

Projekt-Titel: **Cultural Heritage Tourism
(Tourism, Castles & World Heritage Sites – challenges and opportunities for a sustainable cultural tourism)
Revitalisation and touristic marketing of the cultural heritage of cities with outstanding historical remains and single architectural monuments**

Revitalisierung und touristische Vermarktung des kulturellen Erbes von Städten mit herausragender historischer Bausubstanz und Einzeldenkmälern unter besonderer Berücksichtigung von Schlössern und Weltkulturerbestätten als Tourismusmagnete

Förderprogramm: Interreg IIIB

Priorität:

Lead Partner: **Kalmar Kommun, Schweden**

Technische Antragstellung:

(vorauss. Koordinierung)

ANIMARE projektmanagement tourismus
Rosa-Luxemburg Strasse 14
18055 Rostock
Tel. / Fax: +49 381 4404949
E-Mail: info@animare.net
Homepage: www.animare.net

Kurzdarstellung des Projektes:

Das Projekt beschäftigt sich mit der Herausforderung, kulturelles Erbe wieder zu beleben, das damit verbundene historische Wissen einer breiten Öffentlichkeit zu vermitteln, Einzeldenkmäler neuen Nutzungen zuzuführen, und gleichzeitig die bestehende Denkmalsubstanz zu bewahren und zu schützen. Einerseits sollen herausragende Kulturstätten der Öffentlichkeit zugänglich gemacht werden, um Bewusstsein für die heutige Verantwortung im Umgang mit kulturellem Erbe zu wecken und Identität zu stiften, aber auch um die Profile einzelner Städte im Tourismusmarketing zu schärfen und neue Angebote bzw. Besuchermagnete zu schaffen. Andererseits gilt es neben den Möglichkeiten einer touristischen Inwertsetzung auch, die damit verbundenen Probleme des Denkmalschutzes zu berücksichtigen und Überlegungen dazu anzustellen, wie innovative Lösungen zur Besucherlenkung- und Besucherinformation als auch zum Zugang in historische Gebäude zu einer nachhaltigen Steuerung des Kulturtourismus beitragen können, ohne das kulturelle Erbe zu zerstören.

Dazu bedarf es einer grundlegenden Analyse der Situation der historischen Bausubstanz und herausragender Denkmäler der Partner, die gleichzeitig kulturtouristische Sehenswürdigkeiten darstellen, die teilweise bereits stark frequentiert sind bzw. das Potential für künftige touristische Nutzungen besitzen. Dieses gilt es zu evaluieren, wobei Vor- und Nachteile einer Zugänglichmachung und Methoden der Denkmalsicherung zu untersuchen sind.

Außerdem ist zu diskutieren, welche touristischen, musealen oder sonstigen städtischen Nutzungen für einzelne Baudenkmäler geeignet sind bzw. wo es bereits Probleme mit bisherigen Nutzungen, Besucherzahlen, Aufnahmekapazitäten usw. gibt und Umnutzungen notwendig sind.

In einem weiteren Schritt sollen touristisch relevante Kulturdenkmäler als Flaggschiffe besser in die Gesamtvermarktung der Städte eingebunden werden und zur Imagestärkung beitragen und gleichzeitig mit den touristischen Räumen und anderen Sehenswürdigkeiten bzw. vorhandener Infrastruktur der Stadt enger verknüpft werden.

Im Erfahrungsaustausch mit den Projektpartnern sollen Möglichkeiten der Informationsvermittlung zum kulturellen Erbe an verschiedene Zielgruppen erarbeitet werden. Dabei werden als Gemeinschaftsprojekt aller Partner innovative Technologien genutzt, um multimediale Stadtrundgänge, Inszenierungen in historischen Räumen und Besucherinformationssysteme zu realisieren, die den Gästen einen erlebnisreichen Zugang zu einzelnen historischen Themen und der damit verbundenen Bausubstanz ermöglichen und gleichzeitig durch eine gezielte Besucherlenkung

hohe Besucheraufkommen steuern sowie punktuelle Belastungssituationen und Kapazitätsprobleme entschärfen.

