

Wir fördern Europa.

# Schlussbericht

für das Projekt Nr. 60

„Grenzüberschreitende Kulturlandschaft Hegau-Schaffhausen“

im Rahmen des Interreg IV-Programms Alpenrhein-Bodensee-Hochrhein



Die Skulpturengruppe  
„Die Hegauer“ von  
Helmut und Bony  
Hätz (rechts) fand  
beim „Grenzlosen  
Gartenerlebnis“ die  
große Bewunderung  
unter den Besuchern.  
Bild: Walden



40 französische Journalisten von Gartenmagazinen waren vom Ambiente in der Gartenmanufaktur Siegwärth in Böhligen begeistert. Manfred Siegwärth (vorne, hockend) hatte den Gästen einiges zu bieten. BILD: GEHRMANN-KOHRM





Pressekonferenz zum Thema Gärten am 20. Juni 2008



Gartenjury bei einem Besprechungstermin



Rückschau auf eine erste Gartensaison am 06. Oktober 2009



CMT 2012 in Stuttgart



CMT 2011



Prospektbörse 2010  
Rielasingen-Worblingen



Prospektbörse 2011  
Hilzingen

## I. Allgemeine Angaben

Füllen Sie hier bitte jeweils die Formularfelder aus. Wechseln Sie anschließend in die Seitenansicht, damit die eingegebenen Daten in die Kopfleiste übernommen werden.

### Projektnummer und -titel

Projekt Nr. 60  
Grenzüberschreitende Kulturlandschaft Hegau-Schaffhausen

### Projektkoordinator

Jörg Unger, Arbeitsgemeinschaft Hegau-Touristik e.V., Hohgarten 4, 78224 Singen

### Projektpartner (kurze Liste mit Bezeichnung und Herkunftsland der beteiligten Partner)

Schaffhauserland Tourismus (CH)

### Projektlaufzeit (TT.MM.YYYY - TT.MM.YYYY)

01.04.2007 – 31.01.2012

### Anlagenverzeichnis (für zusätzlich beigelegte Dokumente)

## II. Inhaltlicher Schlussbericht

*Sie können Ihren Bericht direkt im entsprechend markierten Bereich auf den folgenden Seiten verfassen. Dieser Abschnitt ist zur Bearbeitung freigegeben. Bitte achten Sie darauf, den Text auf etwa 5 Seiten zu beschränken. Zur Veranschaulichung können dem Bericht Fotos, Grafiken oder ähnliches beigefügt werden.*

### II.1 Projektbeschreibung

*Stellen Sie einleitend zunächst kurz das Projekt vor und beschreiben Sie die Ziele und Inhalte.*

Kultur ist im Tourismus zum Trend geworden: das kulturelle Angebot ist ein entscheidendes Kriterium bei der Auswahl einer Urlaubsregion. Die Region Hegau als grenzüberschreitende Kulturregion im Bodenseeraum verfügt über einen umfangreichen Schatz kulturhistorisch, bemerkenswerter Denkmäler und kulturell hochinteressanter Angebote. Hier kann der Gast die Kulturgeschichte der Menschheit auf engstem Raum erleben und die Zusammenhänge zwischen den von der Natur vorgegebenen Bedingungen und den daraus entstandenen kulturellen Ergebnissen nachvollziehen. Besuche im Hegaumuseum in Singen, im städtischen Museum in Engen, sowie im Museum Allerheiligen in Schaffhausen bringen die frühzeitliche Geschichte des Hegau zum Vorschein. Historische Zeitzeugen, wie die Burgruinen auf den Hegaubergen, Schlösser in den Hegaugemeinden und die Altstädte von Engen, Tengen, Aach, Stockach, Stein am Rhein und Schaffhausen bieten einen Einblick in die Geschichte des Hegaus.

