
Prüfung der Förderwürdigkeit von LEADER-Projekten in der LAG Odenwald

Projektbeschreibung – LEADER

1. Projekttitle:

„Markenaufbau und Sichtbarmachung der touristischen Angebote im Munteren Mümlingtal“

Interregionales Kooperationsprojekt der LAG Interessengemeinschaft Odenwald e.V. (Hessen) und der LAG Main4Eck (Bayern)

2. Projektträger:

TAG Munteres Mümlingtal e.V.

c/o Stadt Bad König

Elisabethenstraße 13, 64732 Bad König

Vertretungsberechtigter: Bürgermeister Siegfried Scholtka

Rechtsform: gemeinnütziger eingetragener Verein

Projektkoordination: Anne Aßmus (LAG Odenwald) und Philipp Wollbeck (LAG Main4Eck)

Mitglieder: 6 Kommunen (Brombachtal, Bad König, Breuberg, Höchst i. Odw., Lützelbach – Hessen; Mömlingen – Bayern)

sowie touristische Betriebe und interessierte Bürgerinnen und Bürger der Region.

Der Verein finanziert sich über Mitgliedsbeiträge der beteiligten Kommunen.

Die touristische Arbeit erfolgt in enger Abstimmung mit der Odenwald Tourismus GmbH (OTG), welche die touristische Destination „Odenwald“ überregional vermarktet.

Antragsteller Hessen:

Gmd. Höchst i. Odw.

Bürgermeister Jens Fröhlich

Montmelianer Pl. 4,

64739 Höchst im Odenwald

Antragsteller Bayern:

Gmd. Mömlingen

Bürgermeister Siegfried Scholtka

Hauptstraße 70

63853 Mömlingen

3. Ausgangssituation:

Die Touristische Arbeitsgemeinschaft (TAG) Munteres Mümlingtal ist ein interkommunaler Zusammenschluss von sechs Kommunen, die gemeinsam die touristische Entwicklung im Mittleren Mümlingtal koordinieren und fördern. Zum Verbund gehören die fünf hessischen Kommunen Brombachtal, Bad König, Breuberg, Höchst i. Odw. und Lützelbach sowie die bayerische Kommune Mömlingen.

Gemeinsam bilden sie eine Region mit rund 43.000 Einwohnerinnen und Einwohnern, die sich durch eine landschaftlich reizvolle Lage entlang der Mümling, eine hohe Lebensqualität sowie ein vielfältiges Freizeit- und Kulturangebot auszeichnet.

Die TAG ist integraler Bestandteil der touristischen Destination Odenwald, deren übergeordnetes Marketing von der Odenwald Tourismus GmbH (OTG) verantwortet wird.

Während die OTG den Odenwald als Gesamtregion überregional positioniert, fungiert die TAG Munteres Mümlingtal als regionale Organisationseinheit, die die lokale Umsetzung touristischer Aktivitäten und die Entwicklung spezifischer Angebote im eigenen Teilraum sicherstellt.

Diese duale Struktur – überregionale Dachorganisation und regionale Untereinheit – hat sich bewährt und ermöglicht es, sowohl gemeinsame Synergien zu nutzen als auch gezielt lokale Besonderheiten hervorzuheben.

In den vergangenen Jahren wurden im Rahmen der TAG bereits mehrere gemeinschaftliche Marketingmaßnahmen umgesetzt, die erste wichtige Schritte zu einer gemeinsamen touristischen Identität darstellten.

Hierzu zählen drei thematische Broschüren:

- eine **Kulinarik-Broschüre**, die regionale Gastronomiebetriebe, Erzeuger und kulinarische Besonderheiten des Mümlingtals präsentiert,
- eine **Bike-Broschüre**, die Tourenvorschläge und Erlebnistipps für Radfahrerinnen und Radfahrer bündelt, sowie
- ein **digitaler Kinder-Stadtführer**, der jüngeren Besucherinnen und Besuchern spielerisch Einblicke in Geschichte, Sehenswürdigkeiten und Freizeitangebote vermittelt.