Historische Ereignisse, mit denen einzelne Städte verknüpft sind, werden häufig für Veranstaltungen genutzt, ebenso sind historische Stätten beliebte Veranstaltungsorte für moderne Events. Nicht immer jedoch werden diese Ereignisse im Sinne des städtischen Profils, der Denkmäler selbst oder in der nötigen Qualität hinsichtlich der historischen Authentizität genutzt. Außerdem werden viele Veranstaltungen häufig als Instrument des Stadtmarketing inszeniert und kaum auf internationaler Ebene vermarktet. Um auch international den (bisher geringen) Bekanntheitsgrad einzelner Städte außerhalb der Region / des Landes zu erhöhen, wird im Rahmen des Projektes an einer Qualitätsverbesserung bestehender und Entwicklung neuer Veranstaltungen mit authentischem Hintergrund bzw. moderner Inszenierungen historischer Gebäude gearbeitet. Außerdem soll die Vermarktung dieser Veranstaltungen als auch des Gesamtangebotes der Städte internationalisiert werden.

Im Rahmen der Profilbildung und Leitbildentwicklung von historischen Städten ist es ein wichtiges Ziel, die Vermarktungsbemühungen für das kulturelle Erbe im Austausch mit internationalen Partnern zu verstärken. Dazu ist es erforderlich, Potenziale der Vermarktung von Welterbestätten und anderen herausragenden kulturhistorischen Stätten zu analysieren und in ein umfassendes Konzept zu überführen, das als Strategiepapier für eine erfolgreiche Öffentlichkeitsarbeit fungiert. Die Entwicklung von zielgruppenorientierten Marketingstrategien und Verbesserung der Werbemaßnahmen auf nationaler und internationaler Ebene, einhergehend mit dem Aufbau neuer Kooperationen und Vertriebswege ist der nächst folgende Umsetzungsschritt des entstandenen Strategiepapiers.

**Thematische
Schlagwörter:**

kulturelles Erbe + Denkmalpflege, Tourismusentwicklung, Stadt- und Raumplanung

Ziele:

- Brückenbildung zwischen historischem Erbe und der heutigen modernen Gesellschaft
- Weckung des Bewusstseins der Menschen für die Werte des historisch-kulturellen Erbes und der Motivation, sich mit Denkmälern historischer Städte und Stätten auseinander zu setzen
- Wiederherstellung / Wiederbelebung von Attraktionen in Verbindung mit historischen Themen
- Austausch zur Erhaltung der historischen Bausubstanz von Kulturdenkmälern
- Verstärkte Einbindung des kulturellen Erbes in die Stadt- und Tourismusplanung
- Inwertsetzung historischer Stätten und Einzeldenkmäler durch Zuführung neuer Nutzungen
- Inszenierungen in historischen Gebäuden zur Sichtbarmachung und Erlebbarkeit der Geschichte sowie Einbettung von historischen Themen in die Veranstaltungsreihe von Städten zur Stärkung des städtischen Profils
- Nutzung des historischen Erbes zu einer professionelleren Außendarstellung und Profilbildung im internationalen Wettbewerb
- Nutzung innovativer Technologien zur Darstellung der historischen Bausubstanz und Geschichte der Städte, Einbindung in die Besucherlenkung- und Tourismusinformation
- Kooperationsanbahnung / Netzworkebildung auf internationaler Ebene zur Gewinnung von neuen Zielgruppen + Kommunikation des gemeinsamen Kulturerbes
- Internationalisierung der Marketinginstrumente des städtischen Tourismusmarketing

Ergebnisse:

