

Ergebnisprotokoll der Produktworkshops I + II am 5.5 und 19.5.2009

Netzwerk Grimm

Märchen | Sagen | Legenden



ift GmbH

Goltsteinstraße 87a
50968 Köln
Tel: 0221 - 98 54 95 01
Fax: 0221 - 98 54 95 50
info@ift-consulting.de

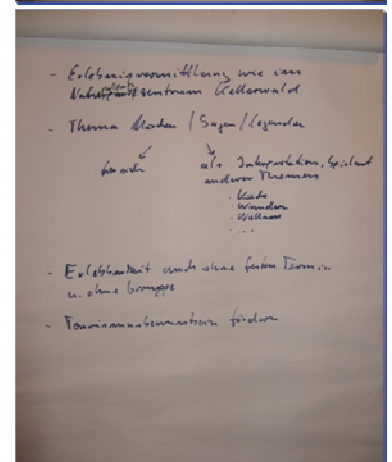
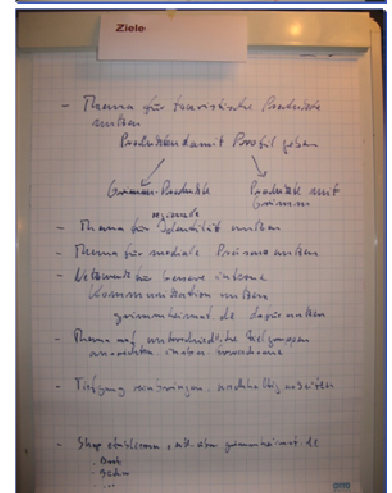
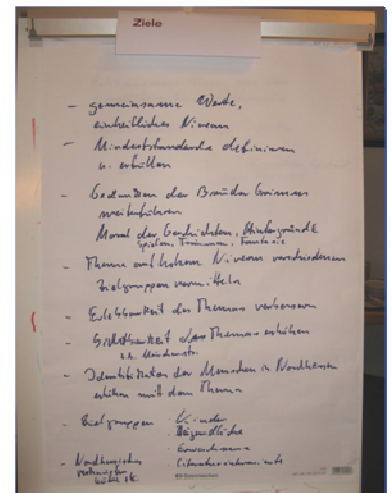
Ansprechpartner:

Jan-F. Kobernuß (ift)
Tel: 0221 - 98 54 95 01
kobernuss@ift-consulting.de

Grimm-Projektkoordinator Pierre Schlosser
Tel. 0176 76060660
pierre.schlosser@grimmheimat.de

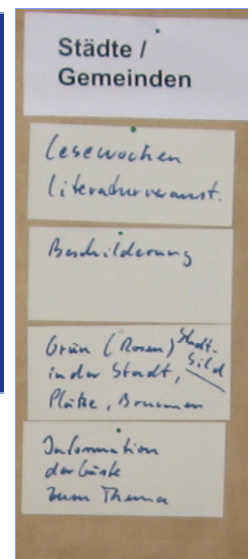
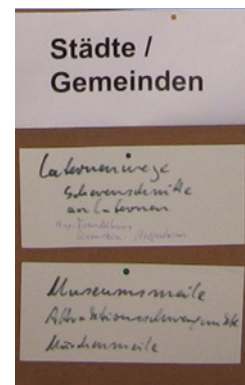
▶ **Zieldefinition**

Gemeinsame Ziele	
Identifikation der Menschen in Nordhessen mit dem Thema erhöhen	
Tourismusbewusstsein fördern	
Gemeinsame Werte, einheitliches Niveau	
Mindeststandards definieren und erfüllen	
Gedanken der Brüder Grimm weiterführen	
Thema auf hohem Niveau verschiedenen Zielgruppen vermitteln	
Erlebbarkeit des Themas verbessern	
Sichtbarkeit des Themas erhöhen, z.B. Märchenstraße	
Thema auf unterschiedliche Zielgruppen ausrichten <ul style="list-style-type: none"> ▶ Kinder und Jugendliche ▶ Erwachsene ▶ Literaturinteressierte 	
Thema für touristische Produkte nutzen	
Thema für mediale Präsenz nutzen	
Erlebnisvermittlung wie im Nationalparkzentrum Kellerwald	
Thema Märchen, Sagen, Legenden <ul style="list-style-type: none"> ▶ Für sich ▶ Interpretation, Spielart anderer Themen 	
Erlebbarkeit auch ohne festen Termin und ohne Gruppe	