Kulturleben als Einheit von traditioneller Lebensweise, regionaler Identität, Landschaft und besonderen Kulturobjekten wird meist nur unzureichend in zielgerichtete touristische Angebote einbezogen. Durch die thematische Vernetzung von „Kultur und Landschaft“, „Kultur und Natur“, „Kultur und Genuss“, „Kultur und Freizeit“ werden die Zusammenhänge zwischen Natur-, Kultur- und historischer Landschaft sichtbar und erlebbar. Ein Augenmerk wird auch auf die Erschließung der Kulturregion für „Nichtmotorisierte“ Gäste sprich Radfahrer, Wanderer und Nutzer des ÖPNV gelegt.

Konkrete Maßnahmen:

- Bündelung und Vernetzung kultureller Angebote der Region
- Verküpfungen mit anderen Kulturtreibenden herstellen
- Schwerpunkte und thematische Inhalte festlegen
- Termine koordinieren und kommunizieren
- Verkaufsfähige Angebote entwickeln und vorhandene Angebote zusammenfassen
- Gemeinsame Werbung
- Einsatz der Angebotswerbung in den Marketingmaßnahmen der IBT, TMBW, ....
- Presse und Öffentlichkeitsarbeit
- Gemeinsame Aktionen

### II.2 Gegenüberstellung geplanter und tatsächlich durchgeführter Aktivitäten

*Stellen Sie einen Vergleich der nach Projektantrag vorgesehenen und letztendlich innerhalb des Projekts durchgeführten Maßnahmen auf. Gehen Sie insbesondere darauf ein, warum entgegen den Planungen einige Aktivitäten nicht oder eventuell andere zusätzlich durchgeführt wurden. Gab es Probleme bei der*

*Durchführung? Wie haben sich diese auf den weiteren Verlauf ausgewirkt? Gelang die Abwicklung der einzelnen Projektphasen und Meilensteine den Planungen entsprechend oder gab es Abweichungen?*

Im Projektantrag wurde der Aufbau eines Netzwerkes für öffentliche und private Gärten als Zielvorgabe ausgegeben. Dieses Ziel wurde in hohem Maße erreicht. Seit dem Jahre 2009 gibt es jährlich eine gemeinsame Broschüre mit bis zu 50 öffentlichen und privaten Gärten und Parkanlagen. Die Privatgärten werden an bestimmten Terminen in der Saison ein- bis mehrmals für die Öffentlichkeit zugänglich gemacht. Eine Gartenkommission unterstützt dabei die Tourismusorganisationen bei der Beurteilung der Gärten. Auf deutscher Seite ist dies ein örtlicher, namhafter Gartenbaubetrieb, die Fa. Siegwarth. Auf Schweizer Seite wird die Entscheidungsfindung vom Leiter der Stadtgärtnerei Schaffhausen und von einer ehemaligen Inhaberin eines Blumengeschäftes getragen. Gerade dieser drei Personen, Regina Weber, Manfred Siegwarth und Felix Guhl stehen für die Qualität der vorgestellten Gärten und Parkanlagen. Die seit 2009 erscheinende Broschüre wird für jede Saison neu überarbeitet und mit einer Auflage von inzwischen 16.000 Stück herausgegeben. Die Verteilung der Broschüre erfolgt dabei auf unterschiedlichen Wegen. Ein großer Anteil wird auf der Messe CMT in Stuttgart Anfang Januar verteilt. Eine weitere Verteilung an Interessierte erfolgt über die Touristinfos der 16 Hegaugemeinden und Schaffhauserland Tourismus, sowie benachbarte Touristinfos am westlichen Bodensee und auch direkt über die privaten Gartenbesitzer. Seit 2011 werden die Broschüren auch in größeren Gartenbetrieben der Region ausgelegt.