- Erhaltungskonzepte für herausragende historische Einzeldenkmäler + Denkmalanlagen
- Stadtplanung, Tourismusplanung und Denkmalschutz: Leitbildentwicklung, Fortführung von Tourismusplanungen mit stärkerer Einbindung des kulturellen Erbes in die touristische Entwicklung und Angebotspalette
- kleinteilige Investitionen und Infrastrukturverbesserungen zur Schaffung von Zugängen zu historischen Bauten und Realisierung von Besucherlenkungseinrichtungen sowie Besucherinformation (Kulturerbeausstellungen, Einrichtung von mehrsprachigen touristischen Wegeleitsystemen, Einrichtung von PC-Informationsterminals mit Informationen zu den Partnerstädten und weiteren Kultur- und Welterbestätten)
- gemeinsames Handbuch zu neuen Methoden und Techniken der Bewahrung / Konservierung von kulturellem Erbe anhand von Beispielen der jew. Städte
- Wanderausstellung zu kulturellem Erbe und Darstellung der Kulturgüter der "Partnerstädte" in öffentlichen Einrichtungen der Stadt
- Nutzungs- und Betreiberkonzepte für bisher ungenutzte Einzeldenkmäler bzw. Umnutzungskonzepte für Kulturdenkmäler zur Problementschärfung intensiver touristischer Nutzung
- Innovative Veranstaltungen in denkmalgeschützten Gebäuden und Kirchen bzw. Nutzung neuer Medien und Techniken zur Präsentation historischer Gebäude
- Neuentwicklung oder Weiterentwicklung historischer Stadtfeste zu Veranstaltungen von nationaler und länderübergreifender Reichweite (Qualitätsverbesserung; Authentizität – historischer Bezug; internationaler Charakter, Darstellung der Stadtgeschichte im Kontext der gemeinsamen Geschichte der Ostseeregion; gemeinsame Vermarktung der Veranstaltungen)
- Gemeinsames Handbuch zur Eventgestaltung historischer Themen bzw. modernen Veranstaltungen in historischer Umgebung
- Publikation geeigneter mehrsprachiger Informationsmaterialien wie Image-Broschüre, Flyer, Kalender, Internet-Seite etc. zur Erreichung neuer Zielgruppen und Öffnung gegenüber internationalen Gäste / Steigerung des Bekanntheitsgrades i.d. Ostseeregion
- Netzwerk, Schaffung einer Kooperationsbasis zum Erfahrungsaustausch und gemeinsamer Außendarstellung und Cross-Marketing

Partner (angefragt):	Landeshauptstadt Schwerin Hansestadt Stralsund Municipality of Cesis, Lettland Municipality of Malbork & Marienburg, Polen (Vilnius, Litauen) (Riga, Lettland)
-----------------------------	---

Geschätztes Gesamtbudget: 2 Mio. Euro

Arbeitspaket 1

Titel	Wiederbelebung und Erlebarmachung sowie Inwertsetzung des historisch-kulturellen Erbes
Strategische Ausrichtung	Wiederherstellung / Wiederbelebung von Attraktionen und historischen Gütern, Einbindung neuer touristischer Nutzungen unter Berücksichtigung des Denkmalschutzes und historischen Umfeldes
Geplante Ergebnisse	Zuführung neuer (touristischer) Nutzungen bzw. Umnutzungen von denkmalgeschützten Gebäuden von herausragender historischer Bedeutung, Attraktivierung und Anpassung von Organisationsstrukturen an moderne Bedürfnisse bei gleichzeitiger Wahrung des kulturellen Erbes + dessen nachhaltiger Nutzung
Outputs / Quantifizierung der Ergebnisse	Workshops / moderativer Prozess, Bestandsaufnahme IST-Situation, Nutzungs- und Betreiberkonzepte, Machbarkeitsstudien, Revitalisierungskonzepte, Architekturskizzen, Business-Konzepte etc.
Aktivitäten / Inhalte	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Workshops und Gespräche mit bisherigen bzw. potentiellen neuen Betreibern zur Situations- und Problemanalyse ▪ Bestandsaufnahme zur Ist-Situation kulturhistorischer Sehenswürdigkeiten bzw. von Kulturerbestätten (Denkmalzustand, derzeitige Nutzungen / Betreibung, Kapazität und Besucheraufkommen, Raumauslastung, Kosten-Nutzen-Analyse, Organisationsstruktur bei versch. Nutzungen + Interessenskonflikten, Problemdefinition, Vermarktungssituation etc.) ▪ Ideenentwicklung für neue Nutzungen (Ideenworkshops auf nationaler Ebene, Moderationsprozess zur Abwägung verschiedener Interessenslagen, Erfahrungsaustausch auf internationaler Ebene) ▪ Durchführung von Machbarkeitsstudien, Erstellung von Nutzungs- und Betreiberkonzepten für Kulturerbestätten (evtl. auch Ausstellungskonzepte, museale Aufbereitung von archäologischen u.a. Funden etc.) oder Revitalisierungskonzepte, neue Organisationsstrukturen ▪ Workshops und Gespräche mit bisherigen bzw. potentiellen neuen Betreibern zur Strategieentwicklung und künftigen (Um)Nutzung bzw. Überarbeitung der Organisationsstruktur ▪ Architekturwettbewerb ▪ Business-Konzept / Finanzierungspläne