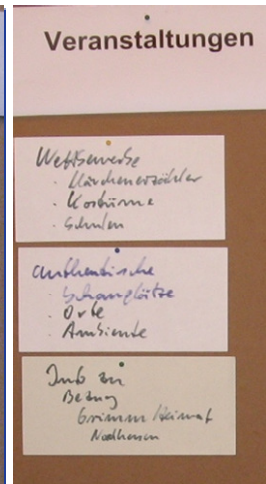
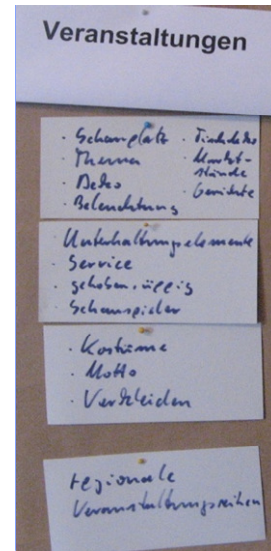


▶ **Merkmale und Kriterien für Angebote**

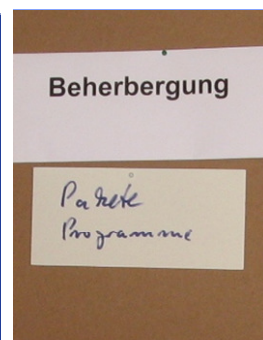
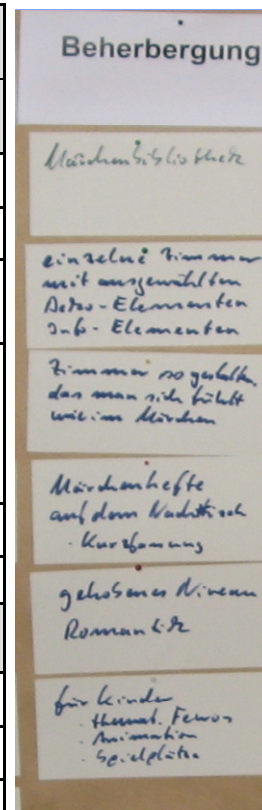
Thema: Städte und Gemeinden
Ergebnisse Workshop I
Lesewochen, Literaturveranstaltungen
Beschilderung
Stadtbild: Grün (Rosen) in der Stadt, Plätze, Brunnen
Gästeinformation zum Thema Märchen
Laternenwege, Scherenschnitte an den Laternen
Museumsmeile: Attraktionsschwerpunkte, Märchenmeile
Ergebnisse Workshop II
<p>Stadtfeste mit Themenbezug (Märchen, Sagen, Legenden)</p> <ul style="list-style-type: none"> ▶ Jahrmärkte ▶ Weihnachtsmärkte (z.B. wie in Erfurt, Leipzig, Lübeck, Osnabrück) ▶ Maifeste / Walpurgisnacht ▶ Handwerkermarkt ▶ Mittelalterfest ▶ „Märchenbude“ Vorlesen ▶ z.B. Märchenwoche in Bad Sooden-Allendorf
Thematische Stadtführungen (auch als Nachtwanderung)
Skulpturen
Straßennamen
saisonale Schwerpunkte (betriebsübergreifende Zusammenarbeit)
Wettbewerbe mit Einzelhändlern (Schaufenster Dekoration, Bsp.: Marburg)
Städte als Schauplatz für Veranstaltung
ÖPNV einbeziehen, Märchen-Ticket
Städte-, Regionen-, Bundesländer-, Betriebswettbewerbe