Beim alljährlichen Saisonabschluss ziehen die Gartenbesitzer ein Fazit der abgelaufenen Saison. Es werden positive und negative Themen besprochen und der grenzüberschreitende Dialog der Gartenbesitzer zeichnet dieses Produkt und das Netzwerk, das daraus entstanden ist in hervorragender Weise aus. Viele Gartenbesitzer haben die Sorge, dass nach Auslaufen der Interreg-Förderung das Projekt sterben würde. Doch diese Sorge konnten die Verantwortlichen der beiden Tourismusorganisationen den Gartenbesitzern und der Kommission nehmen. Dieses Produkt wird auch in den kommenden Jahren Bestand haben. Über die weitere Finanzierung muss dabei noch nachgedacht werden.

Literatur lässt sich in hervorragender Weise mit dem Thema Garten in Verbindung bringen. Das Jahr 2009, als die CRIMINALE grenzüberschreitend in der Region um Singen stattfand, war der Start für eine Zusammenarbeit zwischen den Städtischen Bibliotheken Singen und der AG Hegau-Schaffhausen. Der persönliche Kontakt der Leiterin der Bibliotheken, Frau Barbara Grieshaber, zu den vielen Autoren konnte genutzt werden, um Veranstaltungen in den Gärten und Parkanlagen zu organisieren. Seit 2010 finden jährlich mehrere Lesungen bekannter Autoren in den Gärten statt.

Da auf beiden Seiten der Grenze ausgedehnte Weinanbaugebiete liegen, lag es nahe die Region mit diesem Thema aus touristischer Sicht mehr in den Vordergrund zu rücken. Auf beiden Seiten gibt es eine Vielzahl von Wander- und Radwegen, die auch durch die Weinanbaugebiete führen. Eine Vielzahl von Winzern heißen die Feriengäste willkommen. So gibt es neben dem Verkauf von Produkten direkt ab Hof, auch eine große Anzahl von Bessenwirtschaften und auf Schweizer Seite auch ein Weinbaumuseum und ein Fasshotel, wo die Gäste in großen Eichenfässern übernachten können. Diese vielfältigen Angebote wurden nun in einer Broschüre zusammengefasst. Weinwanderwege und Weinradwege durch die Weinberge wurden in dieser Broschüre beschrieben. Außerdem kann sich der Gast zu Übernachtungsmöglichkeiten, Anbaugebiete, Rebsorten und alles rund um das

Thema Wein informieren. Die Broschüre wird ebenfalls auf der CMT, sowie bei den regionalen Tourist-Infos angeboten. Ein weiterer Vertriebsweg sind natürlich die Winzer vor Ort.

All diese kulturellen Angebote finden sich auch auf den Internetseiten der beiden Tourismusorganisationen wieder. Um auch nicht deutschsprechenden Gästen die Möglichkeit zu geben sich über die Region zu informieren, wurden Teile der Homepages der Arbeitsgemeinschaft Hegau-Touristik e.V. ins Englische übersetzt.

Begleitend zu den Printprodukten dieser Teilprojekte wurde umfangreiche Werbung in unterschiedlichsten Printmedien, in Rundfunk (Hafenkonzert SWR4 in Friedrichshafen) und bei verschiedenen großen (z.B. Tour de Ländle) und kleineren Veranstaltungen betrieben. Eine gemeinsame Presseaussendung mit Tourismus Untersee e.V. zum Thema Gärten, die Beteiligung an einer Pressereise des TMBW mit französischen Journalisten waren weitere Aktivitäten. Anzeigen wurden regelmäßig in der Region Stuttgart geschaltet. Diese Anzeigen wurden von umfangreichen redaktionellen Berichten zur Region Hegau-Schaffhausen, sowie den einzelnen Teilprojekten begleitet. Gerade das Einzugsgebiet um Stuttgart ist lt. Analyse der IBT GmbH und der Hochschule Konstanz für die Bodenseeregion der wichtigste Markt für Feriengäste überhaupt und darf deshalb bei der Marktbearbeitung nicht unterschätzt werden.