Arbeitspaket 2

Titel	Kultur in Denkmälern und Veranstaltungsinszenierung historischer Themen
Strategische Ausrichtung	Inszenierungen in historischen Gebäuden zur Sichtbarmachung und Erlebbarkeit der Geschichte sowie Einbettung von historischen Themen in die Veranstaltungsreihe von Städten zur Stärkung des städtischen Profils
Geplante Ergebnisse	Verbesserung der Authentizität von historischen Stadtfesten und Märkten, Schaffung neuer Events + Inszenierungen in historischen Gebäuden, schärfere Profilierung der Städte u.a. durch die Implementierung von Events zu städtehistorischen Themen mit einem klaren Alleinstellungsmerkmal
Outputs / Quantifizierung der Ergebnisse	Inszenierungen historischer Gebäude, Installation von Ausstellungen zum kulturellen Erbe, innovative Veranstaltungskonzepte, Realisierung einer internationalen Veranstaltung zu gemeinsamen Themen, Neuentwicklung oder Weiterentwicklung historischer Stadtfeste + deren Umsetzung, Durchführung eines gemeinsamen Veranstaltungsmarketing
Aktivitäten / Inhalte	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Planung und Installation von Inszenierungen historischer Gebäude + Nutzung neuer Medien und Techniken zur Präsentation historischer Gebäude (Lasershows bzw. Multivisionsshows, multimediale Führungen, Integration interaktiver Elemente – Indoor & Outdoor - Inszenierung) ▪ Planung und Installation von Ausstellungselementen in historischen Gebäuden zur Besucherinformation über das kulturelle Erbe ▪ Entwicklung innovativer Veranstaltungskonzepte in denkmalgeschützten Gebäuden und Kirchen, Veranstaltungsdurchführung (Performances, Musik, Lange Nacht des Denkmals ...) ▪ Transnational: Realisierung der Langen Nacht des Denkmals in den Partnerländern (nach Vorbild Stralsund), gemeinsame Veranstaltungsreihe und Marketing ▪ Transnational: Entwicklung eines (Tanz)Theaterstückes (Wandertheater in engl. Sprache) zur Aufführung in den Denkmälern der Partnerländer oder: Theaterworkshops in historischen Stätten u.ä. ▪ Neuentwicklung oder Weiterentwicklung historischer Stadtfeste: Analyse von historisch relevanten Themen, Veranstaltungsplanung (Inhalte + Ablauf), Organisation, Werbung und Durchführung – Einbindung von Akteuren der Partnerländer in die Veranstaltung, Darstellung der Stadtgeschichte im Kontext der gemeinsamen Geschichte der Ostseeregion, Schaffung von Authentizität und eines Alleinstellungsmerkmals historischer Stadtfeste ▪ Studienreisen ▪ gemeinsame Vermarktung der Veranstaltungen aller Partner (Eventkalender u.a. Werbemaßnahmen) ▪ Gemeinsames Handbuch zur Eventgestaltung historischer Themen bzw. moderner Veranstaltungen in historischer Umgebung
Evtl. zu integrierende Events der einzelnen Partner:	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Schlossfestspiele Schwerin ▪ Wallensteintage Stralsund ▪ Lange Nacht des Denkmals Stralsund (Pilotprojekt für ähnliche lange Nächte in anderen Partnerstädten) ▪ Künstlerperformances + Kunstausstellung im Cesis Castle ▪ Mittelalterfestival im Cesis Castle ▪ Historisches Film Festival im Cesis Castle ▪ Kalmar: SALVE Fest (Mittelaltertage zur Kalmarer Union) ▪ Malbork: Mittelalterspektakel i.d. Marienburg ▪ Malbork plant die Etablierung einer Theaterbühne in der Burg ▪ Cesis plant neue Stücke für eine Freilichtbühne im Castle Garden