Darüber hinaus betreibt die TAG eine gemeinsame Webseite unter www.munteres-muemlingtal.de, die als zentrale digitale Informationsplattform für Gäste und Einheimische dient.

Die Website enthält neben touristischen Informationen zu den Gemeinden auch Veranstaltungshinweise, Freizeitangebote und Unterkünfte.

Über eine technische Anbindung an die Buchungsdatenbank der Odenwald Tourismus GmbH können Gäste Ferienwohnungen und Unterkünfte direkt online buchen – ein wichtiges Element zur digitalen Vermarktung der Region.

Trotz dieser gelungenen Ansätze bestehen weiterhin strukturelle und kommunikative Herausforderungen:

Die bislang eingesetzten Medien und Maßnahmen sind nicht durch ein übergreifendes Markenbild verbunden, wodurch die Region nach außen heterogen wahrgenommen wird.

Zudem fehlt eine systematische, länderübergreifende Kommunikationsstrategie, die die gemeinsame Identität der sechs Kommunen sichtbar macht und die interkommunale Zusammenarbeit stärker nach außen transportiert.

Die bereits bewährte Zusammenarbeit zwischen den hessischen und bayerischen Partnerkommunen bietet ein hohes Potenzial, um die touristische Profilierung auf eine neue Ebene zu heben.

Die Region möchte sich künftig als einheitlicher, attraktiver Teil der Destination Odenwald präsentieren – mit einem konsistenten Erscheinungsbild, einem klaren Leitmotiv und einem abgestimmten Kommunikationskonzept, das die Stärken der beteiligten Orte bündelt und sie in einen gemeinsamen Markenkontext stellt.

Mit dem beantragten LEADER-Kooperationsprojekt sollen diese bestehenden Grundlagen nun strategisch weiterentwickelt und professionalisiert werden.

Ziel ist es, die bisher erreichten Erfolge in der interregionalen Zusammenarbeit in eine dauerhafte Struktur zu

überführen, die den Tourismus im Mümlingtal zukunftsfähig ausrichtet, Synergien mit der OTG stärkt und die Sichtbarkeit der Region als authentische und lebendige Destination des Odenwaldes langfristig sichert.

4. Projektziel:

Das Projekt „Markenaufbau und Sichtbarmachung der touristischen Angebote im Munteren Mümlingtal“ verfolgt das übergeordnete Ziel, den Tourismus in der Region nachhaltig zu beleben, die interkommunale Zusammenarbeit über Landesgrenzen hinweg zu verstetigen und die gemeinsame Identität des „Munteren Mümlingtals“ als Teil der touristischen Destination Odenwald zu stärken. Dabei soll sowohl die externe Sichtbarkeit der Region nach außen – gegenüber Gästen und potenziellen Besuchern – als auch die interne Sichtbarkeit nach innen – gegenüber den Bürgerinnen und Bürgern – gezielt gefördert werden.

1. Externe Sichtbarkeit:

Die externe Sichtbarkeit zielt darauf ab, das Muntere Mümlingtal als eigenständige und zugleich integrale Teilregion des Odenwaldes klar zu positionieren und touristisch bekannter zu machen. Dies soll durch eine professionelle, wiedererkennbare Markenkommunikation, durch Messeauftritte sowie durch crossmediale Marketingmaßnahmen erreicht werden.

Durch die Umsetzung einer einheitlichen Kampagne mit starken visuellen Motiven, prägnanten Botschaften und einem modernen Kommunikationsdesign wird das Muntere Mümlingtal überregional wahrgenommen und kann seine Besonderheiten – wie Naturerlebnisse, Kulinarik, Rad- und Familienangebote – wirkungsvoll präsentieren. Mit den neuen Kommunikationsmitteln (Imagebroschüre, Roll-ups, Messeausstattung, Social Media) entsteht ein klarer Markenauftritt, der sowohl in Printmedien als auch digital (Website, Social Media) eine hohe Wiedererkennbarkeit schafft. Die Region positioniert sich dadurch als authentische, gastfreundliche Destination mit eigenem Charakter und hoher Aufenthaltsqualität.