Bei der Öffentlichkeits- und Pressearbeit wurde stets auf die Förderung durch Interreg IV – Mittel hingewiesen. Nicht immer wurde dieser Hinweis auch in den Berichten so kommuniziert. Zwei Roll-Ups wurden auf Messen und anderen öffentlichen Auftritten, wie Tour de Ländle, Prospektbörsen etc. mitgeführt. Auch dort war der Hinweis auf die o.g. Fördermittel ersichtlich.

Da die Überführung der AG Hegau in einen Verein für die Förderung im Rahmen von Interreg IV vorausgesetzt wurde und die Gründung erst im Frühjahr 2009 umgesetzt werden konnte und damit die Umsetzung der Teilprojekte zeitlich in Verzug geriet, war hierfür eine zeitlich sehr straffe Zeitleiste erforderlich. Es konnten bis auf ein Projekt alle Einzelprojekte umgesetzt werden. Leider nicht durchgeführt werden konnte das landwirtschaftliche Thema, das auf deutscher Seite mit dem Begriff „Lernort Bauernhof“ bezeichnet wird. Hierbei sollten deutsche und schweizerische landwirtschaftliche Betriebe zusammengeführt werden und durch grenzüberschreitende, gemeinsame Aktionen die Vielfalt und auch die Unterschiedlichkeit der Landwirtschaft in Deutschland und in der Schweiz Kindern und auch Erwachsenen nähergebracht werden.

### II.3 Finanzielle Projektumsetzung

*Berichten Sie kurz über die finanzielle Abwicklung des Projekts. Wurde die Finanzplanung gemäß Anlage 1 zum Fördervertrag eingehalten? Begründen Sie eventuelle Abweichungen.*

Die finanziellen Rahmenbedingungen für das Projekt wurden rechtzeitig zum geplanten Projektstart verabschiedet. Leider konnte durch die fehlende rechtliche Grundlage beim deutschen Partner Arbeitsgemeinschaft Hegau-Touristik der geplante Beginn des Projektes nicht eingehalten werden. Zu spät wurde realisiert, dass die Arbeitsgemeinschaft keine rechtliche Grundlage aufweist, auf dessen Grundlage diese als Partner in einem Interreg IV – Projekt auftreten kann. Folge war, dass diese Grundlage erst geschaffen werden musste,

in unserem Fall entschied man sich für die Rechtsform eines Vereins. Da dieser Verein erst am 09. Juni 2009 gegründet werden konnte entschied man sich Werbung/Marketing und Drucksachen erst nach der Gründung in Angriff zu nehmen und nur in Personal (vorbereitende Tätigkeiten) zu investieren. Somit verschoben sich Ausgaben, die für 2007 und 2008 geplant waren in die folgenden Jahre. An den Gesamtausgaben änderte sich dabei nichts. Eine geringfügige Verschiebung zu Gunsten der Personalkosten ist auf Grund der arbeitsintensiven Vorbereitung des Projektantrages und der Vereinsgründung möglich. Zu Beginn des Jahres 2011 wurde erstmals deutlich, dass die fehlende Zeit zu Beginn des Projektes nicht mehr eingeholt werden kann. Deshalb baten wir mit Schreiben vom 20. Juni 2011 um eine Verlängerung der Projektlaufzeit bis 31. Januar 2012. Der Bitte wurde mit Schreiben vom 27. Juni 2011 entsprochen. Trotz der Verlängerung wurden die geplanten Ausgaben in Höhe von € 281.149,- nicht vollständig getätigt. Die Ausgaben werden mit der Schlussabrechnung bei ca. € 245.000,- und so etwa € 36.150,- unter dem Ansatz liegen. Da die von uns geplanten Ziele größtenteils erreicht wurden sahen wir keinen Grund zusätzliche Ausgaben zu tätigen, nur um die geplanten Vorgaben zu erreichen, zumal etwaige Aktivitäten im Herbst und Winter 2011 nicht sehr sinnvoll gewesen wären.

