



RheinlandPfalz

MINISTERIUM FÜR
WIRTSCHAFT, VERKEHR,
LANDWIRTSCHAFT UND
WEINBAU

ENTWICKLUNGSPROGRAMM EULLE

Rheinland-pfälzisches ELER-Entwicklungsprogramm "Umweltmaßnahmen, Ländliche Entwicklung, Landwirtschaft, Ernährung" (EPLR EULLE)

CCI-NR.: 2014DE06RDRP017

Projektsteckbrief LEADER 2014 - 2020

Maßnahme 19.2 - Förderung der Umsetzung von Vorhaben im Rahmen der LILE

Förderaufruf der Lokalen Aktionsgruppe (LAG)

Förderaufruf FLLE 2.0

GAK 8.0 „Kleinstunternehmen der Grundversorgung“

GAK 9.0 „Einrichtungen für lokale Basisdienstleistungen“

oder

Maßnahme 19.3 - Gebietsübergreifende und transnationale Kooperationen

gemäß den Verordnungen (EU) Nr. 1303/2013 und Nr. 1305/2013

I. Allgemeine Angaben	
LEADER-Aktionsgruppe (LAG):	Rheinhessen
Name des Vorhabens¹:	Fotoprojekt Wein & Architektur Rheinhessen zur Förderung der weintouristischen Attraktivität der Region auf dem sozialen Medium Instagram.
1. Angaben zum Träger des Vorhabens	
Träger des Vorhabens	Name: Rheinhessenwein e.V. Straße/Hausnr.: Otto-Lilienthal-Str.4 PLZ/Ort: 55232 Alzey
Rechtsform	<input type="checkbox"/> natürliche Person <input type="checkbox"/> Personengesellschaft <input checked="" type="checkbox"/> juristische Person des Privatrechts <input type="checkbox"/> juristische Person des öffentlichen Rechts
Gemeinnützigkeit	<input type="checkbox"/> ja <input checked="" type="checkbox"/> nein
Ansprechpartner	Name: Ina-Johanna Becker Telefon: 06731-95107420 Fax: 06731-95107499 E-Mail: ina-johanna.becker@rheinessenwein.de
Anerkennung der Finanzmittel des Trägers des Vorhabens als öffentliche Ausgaben	<input checked="" type="checkbox"/> ja, Anerkennung erfolgte am _6. April 2016 <input type="checkbox"/> nein <input type="checkbox"/> Antrag auf Anerkennung bei ELER-Verwaltungsbehörde eingereicht am: _____
Vorsteuerabzugsberechtigung des Trägers des Vorhabens	<input checked="" type="checkbox"/> ja <input type="checkbox"/> nein, wenn nein: <input type="checkbox"/> Bestätigung durch Finanzamt _____ vom _____ liegt vor.

¹ „Vorhaben“ ist ein Projekt, ein Vertrag, eine Maßnahme oder ein Bündel von Projekten, ausgewählt von der LAG, die zu den Zielen der LILE der betreffenden LAG und einem der Ziele der ELER-Verordnung beitragen.

	<input type="checkbox"/> Bestätigung des Finanzamtes wird mit dem Antrag auf Fördermittel vorgelegt.
Angabe zur Größe des Unternehmens des Antragstellers (Einstufung KMU²)	Das Unternehmen hat weniger als 250 Beschäftigte <input checked="" type="checkbox"/> ja <input type="checkbox"/> nein <u>und</u> erzielt entweder einen Jahresumsatz von nicht mehr als 50 Mio. € <input type="checkbox"/> ja <input checked="" type="checkbox"/> nein oder eine Jahresbilanzsumme von nicht mehr als 43 Mio. €. <input type="checkbox"/> ja <input checked="" type="checkbox"/> nein <input checked="" type="checkbox"/> nicht relevant
2. Angaben zum Vorhaben	
Teilmaßnahme	<input checked="" type="checkbox"/> Maßnahmencode 19.2 - Förderung der Umsetzung von Vorhaben im Rahmen der LILE <input checked="" type="checkbox"/> Förderaufruf der Lokalen Aktionsgruppe (LAG) <input type="checkbox"/> Förderaufruf FLLE 2.0 <input type="checkbox"/> GAK 8.0 „Kleinstunternehmen der Grundversorgung“ <input type="checkbox"/> GAK 9.0 „Einrichtungen für lokale Basisdienstleistungen“ <input type="checkbox"/> Maßnahmencode 19.3 - Gebietsübergreifende und transnationale Kooperationen
Bei Vorhaben der gebietsübergreifenden und transnationalen Kooperation (M19.3) Name und Anschrift des/der Kooperationspartner(s) (Bundesland / EU-Mitgliedsstaat) Abschluss einer Kooperationsvereinbarung vorgesehen am	