Gleichzeitig werden touristische Akteure, Gastgeber und Kulturschaffende besser vernetzt und profitieren von der erhöhten Reichweite und Sichtbarkeit.

Die digitale Kommunikation (Social Media, Website-Relaunch) spricht gezielt neue Gästegruppen an – insbesondere jüngere Zielgruppen, Tagesausflügler aus dem Rhein-Main-Gebiet und Familien, die naturnahe Erlebnisse suchen.

Damit trägt das Projekt zur Stärkung der regionalen Tourismuswirtschaft bei, steigert die Nachfrage nach Übernachtungs- und Freizeitangeboten und erhöht die Wertschöpfung vor Ort.

2. Interne Sichtbarkeit:

Die interne Sichtbarkeit richtet sich auf die Menschen in der Region selbst – auf Bürgerinnen und Bürger, Vereine, Gastgeber und lokale Betriebe.

Sie sollen stärker als bisher erkennen, dass sie Teil einer touristisch relevanten Destination sind, die sie aktiv mitgestalten können.

Dazu werden im Rahmen des Projektes Kommunikationsmaßnahmen umgesetzt, die im öffentlichen Raum (z. B. durch Plakate und Bauzaunbanner) und in digitalen Medien (z. B. Social Media-Kampagnen) präsent sind.

Diese Maßnahmen fördern das Bewusstsein für die gemeinsame Identität, stärken den regionalen Zusammenhalt und fördern ein positives Selbstbild.

Die Bevölkerung soll sich mit dem Leitmotiv „Handshake“ identifizieren – als Symbol für Gemeinschaft, Offenheit und Kooperation über Verwaltungs- und Landesgrenzen hinweg.

Dadurch entsteht ein „Wir-Gefühl“, das über die touristische Ebene hinausreicht: Bürgerinnen und Bürger werden zu Botschafterinnen und Botschaftern ihrer Heimat, Gastgeberinnen und Gastgeber übernehmen

stärker Verantwortung für Qualität und Außenwirkung, und lokale Akteure erkennen den Mehrwert gemeinsamer Projekte.

Der Verein TAG Munteres Mümlingtal e. V. wird so als Plattform für regionales Ehrenamt und freiwilliges Engagement weiter gestärkt – im Sinne einer nachhaltigen, bürgerschaftlich getragenen Tourismusentwicklung.

3. Zusammenfassendes Zielbild:

Nach Abschluss des Projekts verfügt das Muntere Mümlingtal über eine professionell aufgebaute Marke, ein konsistentes Kommunikationskonzept und moderne Werkzeuge für die touristische Präsentation.

Die Region ist sichtbar, vernetzt und handlungsfähig.

Die Außenwahrnehmung verbessert sich messbar durch gesteigerte Reichweite und Besucherzahlen, während gleichzeitig die Identifikation der Bevölkerung mit ihrer Region wächst.

Das Projekt schafft somit die Grundlage für eine langfristige, selbsttragende touristische Weiterentwicklung, die auf Zusammenarbeit, Professionalität und regionaler Authentizität basiert.