#### II.4 Darstellung der Ergebnisse

*Legen Sie dar, welche Ziele und grenzüberschreitende Effekte tatsächlich erreicht werden konnten. Gehen Sie dabei insbesondere auf die von Ihnen im Antrag gemachten Angaben zum Innovationsgehalt und der erwarteten Impulswirkung des Projekts ein. Zeigen Sie eventuelle Auswirkungen auf Chancengleichheit und Belange der Umwelt innerhalb des Wirkungsbereichs des Projektes.*

Durch die thematische Vernetzung von „Kultur und Landschaft“, „Kultur und Natur“, „Kultur und Genuss“, „Kultur und Freizeit“ werden die Zusammenhänge zwischen Natur-, Kultur- und historischer Landschaft sichtbar und erlebbar. Ein Augenmerk wird auch auf die Erschließung der Kulturregion für „Nichtmotorisierte“ Gäste sprich Radfahrer, Wanderer und Nutzer des ÖPNV gelegt. Um weiter zwischen den Urlaubsregionen Bodensee und Schwarzwald bestehen zu können müssen weitere Anstrengungen unternommen werden, um die Attraktivität der grenzüberschreitenden Urlaubsregion Hegau-Schaffhausen zu steigern. Damit das Thema Kulturlandschaft nachhaltig an die Region Hegau-Schaffhausen gekoppelt werden kann, wurde das Gesamtprojekt über einen Zeitraum von 4 Jahren mit verschiedenen Themen bearbeitet. Diese Themen sollten unter einer gemeinsamen Plattform präsentiert werden. Diese Plattform ist eine Internetanwendung auf den Internetseiten der AG Hegau Touristik und Schaffhauserland Tourismus, über die georeferenzierte Wege zu einzelnen Themen ausgewählt und ausgedruckt werden können. Zum Thema Literatur wurden im Zuge der Criminale, die 2009 in Singen, dem Hegau und in Schaffhausen stattfand, Angebote für Gäste entwickelt, die über den einwöchigen Zeitraum der Criminale hinweg Bestand haben. Lesungen in Gärten mit Prominenten Autoren erfreuen Einheimische wie Gäste, die ihren Urlaub in der Region verbringen. Für das Thema Landschaft und Gärten wurden ein Netzwerk und eine daraus resultierende Broschüre von öffentlichen und privaten Gärten erstellt. Diese Gärten können ganzjährig oder was vor allem für private Gärten der Fall ist an bestimmten Tagen geöffnet werden. Das mediale Interesse der Criminale soll über das Jahr hinaus für Veranstaltungen wie Lesungen in Gärten genutzt werden. Literatur und das Gartenthema fanden so in der Region zusammen. Ca. 10.000 Besucher wurden im letzten Jahr in den Privatgärten gezählt. Zahlen, die für sich sprechen und den Erfolg dieser Idee widerspiegeln. Seit Anfang an bildeten sich auch grenzüberschreitend Gruppen und Freundschaften innerhalb der „Gartenbesitzerfamilie“. Das Thema Gärten ist auch über die Region hinaus präsent. Ein ähnliches Projekt

läuft am Untersee, dem westlichen Teil des Bodensees, unter dem Titel „Garten-Rendezvous am Untersee“. Gemeinsam mit Tourismus Untersee e.V. wurde deshalb auch eine gemeinsame Presseaussendung im Herbst 2011 lanciert. Des Weiteren wird sich die Internationale Bodensee Tourismus GmbH in den folgenden Jahren mit diesem Thema beschäftigen.