² Die Angaben beziehen sich auf den letzten durchgeführten Jahresabschluss. Liegt noch kein abgeschlossener Jahresabschluss vor (Unternehmensneugründung), so sind die Werte anhand der Zahlen des laufenden Geschäftsjahres nach Treu und Glauben zu schätzen.

Dienstleistung der Grundversorgung der zuständigen Kreisverwaltung	
---	--

II. Spezielle Angaben zum Vorhaben

1. Beschreibung des Vorhabens

1.1 Inhalt des Vorhabens

(Was soll konkret durchgeführt werden?)

Erstellung von Bilderwelten zum Thema „Wein und Architektur“ von Weinbaubetrieben, Vinotheken, Gastro, und sonstigen Einrichtungen mit Bezug zum Wein (Kupferbergterrasse) mit repräsentativen und originellen Bauwerken/Umbauten für das soziale Netzwerk Instagram zur überregionalen Präsentation.

Ausführliche Beschreibung des Vorhabens ist als Anlage beigefügt.

1.2 Innovativer Charakter

(Was ist das konkret Neuartige des Vorhabens, welche Vorteile bestehen gegenüber bekannten Lösungen?)

Architektur ist mit 2,8 Millionen Beiträgen auf Instagram ein beliebtes Themengebiet. Das Thema Wein und Architektur ist derzeit unterrepräsentiert. Die Bilderwelt-Kampagne, die sich ausschließlich auf Wein und Architektur fokussiert, wird die erste ihrer Art sein und wird von keinem der weiteren 12 Weinanbaugebiete umgesetzt. Rheinhessen würde damit eine Alleinstellung nutzen wollen. Allen voran für die jüngere Zielgruppe (Generation Y) wird ein attraktiver kraftvoller touristisches Impuls für die Region Rheinhessen geschaffen.

1.3 Zielgruppen

(Wer sind die Adressaten bzw. Nutznießer des Vorhabens?)

Zielgruppen sind Kunst – und kulturinteressierte Endverbraucher und Reisende mit gehobenen Einkommen, digitalaffine Endverbraucher mit gehoben Einkommen der Generation Y, Multiplikatoren wie

Gastronomie und Fachpresse. Alle wertschätzen als Verbraucher und Multiplikatoren Ästhetik, Design, stillvolles Ambiente in Kombination mit Wein.

1.4 Partner

(Ist eine Zusammenarbeit mit Partnern aus der Region geplant? Wenn ja, welche Partner und welche Art von Partnerschaften sind vorgesehen?)

Architektenkammer Rheinland-Pfalz (Wein und Architektur als potentialträchtiges Thema der Region zum Informationsaustausch für potentielle Bauwerke)

1.5 Erwartete Ergebnisse bei Abschluss des Vorhabens – Skizzierung der Vorhabenziele unter Berücksichtigung der „ELER-Ziele“ (Neues Produkt, neue Dienstleistung, Existenzgründung, Anzahl gesicherter / neu geschaffener Arbeitsplätze, o. ä.)

Mehr Reichweite und Steigerung der Attraktivität für die Region auf Social Media speziell Instagram. Zunehmendes touristisches Aufkommen innerhalb der Region, um die besonderen Bauwerke zu entdecken. Schaffung von Motivation, die architektonisch wertvollen Weinbaubetriebe, Vinotheken, gastronomischen Einrichtungen, sonstige Einrichtungen mit Bezug zum Wein in Rheinhessen zu besuchen und ggf. zum Weineinkauf zu nutzen. Schaffung von Preisakzeptanz im höheren Preissegment.