Erreichte Entwicklungsziele

Durch die Umsetzung der beschriebenen Maßnahmen werden zentrale Entwicklungsziele beider beteiligten LEADER-Regionen, der LAG Interessengemeinschaft Odenwald (Hessen) und der LAG Main4Eck (Bayern), erreicht und messbar gestärkt:

Beitrag zu den Entwicklungszielen der LAG Interessengemeinschaft Odenwald (Hessen):

Das interregionale Kooperationsprojekt „Markenaufbau und Sichtbarmachung der touristischen Angebote im Munteren Mümlingtal“ leistet einen wesentlichen Beitrag zur Umsetzung der Lokalen Entwicklungsstrategie (LES) der LEADER-Region Odenwald und erfüllt zentrale Entwicklungsziele in den Handlungsfeldern Wirtschaft und Tourismus, Lebensqualität und Identität sowie Kooperation und Vernetzung.

Im Handlungsfeld „Tourismus“ trägt das Projekt zur Umsetzung der Handlungsziele **3.1 Tourismusangebote**, **3.4 Qualitätsregion** und **3.5 Neue Identifikationspunkte** bei. Durch den Aufbau einer einheitlichen touristischen Marke, professionelle Marketingmaßnahmen, sowie Messe- und Onlinepräsenz, wird die Sichtbarkeit der Teilregion Munteres Mümlingtal innerhalb der Destination Odenwald deutlich erhöht. Die Region wird als qualitativ hochwertige und zeitgemäße Tourismusregion positioniert. Davon profitieren insbesondere regionale Beherbergungs-, Gastronomie- und Freizeitbetriebe durch eine verbesserte Auffindbarkeit, erhöhte Reichweite und zusätzliche Nachfrage.

Im Handlungsfeld „Daseinsvorsorge“ unterstützt das Projekt die Handlungsziele **1.2.6 Kulturelle Vielfalt sichtbar machen** und **1.4.1 Vermittlung Regionalität**. Neben der externen Vermarktung wird gezielt die interne Sichtbarkeit der Region gestärkt. Durch abgestimmte Kommunikationsmaßnahmen wird das Bewusstsein der Bevölkerung gefördert, Teil einer touristischen Teilregion des Odenwaldes zu sein. Dies stärkt die Identifikation mit der eigenen Heimat und unterstützt den ehrenamtlich getragenen TAG-Verein als zentrale regionale Struktur.

Im Handlungsfeld „Wirtschaft“ trägt das Projekt zur Umsetzung der Handlungsziele **2.2 Stärkung der Gastronomie und Beherbergungsbetriebe** bei, indem es die Sichtbarkeit regionaler Angebote über einheitliche Markenbildung, Marketingmaßnahmen sowie Messe- und Onlinepräsenz deutlich erhöht. Dadurch profitieren Gastronomie- und Beherbergungsbetriebe von höherer Nachfrage, besserer Auffindbarkeit und erhöhter Reichweite. Gleichzeitig stärkt dies die Wettbewerbsfähigkeit der Betriebe, sichert Arbeitsplätze und fördert neue unternehmerische Impulse im regionalen Gastgewerbe.

Insgesamt leistet das Projekt einen nachhaltigen Beitrag zur wirtschaftlichen Entwicklung, zur Stärkung der regionalen Identität und zur interkommunalen Zusammenarbeit in der LEADER-Region Odenwald und entspricht in besonderem Maße den Zielen des LEADER-Ansatzes.

Beitrag zu den Entwicklungszielen der LAG Main4Eck (Bayern):

Handlungsziel 2.4 Regionale Identität fördern

Das Projekt stärkt nicht nur die TAG „Munteres Mümlingtal“ sondern auch die regionale Identität der Bewohner*innen der Region, da sie die Besonderheiten, Traditionen und Stärken der Ortschaften betont. Sie fördert Stolz und Zusammengehörigkeit der Bewohner, macht das Mümlingtal nach außen sichtbar und schafft ein gemeinsames Bewusstsein für die eigene Heimat und deren kulturelle Werte.