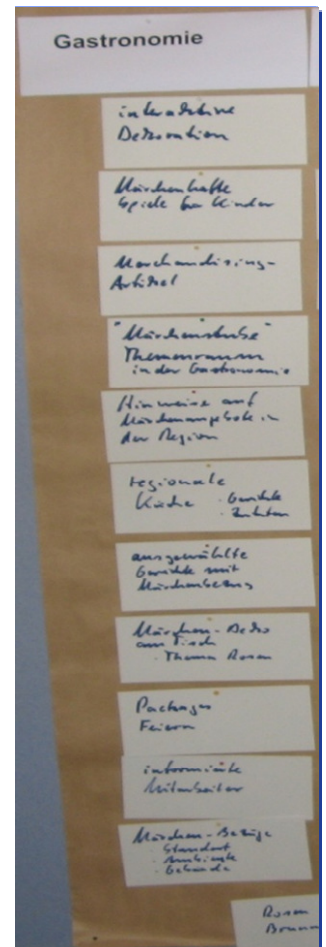
Thema: Veranstaltungen
Ergebnisse Workshop I
Regionale Veranstaltungsreihen
Wettbewerbe <ul style="list-style-type: none"> ▶ Märchenerzähler ▶ Kostüme ▶ Schulen
Authentisch: <ul style="list-style-type: none"> ▶ Ambiente ▶ Themen ▶ Schauplätze ▶ Orte ▶ Marktstände ▶ Dekoration, Beleuchtung
Informationen bzw. Bezug zu „Grimm Heimat Nordhessen“
Unterhaltungselemente <ul style="list-style-type: none"> ▶ gehobener Service ▶ Schauspieler
Märchendinner (in Anlehnung an „Krimidinner“)
Ergebnisse Workshop II
Märchentheater (Bsp.: Märchenhütte Berlin, tagsüber Präsentation für Kinder, abends nur für Erwachsene)
Puppenspiel
Thematisierte Schnitzeljagd für Kinder und Erwachsene
Traditionelles Handwerk ausstellen, Produktion vor Publikum
Märchen-Umzüge
Zauberschule (eintägig, mehrtägig)
Märchen-Pflanzen Ausstellung
Hexen-, Zauberevents
gelebtes Märchen: Geschichten tanzen (Kursangebote, Events)
Märchen-Musicals
mobiles Wandermärchen als Veranstaltungsreihe
Folkloretänze mit Märchenthematen verknüpfen



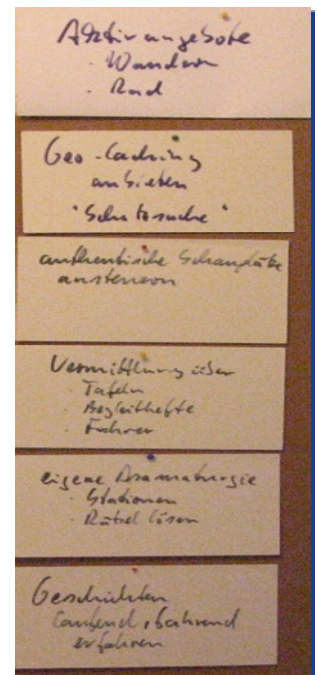
Thema: Beherbergung
Ergebnisse Workshop I
Gehobenes Niveau (Romantik)
Pauschalangebote (Pakete, Programme)
Ausgewählten Dekorations- und Informationselemente (z.B. besondere Gestaltung von Zimmern, Gastronomie- und Empfangsbereichen)
Für Kinder <ul style="list-style-type: none"> ▶ Animationen ▶ Spielplätze ▶ Thematisierte Ferienwohnungen
Märchenhefte (Kurzfassung) auf dem Nachttisch
Märchenbibliothek
Workshop II
Ferienlager für Kinder und Jugendliche
Komplettes Märchenhotel (Bsp.: Märchenhotel in der Schweiz)
regionale Gästeinformation
Wellness Angebote thematisieren (authentische Kräuter, Geräusche / Musik, Düfte)
Jugendherbergen