Arbeitspaket 3

Titel	Stadtentwicklungs- und Raumplanung im Kontext der Denkmalpflege + Tourismusplanung
Strategische Ausrichtung	Berücksichtigung des kulturellen Erbes in der Tourismusplanung + Aufnahme in Tourismuskonzeptionen; Umsetzung innovativer Methoden der Gästeführung- und Information
Geplante Ergebnisse	Definition und Vernetzung touristischer Schwerpunkt- und Entwicklungsräume, Attraktivierung von Stadtteilen, Stärkung des städtetouristischen und kulturell-historischen Potentials + Nutzung als Alleinstellungsmerkmal zur Profilschärfung, Implementierung von Besucherinformations- und Lenkungseinrichtungen
Outputs / Quantifizierung der Ergebnisse	Kenntnis über Bekanntheitsgrad und Profil der Städte im In- und Ausland, Leitbilder + Tourismuskonzepte zur Schärfung des Profils, Stadtentwicklungskonzepte, Attraktivierungskonzepte, touristische Themenrouten (mehrsprachig), Besucherinformationspunkte und Wegeleitsysteme,
Aktivitäten / Inhalte	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Analysen zum Bekanntheitsgrad des Kulturerbes / der Partnerstädte + deren Profil ▪ Leitbildentwicklung, Fortführung von Tourismusplanungen mit stärkerer Einbindung des kulturellen Erbes in die touristische Entwicklung und Angebotspalette, Profilschärfung ▪ Stadtentwicklungskonzepte, Definition touristischer Schwerpunkträume und Entwicklungsräume, Standortplanungen, Stadtteilattraktivierungskonzepte, Planungen von touristischen Ankerpunkten und deren räumliche und inhaltliche Vernetzung ▪ Entwicklung von städtetouristischen Themenrouten und Realisierung von mehrsprachigen touristischen Wegeleitsystemen ▪ Einrichtung von PC-Informationsterminals mit Informationen zu den Partnerstädten und weiteren Kultur- und Welterbestätten an strategischen Ankerpunkten der Städte ▪ Transnational: gemeinsame Realisierung eines Kiosksystems (Datenbank) zur Bespielung der IT-Terminals, das (die) von allen Partnern separat als auch gemeinsam genutzt werden kann (gemeinsames Content Management System, Darstellung der jew. Stadt im Kiosksystem, Online-Darstellung aller Kultur- und Welterbestätten) ▪ Transnational: gemeinsames Logo für (Welt)Kulturerbestätten zur Kennzeichnung der Gebäude
Problemfelder / mögl. Ziele der einzelnen Partner	<ul style="list-style-type: none"> ▪ <u>Cesis</u>: Verknüpfung Schloss + Altstadt im Rahmen der Stadtplanung, Belebung der Innenstadt; ▪ <u>Malbork</u>: Schaffung weiterer Attraktionen i.d. Innenstadt und Verbindung zum Schloss durch Fußgängerleitsysteme und Radwege ▪ <u>Kalmar</u>: Verknüpfung des Schlosses mit weiteren touristischen Räumen wie Altstadt, Hafen, Mittelalterdorf ▪ <u>Schwerin</u>: Attraktivierung der Schlosspromenade, Gewinnung von Kreuzfahrttouristen für Ganztagsausflüge nach Schwerin ▪ <u>Stralsund</u>: Vernetzung des historischen Innenstadtkerns anhand von themenorientierten Leitsystemen, bessere Vernetzung Hafen + Innenstadt