Handlungsziel 3.4 Rad- und Wanderdestination ressourcenschonend stärken und ausbauen

Die Kampagne stärkt außerdem die Rad- und Wanderdestination, weil sie die landschaftlichen Reize, Routen und Erlebnismöglichkeiten im Mümlingtal gezielt bewirbt. So wird die Region als attraktives Ziel für Aktivurlaub bekannt, zieht mehr Gäste an und motiviert Einheimische sowie Besucher, die Rad- und Wanderangebote stärker zu nutzen und weiterzuentwickeln.

Insgesamt leistet das Projekt einen nachhaltigen Beitrag zur wirtschaftlichen Belebung, Identitätsbildung und grenzübergreifenden Kooperation in der Region.

Es verbindet moderne Kommunikation mit gelebtem Regionalbewusstsein und steht exemplarisch für die Ziele des LEADER-Ansatzes: Eigenverantwortung, Zusammenarbeit und nachhaltige Entwicklung in ländlichen Räumen.

5. Projektinhalt

Das geplante Kooperationsprojekt „Markenaufbau und Sichtbarmachung der touristischen Angebote im Munteren Mümlingtal“ verfolgt das Ziel, die interkommunale Zusammenarbeit der sechs beteiligten Kommunen – fünf in Hessen und eine in Bayern – weiter zu vertiefen und die Region als lebendige, moderne und authentische Tourismusdestination innerhalb des Odenwaldes sichtbar zu machen. Grundlage ist das bereits im Rahmen eines vorbereitenden Workshops entwickelte Leitmotiv „Handshake“, das symbolisch für das partnerschaftliche Miteinander, die Gastfreundschaft und die gelebte Kooperation über Landesgrenzen hinweg steht.

Im Zentrum des Projekts steht der Aufbau einer klaren, wiedererkennbaren Markenidentität für das Muntere Mümlingtal. Auf Basis der bestehenden touristischen Aktivitäten und der gemeinsamen Webseite werden im Rahmen des Projekts ein professionelles Kommunikations- und Gestaltungskonzept sowie eine crossmediale Werbekampagne umgesetzt. Durch diese Maßnahmen soll das touristische Profil der Region geschärft, ihre Außenwahrnehmung gestärkt und gleichzeitig das Bewusstsein der Bevölkerung für die eigene Rolle innerhalb der touristischen Entwicklung gefördert werden.

Die Projektumsetzung umfasst mehrere aufeinander abgestimmte Schritte:

Zunächst wird ein kreatives Leitkonzept entwickelt, das die bisherige Markenstrategie aufgreift und zu einem ganzheitlichen Auftritt mit Claim, Bildsprache, Textbausteinen und Kernbotschaften ausarbeitet. Dieses Konzept wird durch ein professionelles Fotoshooting mit regionalem Bezug und authentischen Motiven ergänzt, um ein einheitliches, emotionales und ansprechendes Bild der Region zu erzeugen. Damit entsteht ein verbindendes visuelles Erscheinungsbild, das von allen sechs Kommunen genutzt werden kann.

Darauf aufbauend werden Messe- und Printmaterialien realisiert, darunter 12 Roll-ups (je zwei pro Kommune), eine Imagebroschüre sowie eine digitale Präsentation für Messe- und Veranstaltungsauftritte. Diese Ausstattung ermöglicht es dem TAG-Verein und den beteiligten Kommunen, auf regionalen und überregionalen Tourismusmessen professionell aufzutreten und die Region aktiv zu vermarkten. Der gemeinsame Messeauftritt stärkt die interregionale Zusammenarbeit und zeigt den Odenwald als offene, vernetzte Destination. Die technische Messeausstattung (z. B. Touchscreens) gewährleistet eine moderne, interaktive Präsentation und kann langfristig für verschiedene Anlässe genutzt werden.