Beitrag des Vorhabens zu den „ELER-Zielen“

Ziele der ELER-Verordnung⁴:

- Förderung der Wettbewerbsfähigkeit
- Gewährleistung der nachhaltigen Bewirtschaftung der natürlichen Ressourcen und Klimaschutz
- Erreichung einer ausgewogenen räumlichen Entwicklung der ländlichen Wirtschaft und der ländlichen Gemeinschaft, einschließlich der Schaffung und des Erhalts von Arbeitsplätzen

Querschnittsziele der ELER-Verordnung:

- Innovation
- Umweltschutz
- Eindämmung des Klimawandels

Kernziele des EPLR-EULLE⁵:

- Erhöhung der Wertschöpfung in ländlichen Räumen Umweltschutz
- Sicherung des ökologischen Potenzials
- Nachhaltige Nutzung natürlicher Ressourcen
- Auf- und Ausbau von Wertschöpfungsketten
- Stärkung des bürgerschaftlichen Engagements
- Lokale Initiativen und Kooperationen

Bereich(e):	Zielindikatoren:	Konkretisierung der Ziele ⁶ :
Hinweis: Sollten mehr Zielindikatoren zum Tragen kommen, als Auswahlmöglichkeiten vorhanden sind, benennen Sie diese bitte im Bereich „Konkretisierung der Ziele“.		
Dorfentwicklung, Dorfleben, Grundversorgung	Schaffung/Ausbau Vermarktungseinrichtungen Wählen Sie ein Element aus ----- Wählen Sie ein Element aus Wählen Sie ein Element aus	Durch die überregionale Präsentation kommen Besucher in Dörfer. Sie übernachten, kaufen ein und verzehren.
Gewerbliche Wirtschaft	Erschließung neuer Märkte/Vermarktungseinrichtungen	Durch das internationale soziale Medium Instagram wird eine überregionale

⁴ Mindestens ein Ziel der ELER-Verordnung muss mit dem Vorhaben verfolgt werden.

⁵ Mindestens ein Kernziel des EPLR-EULLE muss mit dem Vorhaben verfolgt werden.

⁶ Bitte konkretisieren Sie hier – soweit möglich – alle aufgeführten Zielindikatoren des Vorhabens.

Beispiele:

- Touristisches Vorhaben (bspw. Wanderweg) – Konkretisierung: Schaffung von x km Wanderweg mit Beschilderung (Anzahl/Ort) und Installation sanitärer Anlagen.
- Vorhaben im Bereich Naturschutz u. Umwelt (bspw. Umweltbildungsstätte) – Konkretisierung: Bauliche Inwertsetzung einer Immobilie bspw. durch Modernisierung, Anschaffung von Lehrmaterialien o. ä. Informationsmaterialien mit Zahlenangaben.
- Vorhaben im Bereich Grundversorgung (bspw. Erweiterung eines Dorfladen) – Konkretisierung: Bauliche Erweiterung einer Immobilie um x m², Anschaffung von x m² Regalsystemen, Kasse, etc.

	Handwerk ----- Wählen Sie ein Element aus Wählen Sie ein Element aus	Aufmerksamkeit geschaffen. Beispielhafte Bauprojekte fördern bei anderen Betrieben das Vorhaben Wein und Architektur zu verbinden. Bei Neubauten/Umbauten Energieeffizienz ggf. zu berücksichtigen. Handwerker, ob Tischler oder Maurer werden gebraucht.
Land-, Forstwirtschaft und Weinbau	Touristische Angebote Schaffung/Ausbau Vermarktungseinrichtungen ----- Wählen Sie ein Element aus Wählen Sie ein Element aus	Stellt die touristische Attraktivität von Betrieben mit Weinbezug in den Vordergrund. Darstellung der Bauten als Kulturgut und Kunst für die Region
Naturschutz und Umwelt	Klimaschutz Wählen Sie ein Element aus ----- Wählen Sie ein Element aus Wählen Sie ein Element aus	Neben der architektonischen Ästhetik soll auch die Energieeffizienz bei Neubauten/Umbauten in der Bildbeschreibung involviert werden.
Tourismus	Qualitätsverbesserung der touristischen Infrastruktur Verbesserung der Barrierefreiheit ----- Wählen Sie ein Element aus Wählen Sie ein Element aus	Stärkung der Querschnittsziels Wein und Tourismus. Schaffung von Bewusstsein neuer Bauten/Umbauten und damit einhergehenden besseren Begehbarkeit. Schaffung von Bewusstsein für die Ästhetik von Weinarchitektur. Zusätzlicher touristischer Reiseanlass.
Sonstiges	Wählen Sie ein Element aus	
Erhaltene/ Geschaffene Arbeitsplätze	Wählen Sie ein Element aus	