Das Thema Weinbau in der grenzüberschreitenden Kulturlandschaft Hegau-Schaffhausen wurde mit der Broschüre „Rund um den Wein“ für den Gast, wie auch für die Einheimischen begeh- und befahrbar. Rad- und Wandertouren durch die Weinberge und Einkehr- und Übernachtungsmöglichkeiten direkt beim Erzeuger sind Themen, die nachgefragt werden. Innerhalb eines Jahres ist die 1. Auflage in Höhe von 15.000 Stück vergriffen und muss nachgedruckt werden. Zwei deutsche Erzeuger, die Weingüter Vollmayer aus Hilzingen, sowie Zolg aus Gailingen unterstützen uns bei der Vermarktung des Themas. Beide waren an unterschiedlichen Tagen gemeinsam mit der Arbeitsgemeinschaft Hegau auf der CMT in Stuttgart vertreten. Auch dieses Thema wird die IBT GmbH in Zukunft für den gesamten Bodensee vorantreiben. Bei beiden Themen ist damit die Region Hegau-Schaffhausen ganz vorne dabei und hat mit ihren Printprodukten schon einen ordentlichen Vorsprung gegenüber anderen Regionen.

Printmedien und Presse- und Öffentlichkeitsarbeit vervollständigen die Vermarktung der entwickelten Ideen. Die gemeinsame Technik rund um den Bodensee werden die vorgenannten Themen im Internet präsentieren. Das System der georeferenzierten Wege im Internet wird sehr zum Vorteil der Gäste bei Untersee Tourismus, der IBT GmbH, sowie bei Thurgau Tourismus und anderen Schweizer und deutschen Tourismusorganisatoren angeboten. Das Portal bietet die Möglichkeit auf Veränderungen in der touristischen Themenwelt zu reagieren und bestehende Inhalte den aktuellen Anforderungen anzupassen. Der Gast hat die Möglichkeit eine seinen Ansprüchen genügende Urlaubsplanung kostenlos vornehmen zu können. Des Weiteren steht dieses System natürlich auch den Einheimischen zur Verfügung, die dadurch die kulturelle Vielfalt der Region nutzen und kennenlernen können.

Ziel all dieser Teilprojekte, zusammengefasst als Gesamtprojekt, ist es den heimischen Tourismus zu stärken, indem die Übernachtungszahlen in der Region Hegau-Singen-Schaffhausen gesteigert werden, um bestehende Arbeitsplätze zu sichern und weitere zu generieren. Von der Intensivierung des Tourismus partizipieren alle Betriebe der ersten und zweiten Umsatzstufe im größeren Umfeld des Tourismus. Ferner partizipieren kulturelle Einrichtungen, Nahverkehrsunternehmen und sonstige Anbieter von öffentlichen Dienstleistungen. Jährliche Steigerungsraten im Bereich Ankünfte und Übernachtungen von bis 15% pro Jahr seit 2008 belegen die Richtigkeit der grenzüberschreitenden Aktivitäten in der Region Hegau-Schaffhausen. Wander- und Radwege grenzüberschreitend zu den unterschiedlichsten Themen am westlichen Bodensee sind für den Gast von besonderem Interesse.

## II.5 Erfahrungen mit der grenzüberschreitenden Kooperationsstruktur

*Beschreiben Sie bitte, in welchem Umfang die Zusammenarbeit im Projekt erfolgt ist (gemeinsame Ausarbeitung, Durchführung, Finanzierung, Personal etc.) und welche Erfahrungen Sie in der Kooperation mit den beteiligten Projektpartnern gemacht haben und ob auf Grund dieser Erfahrungen weitere Kooperationen, auch ohne öffentliche Förderung, angestrebt werden.*