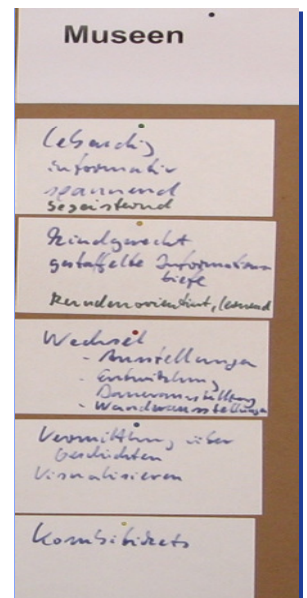
Thema: Gastronomie
Ergebnisse Workshop I
Ausgewählte Gerichte mit Märchenbezug bzw. Sagen, Legenden <ul style="list-style-type: none"> ▶ Gerichte / Rezepte aus Grimms Zeiten ▶ Namen ▶ Form, Präsentation
Regionale Küche <ul style="list-style-type: none"> ▶ Gerichte ▶ Zutaten ▶ Möglichkeit der Kooperation mit Slow-Food-Nordhessen
„Märchenstube“ - Themenraum in der Gastronomie
Märchen Dekoration am Tisch (Thema Rosen)
„Märchen“- Packages, Pauschalangebote (Pakete, Programme)
Interaktive Dekoration
Individueller Märchen-Bezug bzw. Sagen, Legenden <ul style="list-style-type: none"> ▶ Standort ▶ Ambiente ▶ Gebäude
Rosen-Brunnen im Innenhof / Speisesaal
Speisekarte <ul style="list-style-type: none"> ▶ Namen der Gerichte ▶ Gestaltung ▶ Aufgreifen von Informationen über die Grimms, die GrimmHeimat oder individuelle Märchen
Ergebnisse Workshop II
Mehr Angebote für (Groß)-Veranstaltungen: Familien-, Firmenevents
Märchen-Catering-Angebote entwickeln <ul style="list-style-type: none"> ▶ Verwunschene Lokation ▶ geheimnisvolle Terrassen und Gärten, Gewölbekelle
Gourmetfestival → „Verzauberte“ Küche mit Spitzenköchen (z.B. eine Woche in ausgewählten Restaurants)
„Hexenküchen“ – ausgefallene Kochkurse
Kombination Gastronomie mit thematisierten Routenangeboten: Wandern, Radfahren
Mehr Angebote für (Groß)-Veranstaltungen: Familien-, Firmenevents
Weiterbildungsprogramm "Der Märchenkoch" von Quali-GUT (www.quali-gut.de). Erstmals im September 2009



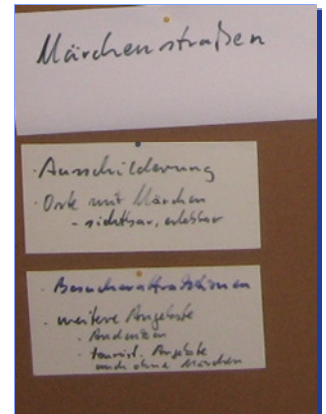
Thema: Aktiv Angebote
Ergebnisse Workshop I
Geo-Caching, Schatzsuche
Authentische Schauplätze ansteuern
Vermittlung über <ul style="list-style-type: none"> ▶ Tafeln ▶ Begleithefte ▶ Führer
Eigene Dramaturgie <ul style="list-style-type: none"> ▶ Stationen ▶ Rätsel lösen
Geschichten laufend, fahrend erfahren
Ergebnisse Workshop II
Adventure-Märchen-Golf
Märchen-Wandern
GPS Radtouren



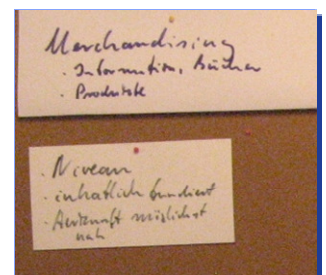
Thema: Museen
Ergebnisse Workshop I
Lebendig, informativ, spannend, begeisternd
kindgerechte, gut gestaffelte Informationstiefe
Wechsel: <ul style="list-style-type: none"> ▶ bei Dauerausstellungen ▶ durch Wechselausstellungen ▶ Wanderausstellungen
Stärkere Vernetzung und Bezugnahme zwischen den verschiedenen Grimm-Museen etc.
Ergebnisse Workshop II
„Die lange Nacht der Märchen“ an einem Termin in der gesamten Region <ul style="list-style-type: none"> ▶ Verlängerte Öffnungszeiten für Museen, Tier- und Freizeitparks, etc. ▶ Shuttleservice ▶ Zentrale Vermarktung
begehbare Märchen
thematische Integration