1.6 Barrierefreiheit

(Wie werden die Bedürfnisse von Menschen mit körperlichen und/oder sonstigen Beeinträchtigungen beachtet?)

Instagram ermöglicht das Hinzufügen von alternativen Bildbeschreibungen für Blinde. Somit wird die Region barrierefrei erlebbar gemacht.

1.7 Geschlechter-Gerechtigkeit / Chancengleichheit

(Inwiefern werden besondere Bedürfnisse und Interessen von Frauen und Männern beachtet?)

Das Medium Instagram ist prinzipiell allen Geschlechtern zugänglich.

1.8 Einbindung in bestehende Konzepte in der Region

(Welche Konzepte? Erfolgte eine Abstimmung mit den betroffenen Fachstellen?)

Die Maßnahmenentwicklung ist eingebettet in die digitale Gesamtstrategie von Rheinhessenwein e.V. und Rheinhessen-Touristik GmbH, wobei mit dem Aufsetzen des Social-Media-Kanals Instagram schon begonnen wurde, und dem Sinn dient überregionale Reichweite zu fördern. Es wird gleichermaßen ein Bestandteil der neuen Kommunikationskampagne von Rheinhessenwein e. V. sein.

1.9 Sonstiges

Da es sich hier um eine freiberufliche Leistung eines selbstständigen Fotografen mit künstlerischem Anspruch handelt, die zudem nicht umfassend und erschöpfend beschrieben werden kann, soll auf eine formale Ausschreibung der Fotografenleistung des Projekts nach Möglichkeit verzichtet werden,

2. Kostenübersicht⁷						
			förderfähige Kosten	nicht förderfähige Kosten		
Bruttogesamtkosten des Vorhabens⁸			15.606,19€	4.514,49€		
davon Kosten für die Errichtung von unbeweglichem Vermögen			€	€		
davon Kosten für den Erwerb von unbeweglichem Vermögen			€	€		
darunter Kosten für Grunderwerb			€	€		
davon Kosten für den Erwerb von beweglichem Vermögen			€	€		
davon Leasingkosten für neue Maschinen und Anlagen			€	€		
davon allg. Kosten für Architekten- und Ingenieurleistungen und Beratung			€	€		
davon Kosten für immaterielle Investitionen (z.B. Lizenzen, Patente, Studien, Konzepte)			€	€		
davon interne direkte Personalkosten			€	€		
zzgl. 15 % Pauschalsatz für indirekte Kosten			€	€		
davon externe Personalkosten (Dienstleistungen)			13.583,44€	4.514,49€		
davon Schulungskosten (Qualifikation ⁹) (inklusive Reisekosten ¹⁰)			€	€		
davon Kosten im Rahmen von Öffentlichkeitsarbeit			€	€		
davon Finanz- und Netzwerkkosten			€	€		
3. Kostenplan nach Jahren						
JAHR	2018	2019	2020	2021	2022	2023
BETRAG IN EURO	0,00	0,00	0,00	7.803,09	7.803,10	0,00
4. Finanzierungsplan						
Nettogesamtkosten			13.583,44€			
Mehrwertsteuer			2.491,74 €			
Bruttogesamtkosten			15.606,19 €			

⁷ Bei Vorhaben der gebietsübergreifenden und transnationalen Kooperation (Maßnahmencode 19.3) ist eine Aufteilung der Kosten je Kooperationspartner gesondert als Anlage beizufügen.

⁸ Aufgeteilt in förderfähige und nichtförderfähige Kosten.

⁹ Keine Schulungskosten, die im Rahmen der Maßnahme 19.4 abgerechnet werden.