Die Zusammenarbeit im Projekt erfolgte innerhalb der gemeinsamen Arbeitsgemeinschaft Hegau-Schaffhausen. Zweimal pro Jahr trifft sich die 10-köpfige Vorstandschaft der AG, um die Finanzen und Themen für die Zukunft zu besprechen. Zur Umsetzung der Beschlüsse gibt es zwei Geschäftsführer (D und CH), die sich mehrmals pro Jahr bei Bedarf zu Arbeitssitzungen treffen und Zielvorgaben ausarbeiten, die entweder von einer Mitarbeiterin (50% - Stelle) oder auch in Arbeitsgruppen ausgearbeitet werden. Die Finanzierung erfolgt über Mitgliedsbeiträge, die von beiden Mitgliedern, der Arbeitsgemeinschaft Hegau-Touristik e.V. und Schaffhauserland Tourismus im Verhältnis 2:1 jeweils zum Jahresanfang aufgebracht werden. Die Kooperation zwischen den beiden Partnern ist geprägt durch Kollegialität, gegenseitigem Verständnis und Vertrauen. Diese Zusammenarbeit besteht nun schon seit über 10 Jahren und wird auf Grund der höchst positiven Erfahrungen mit Sicherheit auch in den nächsten Jahren fortgeführt werden. Die exponierte Lage der beiden Regionen Hegau und Schaffhauserland mit ihrem höchst interessanten Grenzverlauf und den vielen Attraktionen lässt keine andere Möglichkeit zu. Beide Regionen profitieren voneinander und dies ist auch den verantwortlichen Entscheidungsträgern bewusst. Die Zusammenarbeit wird auch auf höchster politischer Stufe unterstützt und vorgelebt. So sind immer wieder auch Bürgermeister, Stadtpräsidenten und Kantonsräte bei gemeinsamen Terminen und Veranstaltungen anwesend und dokumentieren so auch immer wieder die gemeinsamen Ziele der Region.

#### **II.6 Geplante Folgeaktivitäten sowie weitere Schritte zur Nutzung und Verbreitung der Ergebnisse**

*Stellen Sie hier die Nachhaltigkeit der erreichten Ergebnisse dar. Wird das Projekt nach Ablauf der geförderten Laufzeit eigenständig fortgesetzt oder sind Nachfolgeprojekte vorgesehen? Wie sollen die im Rahmen des Projekts gewonnenen Erkenntnisse weiter verwendet und der Öffentlichkeit zugänglich gemacht werden?*

Die einzelnen Projekte wurden bereits über mehrere Jahre entwickelt, weiterentwickelt und angeboten. Das Gartenprojekt läuft nun schon im 4. Jahr und kann als Erfolgsprodukt betitelt werden. Das Weinerlebnis ist noch in der Anlaufphase und benötigt sicher noch etwas Zeit, auch mit Unterstützung der IBT GmbH, bis ein Erfolg messbar ist. Beide Themen werden wir in den nächsten Jahren weiterhin mit den bekannten Printprodukten weiterführen und werbemäßig begleiten. Gerade die Tatsache, dass die IBT diese beiden Themen als Leitprodukte in deren Marketingaktivitäten aufnimmt ist für uns Ansporn genug diesen Weg weiter zu gehen. Beide Themen sind auch über 4 Touren auf verschiedenen touristischen Internetseiten rund um den Bodensee präsent.

#### **II.7 Bericht über Maßnahmen der Öffentlichkeitsarbeit (siehe auch Anlage 1 zum Schlussbericht)**

*Gemäß § 16 Absatz 1 des Fördervertrages sind die vorgegebenen Bestimmungen über Informations- und Publizitätsmaßnahmen zu beachten. Siehe hierzu auch Leitfaden 1 Ziffer 2.20 sowie Leitfaden 2 Ziffer 2.6. Führen Sie im Bericht auf, welche Maßnahmen zu einer angemessenen Außendarstellung des Projekts und des Förderprogrammes unternommen wurden. Füllen Sie dazu auch die Anlage 1 zum Schlussbericht entsprechend aus.*

Während der Laufzeit des Projektes wurden die Print- und Werbeprodukte mit den entsprechenden Logos versehen. Es wurden zwei Rollups angeschafft, auf denen ebenfalls der Hinweis auf die Förderung durch Interreg-Mittel ersichtlich ist. Diese Rollups wurden auf Messebesuchen und anderen öffentlichen Auftritten (Prospektbörse, Saisonabschluss

Gartenprojekt) als Informationsträger präsentiert. Bei unseren Werbeanzeigen wurden jeweils redaktionelle Beiträge veröffentlicht, in denen auf die Förderung hingewiesen wurden.

