

INTERREG-Projekt Tourism Innovation Management Fehmarnbelt (TIM Fehmarnbelt)

- * Laufzeit: 01.04.2013 – 30.06.2015
- * INTERREG IVa- Förderung, Förderquote 56,8%
- * Gesamtbudget 1.102.676,06 € (464.192,74 € deutsche Seite, 638.483,32 € dänische Seite)
- * Leadpartnerschaft übernimmt der OHT
- * Weitere Projektpartner (mit eigenem Budget)
 - Deutsche Seite: Hohwachter Bucht Touristik GmbH, Tourismus Agentur Lübecker Bucht, Stadt Fehmarn/ Umweltrat
 - Dänische Seite: Østdansk Turisme, Business Lolland-Falster, Visit Odsherred, Visit Vestjælland, Vordingborg Udviklingselskab A/S, Universität Roskilde
- * Kooperationspartner (ohne eigenes Budget)
 - DEHOGA Ostholstein, Plön und Lübeck (DE)
 - HORESTA (DK)
 - Femern A/S (DK)
 - Tourismus-Service Fehmarn

Weitere unterstützende Partner sind TASH, Tourismuszentrale Holsteinische Schweiz, Tourismusservice Schönberg, LTO Ostseeferienland, Hansa-Park und weitere 19 Leistungsträger

Ziele:

- * Gegenseitigen (Wissens-)Austausch und Zusammenarbeit fördern
- * Qualitätsverbesserung bestehender Angebote und Entwicklung neuer Produkte zur Verbesserung der Wettbewerbsfähigkeit
- * Kommunikationskanäle und Wissensplattform aufbauen
- * Öffentlichkeitsarbeit für die Fehmarnbeltregion betreiben
- * Ein wichtiger Partner in der STRING-Region sein

Schwerpunkte:

- * Regionalmanagement – Koordination, Projektadministration
- * Meetings und Aufbau einer Partner-Datenbank
- * Qualitätssicherung, Wissen und Methodik
- * Interviews mit Leistungsträgern und -partnern; Mitgliederbefragung, Quellmarktanalyse und Gästebefragung; Aktualisierung touristische Kennziffern und Trends, Seminare, Evaluierung
- * Schwerpunktthemen und Produktentwicklung
- * Identifikation und Einladung der Schwerpunktthementeilnehmer zusammen mit den lokalen Projektpartnern und Kooperationspartnern; Angebotsentwicklung (u. a. Reiseveranstalter), Workshops und Studentouren, Aktivitäten aus der Zusammenarbeit der Projektpartner
- * PR und Kommunikation
- * Vorbereitende PR-Maßnahmen in Hinblick auf die Baustelle, Aufbau von Kommunikationskanälen zu den Leistungsträgern der Region, Erstellung von Informationsmaterial für Gäste, Nutzung von PR-Kanälen (Pressedienste, Pressemitteilungen, Pressereisen, Newsletter), Aufbau Wissenscenter und Kommunikationskanäle, Konferenzen zur Wissensvermittlung, Testmarketingmaßnahmen für die zu entwickelnden Produkte

Scharbeutz, den 29. April 2013