¹⁰ Bei der Abrechnung von Reisekosten sind maximal die Sätze des Landesreisekostengesetzes förderfähig (bspw. Wegstreckenentschädigung in Höhe von 25 Cent je Kilometer).

Eigenmittel¹¹	4.514,49€
davon bar	€
davon über Kreditaufnahme	€
davon Eigenleistungen	€
davon Sachleistungen (ohne freiwillige Arbeit) unbar	€
davon freiwillige Arbeit (unbar)	€
Im LEADER-Ansatz beantragte Gesamtzuwendung:	
Zuwendungssatz 70 %	10.924,33€
davon ELER-Mittel	€
davon nationale Mittel ¹²	€
weitere beantragte öffentliche Förderung ¹³ von _____	€
Zweckgebundene Drittmittel (z.B. Spenden)	€
Zweck <u>u</u> ngebundene Drittmittel (z.B. Spenden)	€
5. Angaben zu Einnahmen¹⁴, die mit dem Vorhaben erzielt werden	
Einnahmen	0,00€
mögliche geschätzte Folgekosten ¹⁵ pro Jahr	€
III. Anlagen	
<input type="checkbox"/> Entwurfszeichnungen, Grundstückspläne, Grundbuchauszüge, Raumpläne <input checked="" type="checkbox"/> Detaillierte Kostenaufstellung des Gesamtvorhabens ¹⁶ <input type="checkbox"/> Genaue Beschreibung der geplanten Eigenleistung mit Kostenvoranschlägen <input checked="" type="checkbox"/> Aktueller Auszug aus dem Vereins-, Handels- oder Genossenschaftsregister <input type="checkbox"/> Bescheinigung der Gemeinnützigkeit <input checked="" type="checkbox"/> Vereinssatzung / Gesellschaftervertrag mit Regelung der Vertretungsberechtigung	

¹¹ Barmittel, Kredite, Eigenleistungen, freiwillige nicht entlohnte Arbeit.

¹² Land Rheinland-Pfalz, projektunabhängige Mittel der LAG.

¹³ Sonstige Förderprogramme bspw. ISB, KfW, Dorferneuerung, Kommunale Förderprogramme.

¹⁴ Dies gilt nicht für beantragte De minimis-Beihilfen bzw. für Beihilfen in der landwirtschaftlichen Primärerzeugung sowie der Verarbeitung und Vermarktung landwirtschaftlicher Erzeugnisse. Einnahmen, gemäß Art. 61 Abs. 1 Satz 2 der VO (EU) 1303/2013 sind Zuflüsse von Geldbeträgen, die unmittelbar von den Nutzern für die im Rahmen des Vorhabens bereitgestellten Waren und Dienstleistungen gezahlt werden, wie beispielsweise Gebühren, die unmittelbar von den Nutzern für die Benutzung der Infrastruktur, den Verkauf oder die Verpachtung/Vermietung von Grundstücken oder von Gebäuden entrichtet werden, oder Zahlungen für Dienstleistungen.

¹⁵ Die Finanzierung muss auch unter Berücksichtigung der nach Durchführung des Vorhabens zu erwartenden Folgekosten gesichert sein. Daher muss bei kommunalen Trägern die Stellungnahme der Kommunalaufsichtsbehörde eine Beurteilung nach § 18 Abs. 2 Nr. 3 LFAG spätestens zur Antragstellung enthalten sein.

¹⁶ Bei Bauvorhaben Kostenermittlung nach DIN 276.

- Gutachten (u. a. Wirtschaftlichkeitsgutachten) zum Vorhaben
- Stellungnahmen entsprechender Fachstellen
- Nachweise der gesicherten Gesamtfinanzierung des Vorhabens
 - Nachweis der Eigenmittel ab einem Eigenanteil von 10.000 € durch Kontoauszüge, Kreditbereitschaftserklärung oder andere geeignete Unterlagen
 - Nachweis der Eigenmittel bei Gebietskörperschaften ab einem Eigenanteil von 10.000 € durch Stellungnahme der zuständigen Rechtsaufsichtsbehörde
- Bestätigung des Finanzamtes zur Vorsteuerabzugsberechtigung
- Bestätigung der zuständigen Kreisverwaltung des Bedarfes für die Bereitstellung des betreffenden Gutes oder der betreffenden Dienstleistung der Grundversorgung unter Berücksichtigung gleichartiger, bereits bestehender Einrichtungen in Ortsnähe
- De-minimis-Bescheinigungen
- Sonstige Unterlagen: Detaillierte Beschreibung Projektvorhaben