Thema: Märchenstraße
Ergebnisse Workshop I
Ausschilderung <ul style="list-style-type: none"> ▶ Orte mit Märchen-Themen sichtbar/erkennbar und erlebbar machen
Besucherattraktionen <ul style="list-style-type: none"> ▶ Weitere Angebote entwickeln ▶ Touristische Angebote auch ohne Märchenbezug
Ergebnisse Workshop II
Märchen-Pass mit Stempeln
Entdeckertag (2010 eventuell Grimm)



Thema: Merchandising
Ergebnisse Workshop I
Hohes Niveau
Inhaltlich fundiert
möglichst regionale Herkunft der Artikel
Ergebnisse Workshop II
Artikel wie <ul style="list-style-type: none"> ▶ Porzellan ▶ Gläser ▶ Postkarten, E-Cards ▶ Figuren ▶ Puppen ▶ Gutscheine ▶ Kleidung vor allem für Kinder ▶ Bücher, Zeitschriften ▶ Hörbücher ▶ Spiele ▶ Nahrungsmittel ▶ Geschenke Korb ▶ Flaggen ▶ Aufkleber ▶ Kosmetik, Wellness



Thema: Märchenparks
Ergebnisse Workshop II
Lebensgroße Figuren
Thematisierte Fahrgeschäfte
Thematisierte Gastronomie
Integriertes Märchenhotel
Integrierter Tierpark
Interaktive Elemente
Alle Sinne ansprechen
Märchenerzählungen, Theater, Tanz
historischer Themenpark

Thema: Schlösser und Burgen
Ergebnisse Workshop II
Zugänglichkeit
Erlebbarkeit

Thema: Bildung
Ergebnisse Workshop II
Coaching
Hochschulen
Weiterbildung

Thema: Hugenotten
Ergebnisse Workshop II
Zusammenhang: Grimms Vorfahren väterlicherseits waren Hugenotten und ihre wichtigste Märchenquelle Frau Dorothea Viehmann war Hugenottin
Bad Karlshafen Endpunkt des geplanten Europäischen Hugenotten und Waldenserpfad (Erwartung: zukünftig ähnliche Bedeutung wie der Jakobsweg)
International touristische Anbindung: Verknüpfungsmöglichkeit mit anderen Regionen → gemeinsame europäische Geschichte
Deutsche Hugenotten Gesellschaft e.V. und Hugenotten Museum in Bad Karlshafen
Zahlreiche hugenottische Gemeinden in Nordhessen (ehemals zweit größter Ankunftsraum in Deutschland)

Thema: „Märchen-Hochzeitsland“ Nordhessen
Ergebnisse Workshop II
Koordination und Beratung aus einer Hand
Hochzeitsshop → Kleider / Kostüme im Märchenstil
Datenbank für Märchen-Hochzeit-Locations
Hochzeitsmesse
mobiles Standesamt
Koordination und Beratung aus einer Hand
Kreierung einer alten „romantischen“ Bahnlinie (Verknüpfung mit Veranstaltungen, Gastronomie, etc.) (Hessencourier ausweiten)

Thema: Übergeordnetes
Ergebnisse Workshop I
ÖPNV + Märchen <ul style="list-style-type: none"> ▶ Strecken ▶ Informationen ▶ Unterhaltung
Zentrale Datenbank, Pool: Märchenerzähler
Grimm-Card
Heimat bieten: typische Angebote
Anbieterbörse
Mehrsprachigkeit
Infomappen

▶ **Produktanforderungen im regionalen, nationalen und internationalen Markt**

Regionaler Markt	Nationaler Markt	Internationaler Markt
Angebote für Familien	Gutes Preis-Leistungs-Verhältnis	Mehrsprachigkeit <ul style="list-style-type: none"> ▶ Führungen ▶ Audio-Guides
Tagesausflüge	Kurzreiseangebote (Pakete)	Familien- und Gruppen-gerecht
Zielgruppe einheimische Bevölkerung (Primärmarkt)	Veranstaltungen, z.B. Kultursommer Nordhessen	Hohe Erlebnisdichte
Veranstaltungen		Burgen und Schlösser als Anlaufpunkte
		Großstädte (Verkehrsanbindung, Erlebnisdichte)
		Typische, authentische Kulissen
		Professionelle Strukturen, Unterkünfte etc.