## II.8 Projektbewertung

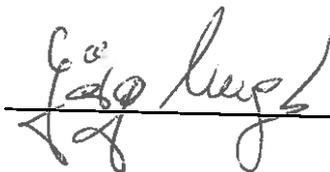
*Als Abschluss des Berichts bitten wir um eine zusammenfassende Projektbewertung.*

Das Projekt kann vollumfänglich als erfolgreich bewertet werden. Alle maßgebenden Personen aus Tourismus, Kultur und Politik lobten die Ergebnisse und die Zusammenarbeit im Projekt. Die einzelnen Produkte erfuhren bisher eine enorme Aufmerksamkeit in der Bevölkerung vor Ort und auch bei den Feriengästen. Diese Erfolge sind Grundlage für die Weiterführung dieser Einzelprojekte. Die bewährte Zusammenarbeit über die Grenzen hinweg wird auch in Zukunft beibehalten werden. Diese grenzübergreifende Zusammenarbeit macht auch Sinn am internationalen Bodensee, wo innerhalb der IBT Deutschland, die Schweiz, Österreich und Lichtenstein gemeinsame Ziele formulieren und erreichen wollen. Diese internationale Zusammenarbeit wird auch in der Region Hegau-Schaffhausen erfolgreich gelebt.

Hiermit bestätige ich die Vollständigkeit und Richtigkeit der im Bericht gemachten Angaben.

Ort, Datum Singen, 30. April 2012

Unterschrift



Arbeitsgemeinschaft  
**Hegau-Touristik e.V.**  
Hohgarten 4 - Stadthalle  
D-78224 SINGEN  
Tel: +49 (0)7731-85514  
Fax: +49 (0)7731-85513

## Auswertung der Maßnahmen der Öffentlichkeitsarbeit

**Projektname:** Nr. 60; Grenzüberschreitende Kulturlandschaft Hegau-Schaffhausen

**Projektlaufzeit:** 01.04.2007 - 31.01.2012

Art der Maßnahme	Anzahl
Anzahl der durchgeführten Veranstaltungen (Auftakt- / Schlussveranstaltungen, Seminare, Workshops, etc.)	14
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Anzahl der Besucher bzw. Teilnehmer</li> </ul>	ca. 1.500
Anzahl der Veranstaltungen, bei denen eigene Projekt-Banner aufgestellt wurden	14
Anzahl der verteilten Flyer	
Anzahl der Ausgaben von Newslettern	
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Anzahl erreichter Personenkreis (im Durchschnitt je Ausgabe)</li> </ul>	
Anzahl der verteilten Plakate / Poster	
Anzahl der verteilten Broschüren, Kataloge, Programmhefte	ca. 50.000
Anzahl erstellter Imagefilme	
Anzahl der verteilten und durch Interreg geförderten Give-aways (z.B. Kugelschreiber, Schreibblöcke)	800
Anzahl der aufgestellten Erläuterungs- bzw. Hinweistafeln im Sinne der Ziffer 2.6.1 Leitfadens 2	
Anzahl der veröffentlichten Presseberichte	ca. 50
Anzahl der erstellten Pressemitteilungen	ca. 15
Anzahl der durchgeführten Pressekonferenzen	3
Anzahl der veröffentlichten Berichte in Funk und Fernsehen	2
Anzahl von wissenschaftlichen Publikationen	

Wurde eine Projekt-Homepage erstellt?	<input type="checkbox"/> Ja x <input checked="" type="checkbox"/> Nein
Wurde eine bestehende Homepage um das Projekt erweitert?	<input type="checkbox"/> Ja X <input checked="" type="checkbox"/> Nein
- Einzelprojekte wurden auf bestehender Homepage veröffentlicht.	

Weitere Maßnahmen (z.B. Unterrichtsmaterial, Befragungen etc.)	Anzahl