Ein weiterer Kernbaustein ist die Social-Media-Kampagne, die über ein Jahr hinweg mit professionellem Redaktionsplan, regelmäßigem Video- und Bildcontent sowie Community-Management umgesetzt wird. Dadurch werden kontinuierliche Kommunikationsanlässe geschaffen, die das Muntere Mümlingtal online präsent halten, Gäste binden und neue Zielgruppen erschließen. Zugleich entsteht eine moderne Kommunikationsstruktur, die zukünftig eigenständig vom Verein weitergeführt werden kann. Der Fokus liegt auf Interaktion, Storytelling und der Vermittlung der regionalen Identität – mit authentischen Einblicken in Natur, Kultur, Kulinarik und Alltagsleben.

Ergänzend dazu wird der Relaunch der Webseite www.munteres-muemlingtal.de realisiert. Die neue Website wird inhaltlich, gestalterisch und technisch an das neue Markenbild angepasst. Sie ist mobil optimiert, barrierearm, suchmaschinenfreundlich und bindet das bestehende Buchungssystem der OTG ein. Damit wird die digitale Sichtbarkeit und Reichweite der Region erheblich gesteigert. Durch die Integration eines Veranstaltungskalenders und redaktioneller Inhalte entsteht eine zentrale Informationsplattform, die sowohl Touristen als auch Einheimischen zugutekommt.

Das Projekt ist diskriminierungsfrei konzipiert und zielt darauf ab, eine inklusive und bürgernahe Regionalidentität zu fördern. Alle Inhalte, Motive und Kommunikationsmaßnahmen werden so gestaltet, dass sie Vielfalt, Offenheit und Teilhabe vermitteln.

6. Zeitplan

- **Projektbeginn:** voraussichtlich Q2/2026 (nach Bewilligung)
- **Dauer:** 12 Monate
- **Meilensteine:**
 - Q2/2026: Projektstart, Kick-off-Workshop, Feinbriefing Agentur
 - Q3/2026: Fotoshooting & Konzeptfreigabe
 - Q4/2026: Umsetzung der Messe- und Printmaterialien
 - Q1/2027: Start der Social-Media-Kampagne, Website-Livegang
 - Q2/2027: Abschlussbericht und Evaluierung

Projektende: April 2027

7. Kostenplan

Kostenplan (gemäß Angebot A240039, Agentur „diekommunikatife“)

Position	Maßnahme	Netto (EUR)	Kostenübernahme
1	Konzept „Sag Hallo“ / Markenaufbau	16.700,00	Hessen
2	Kreation Messe und Print	12.600,00	Hessen
3	Produktion Messe	4.698,80	Hessen
4	Social Media 1 Jahr	26.360,00	Hessen
5	Website Relaunch	10.188,00	Bayern
6	Kreativ-Konzept / Copyrights	5.000,00	Bayern
Gesamtkosten netto		75.546,80	
Zzgl. MwSt. (19%)		14.353,89	
Gesamtkosten brutto		89.900,69	

8. Finanzierungsplan

Gesamtkosten brutto	89.900,69 €
Gesamtkosten netto	75.546,80 €
Anteilige Berechnung Hessen	
Anteilige Kosten brutto	71.828,40 €
Anteilige Kosten netto	60.360,00 €
Fördersatz Hessen	80%
LEADER-Förderung Hessen	48.288,00 €
Eigenanteil Hessen	23.540,40 €
Anteilige Berechnung Bayern	
Anteilige Kosten brutto	18.088,00 €
Anteilige Kosten netto	15.200,00 €
Fördersatz Hessen	70%
LEADER-Förderung Bayern	10.640,00 €
Eigenanteil Bayern	7.448,00 €
LEADER-Förderung gesamt	58.928,00 €
Eigenanteile gesamt	30.988,40 €
Eigenanteile pro Kommune	5.164,73 €

Die Eigenmittel werden durch Mitgliedsbeiträge der sechs beteiligten Kommunen getragen. Spenden oder weitere Mittel sind derzeit nicht vorgesehen.

Datum: 29. Januar 2025

Erstellt von: Anne Aßmus

Kooperationspartner: LAG Interessengemeinschaft Odenwald e.V. & LAG Main4Eck