Arbeitspaket 4

Titel	Maßnahmen zur Bewahrung, Erhaltung und Schutz des kulturellen Erbes
Strategische Ausrichtung	Neue Methoden zur Erhaltung + Restauration des kulturellen Erbes, Erschließung von historischen Bauten für die Öffentlichkeit + Sicherung, Transfer von Instrumenten zur erfolgreichen Bewerbung um die Aufnahme in die UNESCO Weltkulturerbeliste
Geplante Ergebnisse	Erfahrungsaustausch zum Denkmalschutz, Konservierung + Restaurierung; Erschließung von historischen Gebäuden für die Öffentlichkeit / Präsentation einzigartiger Kulturerbestätten, Vorbereitung von Welterbeanträgen
Outputs / Quantifizierung der Ergebnisse	Erhaltungskonzepte, Handbuch zu Methoden + Techniken der Restaurierung / Konservierung, Wissenstransfer zu neuen Techniken, Infrastrukturmaßnahmen: Erschließung und Sicherung, Welterbeanträge / Managementpläne
Aktivitäten / Inhalte	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Studienreisen zu hervorragenden Beispielen restaurierter Denkmäler in Verbindung mit modernen Nutzungen / moderner Architektur ▪ Internat. Fachvorträge zum Thema Denkmalschutz, Konservierung + Restaurierung ▪ Erhaltungskonzepte für herausragende historische Einzeldenkmäler + Denkmalanlagen ▪ Austausch zur Erhaltung der historischen Bausubstanz von Kulturdenkmälern ▪ gemeinsames Handbuch zu neuen Methoden und Techniken der Bewahrung / Konservierung von kulturellem Erbe anhand von Beispielen der jew. Städte ▪ kleinteilige Investitionen und Infrastrukturverbesserungen zur Schaffung von Zugängen zu historischen Bauten und deren Sicherung ▪ Durchführung von Restaurierungsmaßnahmen an Pilotprojekten oder Einführung neuer Restaurierungstechniken ▪ Weltkulturerbe: Erfahrungsaustausch zur Realisierung eines Welterbeantrags (Pilotprojekte Stralsund und Marienburg, Transfer von Instrumenten + Know-How zu erfolgreicher Bewerbung) → Evaluierung der Kriterien zur Aufnahme i.d. UNESCO-Welterbeliste, Analyse potentieller Welterbestätten, Antrag, Managementplan, Monitoring, Vermarktung
Problemfelder / mögl. Ziele der einzelnen Partner	<ul style="list-style-type: none"> ▪ <u>Cesis</u>: Konservierung + Restaurierung der Türme des Castles, neue Lösungen zum Schutz des Mauerwerkes, Sicherung der Anlage und Schaffung neuer Zugänge für Besucher, Vermeidung weiterer Beschädigungen durch Umwelteinflüsse und Besucher ▪ <u>Malbork</u>: Konservierung + Restaurierung der Stadtmauer, neue Lösungen zum Schutz des Mauerwerkes ▪ <u>Kalmar</u>: ?? ▪ <u>Schwerin</u>: Restaurierungsfragen rund um das Schweriner Schloss ▪ <u>Stralsund</u>: Erhaltungskonzept für historische Friedhöfe ▪ <u>Weltkulturerbe</u>: Marienburg + Stralsund ▪ <u>Welterbeantrag evtl. geplant</u>: Schloss Schwerin, Cesis Castle

