kommunikationsmittel und -wege hinsichtlich ihrer Relevanz für das Thema zu werten. Bei Eignung bestimmter Elemente könnte daraus eine besonders nutzerfreundliche nahtlose Informationskette entstehen.

Für die praktische Umsetzung des durch den Auftragnehmer entwickelten CD sind die entsprechenden *Gestaltungsvorlagen (Templates)* zu entwickeln – so zum Beispiel für *Haltestellenausstattungen*, für die *Information und Werbung in den verschiedensten Medien* und auch zur *Kennzeichnung der Fahrzeuge* und deren *touristischen Fahrgastinformationen*.

3.3. Umsetzung

3.1.1. Ausstattung von Haltestellen

In der **Umsetzungsphase** sind in enger Zusammenarbeit mit den Baulastträgern der Haltestellen (i.d.R. sind das die Anliegerkommunen) und mit der MVVG **ca. 30 Schwerpunkthaltestellen** entlang der touristischen ÖV-Angebote (vorrangig dat-Bus-Verbindung Waren (Müritz) – Röbel – Rechlin und der Müritz-Nationalpark-Ticket-Linie) auszustatten. Vom Auftragnehmer sind Möglichkeiten zu benennen, den begrenzten Umsetzungsbudgetrahmen z.B. durch *Einwerbung von Fremdmitteln* (Finanzbeiträge der Tourismuspartner, Möglichkeit der Platzierung touristischer Werbung) zu erweitern. Damit würde die Ausstattung weiterer Haltestellen bereits im Projektverlauf möglich.

Relevante *Verknüpfungspunkte Bus/Schiff* bzw. ggf. auch *Bus/Bahn* (wenn sich im Rahmen der Projektbearbeitung die Einbeziehung der Kleinseenbahn aufgrund ihrer überregionalen Bedeutung für die Erreichbarkeit der Müritz-Region und des Nationalparks bereits in der 1. Phase der Umsetzung als sinnvoll herausstellt) sind in die Betrachtung mit einzubeziehen.

3.3.2. Ausstattung der Fahrzeuge

In Abstimmung mit der vor Ort tätigen Busgesellschaft MVVG und ihrer Subunternehmer ist die **Informationsausstattung** der im „Tourismusverkehr“ eingesetzten Fahrzeuge **zu planen** und deren Umsetzung vorzubereiten. Die Realisierung soll entsprechend den Möglichkeiten dann sukzessive erfolgen; eine notwendige Anschubfinanzierung ist zu benennen.

3.3.3. Information und Werbung

Erste **Umsetzungsschritte für Information und Werbung** über das touristische Mobilitätsangebot gemäß des neu geschaffenen CD sollen im Projektrahmen auch in den verschiedenen Medien realisiert werden. Der Umfang wird durch den finanziellen Projektrahmen bestimmt; mögliche Synergieeffekte im Zusammenspiel von Mobilitätsanbietern, Tourismusorganisationen und Verwaltungen sind dabei zu ermitteln und auszunutzen.

4. Projektmittel

Entsprechend dem Budget des bewilligten LEADER-Projektes stehen für die Bearbeitung und Umsetzung der ausgeschriebenen drei Projektphasen insgesamt **49.500,- € netto** zu Verfügung.

Die Aufteilung der Mittel für die einzelnen Projektphasen hat der Auftraggeber anhand seiner Präferenz für ein umsetzungsorientiertes Projekt vorgenommen. Die Grundlagenarbeit der Projektphasen 1 und 2 nimmt deshalb budgetmäßig einen vergleichsweise beschränkten Umfang ein.

Für die Bearbeitung und Umsetzung der einzelnen Projektphasen stehen folgende Brutto-Mittel zur Verfügung:

- Konzept: ca. 7.500,- €
- Gestaltung: ca. 15.000,- €
- Umsetzung: min. 27.500,- €

Für die Phase 3 sind mindestens die genannten Projektmittel einzusetzen; die für die Bearbeitung der Phasen 1 und 2 genannten Summen sind untereinander variierbar.

5. Ausschreibungsverfahren

Der Auftraggeber erkennt den Aufwand bei der „klassischen Erstellung“ von Corporate Design- und von Kommunikationskonzepten und deren Umsetzung an und wählt im Hinblick auf die stark begrenzten Projektmittel den Weg der „funktionalen Ausschreibung“.

Es erhält derjenige Anbieter den Zuschlag, der unter Beachtung der finanziellen Rahmenbedingungen den inhaltlichen Anforderungen in überzeugendster Weise entspricht.

Um den leistungsfähigsten Partner für die Erarbeitung des Projektes zu ermitteln, wird das Verfahren einer öffentlichen Ausschreibung gewählt. Es handelt sich um einen Ideenwettbewerb.

In die Wertung der Angebote geht neben der Kompetenz für das behandelte Thema, die anhand von Referenzen für vergleichbare Projekte nachgewiesen werden sollte, auch die Kenntnis der Situation vor Ort und die Sicherstellung der Nachhaltigkeit des Projektes ein. Es ist überzeugend darzustellen, wie die Partner vor Ort in das Projekt einbezogen werden sollen (z.B. Abwicklung der erforderlichen Abstimmungen mit den Verkehrsunternehmen und den Baulastträgern der Haltestellen) und wie eine Fortsetzung des Projektes über den Projektzeitraum hinaus und unter Verwendung welcher externer Mittel gesichert werden kann.

Bitte geben Sie bis zum **01.März 2017, um 10:00 Uhr** ein Angebot in schriftlicher oder digitaler Form ab.

Das Angebot geht an folgende Adresse:

Förderverein Müritz-Nationalpark
Neuer Markt 21
17192 Waren (Müritz)

Der Umschlag ist außen mit Namen (Firma) und Anschrift des Bieters und der Angabe zu versehen:

Maßnahme: Marketing-Umsetzungsprojekt
„Touristische Mobilität „Müritz rundum“ mit Anbindung des
Müritz-Nationalparks“

Vergabenummer: 0001

Leistung: Erstellung eines Konzeptes
Erarbeitung des Corporate Design
Modellhafte Umsetzung

Die Submission ist am **01.März 2017, um 10:00 Uhr** beim:

Förderverein Müritz-Nationalpark
Neuer Markt 21
17192 Waren (Müritz)

Die Bindungsfrist Ihres Angebotes läuft bis zum 31.Dezember 2017

Die Vergabe erfolgt vorbehaltlich der Bewilligung von beantragten Fördermitteln. Der Projektbeginn ist sofort nach Auftragsvergabe. Das Projekt muss bis zur 52. KW 2017 abgeschlossen sein. Zwischenberichte jeweils nach zwei Monaten bzw. bei wichtigen Sachverhalten, wie z. B. der Festlegung des CDs und der jeweiligen Standorte der Umsetzung in schriftlicher Form vorzulegen.

Das Konzept und das Corporate Design-Vorlagen sind zweifach in Printform und in elektronischer Form (CD) einzureichen. Für die Umsetzungsprojekte sind Ausführungsunterlagen und Materiallisten einzureichen.

Auskünfte über das Vorhaben erteilt

Herr Axel Schultz, Tel. 03991-668849, Mobil 0173 9582772, a.schultz@nationalpark-service.de

Herr Albrecht v. Kessel, Tel.039829-229822, Mobil 0175 2732798, albrechtvonkessel@t-online.de