Arbeitspaket 5

Titel	Vermarktung des kulturellen Erbes in Zusammenarbeit mit internationalen Partnern / touristische Inwertsetzung
Strategische Ausrichtung	Bekanntmachung und Erläuterung des kulturellen Erbes historischer Innenstädte und herausragender Einzeldenkmäler in einer breiten Öffentlichkeit auf lokaler, regionaler und internationaler Ebene und Vermarktung des damit verbundenen touristischen Potentials;
Geplante Ergebnisse	Wecken und Stärken des Bewusstseins der Menschen für das kulturelle Erbe, Internationalisierung der Marketingstrategien; Aufbau neuer Kooperationen und Erschließung neuer Zielgruppen und Vertriebskanäle, Profilbildung und Imagestärkung, Innovative Stadtrundgänge in Form eines Hörspiels
Outputs / Quantifizierung der Ergebnisse	
Aktivitäten / Inhalte	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Kulturerbeausstellungen in historischen Gebäuden zur Sichtbarmachung des kulturellen Erbes und Sensibilisierung der Öffentlichkeit zum Thema ▪ Transnational: Wanderausstellung zu kulturellem Erbe und Darstellung der Kulturgüter der "Partnerstädte" in öffentlichen Einrichtungen der Stadt (integriert in Kulturerbeausstellungen) ▪ (Weiter-)Entwicklung von touristischen Angeboten, z.B.: <ul style="list-style-type: none"> - Erweiterung themen-orientierter Stadtrundgänge - Weiterentwicklung von City Cards (Chipkarte, die u.a. Zugang zu historischen Gebäuden ermöglicht, Erfahrungsaustausch zu Destinationskarten und deren praktische + technische Realisierung) - Eventpakete: Entwicklung von Pauschalreisen zu historischen Events und Vertrieb über Spezialreiseveranstalter bzw. Direktvertrieb über TI's - Interaktiver Stadtrundgang: Entwicklung eines Hörspiels als Stadtrundgang mit einer authentischen Story zur Geschichte - Transnationaler Aspekt: mehrsprachige Umsetzung der Hörspiele (Kooperation mit Theaterhäusern der Städte), gemeinsames Produkt: „interactive history book“: Zusammenfassung aller Hörspiele und kurze Darstellung der gemeinsamen Geschichte im europäischen Kontext ▪ Publikation geeigneter mehrsprachiger Informationsmaterialien wie Image-Broschüre, Flyer, Kalender, Internet-Seiten etc. zur Erreichung neuer Zielgruppen und Öffnung gegenüber internationalen Gäste / Steigerung des Bekanntheitsgrades i.d. Ostseeregion ▪ Merchandising-Strategien zum Thema Kulturerbe / Souvenirentwicklung ▪ Netzwerk, Schaffung einer Kooperationsbasis zum Erfahrungsaustausch und gemeinsamer Außendarstellung und Cross-Marketing ▪ Transnational: gemeinsamer Infolyer, Design + Homepage (Nutzung der Baltic Welcome Centre - Homepage / Datenbank)

Budgetvorschlag – Grobkalkulation

whole period 1-3		Kalmar, SE	Schwerin, D	Stralsund, D	Cesis, LV	Malbork, PL	Halden, NO	Kongsvinger, NO
Budget Item	Total (3 years)							
1. Project coordination	261.929	39.286	27.500	38.000	39.286	39.286	39.286	39.286
2. Personnel (incl. OH)	603.929	89.286	62.500	95.000	89.286	89.286	89.286	89.286
3. Meetings and dissemination	474.286	77.857	35.000	50.000	77.857	77.857	77.857	77.857
4. Travel and accommodation	119.286	17.857	13.000	17.000	17.857	17.857	17.857	17.857
5. External expertise and audit	564.143	82.429	72.000	80.000	82.429	82.429	82.429	82.429
6. Others & Equipment	0	0	0	0	0	0	0	0
7. Small scale investments	467.143	71.429	40.000	70.000	71.429	71.429	71.429	71.429
Total	2.490.714	378.143	250.000	350.000	378.143	378.143	378.143	378.143
		15%	10%	14%	15%	15%	15%	15%
requested ERDF funding	1.433.171	189.071	187.500	262.500	283.607	283.607	113.443	113.443
own contribution	1.057.543	189.071	62.500	87.500	94.536	94.536	264.700	264.700

10,5%
24,2%
19,0%
4,8%
22,6%
0,0%
18,8%
100,0%