Bitte füllen Sie den Projektsteckbrief soweit wie möglich aus und senden Sie die ausgefüllten Unterlagen an:

Lokale Aktionsgruppe	Rheinhessen
ggf. vertreten durch den federführenden Partner der LAG	
Name des Ansprechpartners	Regionalmanagerin Sandra Lange
Straße/Hausnummer	Ernst-Ludwig-Straße 36
PLZ/Ort	55232 Alzey
Tel. / Fax / Mail	06731 408 1022 lange.sandra@alzey-worms.de

Sollten Sie Fragen zum Projektsteckbrief haben, können Sie sich gerne an uns wenden.

Hiermit erkläre ich als bevollmächtigter Vertreter des Trägers des Vorhabens, dass bei positiver Bewertung des Vorhabens im Auswahlverfahren die Erbringung der erforderlichen Eigenmittel zur Förderantragstellung bei der Bewilligungsstelle im vorab bekanntgegebenen Zeitraum gewährleistet ist.

Mit der Einreichung des Projektsteckbriefes zum Auswahlverfahren stimme ich der Veröffentlichung von Angaben zum Vorhaben gemäß den Transparenz-Vorgaben von EU und dem Land Rheinland-Pfalz zu. Ich bestätige die Richtigkeit der vorab gemachten Angaben des Trägers des Vorhabens.

Fotoprojekt Wein & Architektur Rheinhessen zur Förderung der touristischen Attraktivität der Region und Präsentation der Herkunftsbetriebe rheinhessischer Weine auf dem sozialen Medium Instagram.

Rahmenbedingungen der zukünftigen Kommunikation von Wein & Architektur

Schöne und originelle Bauten waren schon immer ein wichtiger Punkt für touristische Attraktion. Der Wunsch nach Qualität und regionalem Bezug, nehmen als Bedürfnisse für Verbraucher zu. Die Verbindung der Weinkultur und Architektur ist hier ein wesentlicher Treiber für die ländliche Entwicklung. Gerade mit nachkommenden Generationen auf den Betrieben, rückt diese Symbiose immer mehr in den Fokus der Strategieentwicklung. Mit Unterstützung des Wirtschaftsministeriums und der Weinbauverbände pflegt die Architektenkammer Rheinland-Pfalz das Thema seit Jahren mit dem Architekturpreis Wein, im Programm des Tages der Architektur und mit Symposien für die Fachleute vom Wein, vom Bauen und im Tourismus. In unserem Projekt soll die kulturelle Verankerung von Wein und Architektur in Bilderwelten inszeniert werden. Mit künstlerischem und anmutendem Bildmaterial soll eine überregionale Präsenz und Begehrlichkeit für die Region geschaffen werden. Als Kommunikationskanal dient das Medium Instagram, aufgrund seiner potenziellen überregionalen Reichweite.

Aktuelle Situation in der Instagram-Plattform rheinhessenwein

Mit dem Launch des Instagram Kanal 2018 wurde der technische Grundstock für die regionale als auch überregionale Onlinekommunikation gelegt. Neben beliebten Themenwelten wie Wein und Speisen, Lifestyle, Design und vielem mehr – ist Architektur mit 2,8 Millionen Beiträgen auf Instagram eines der beliebtesten Themengebiete. Aktuell ist Wein und Architektur derzeit unterrepräsentiert. Die Bilderwelt-Kampagne die sich ausschließlich auf Wein und Architektur fokussiert, wird die erste ihrer Art sein und wird von keinem der weiteren 12 Weinanbaugebiete umgesetzt. Erfreulicherweise legt die Region mit vielen Protagonisten mit Bezug zum Wein eine repräsentative Baukultur vor.

Maßnahmen innerhalb des Projekts:

1. Recherche von Weinbaubetrieben, Vinotheken, gastronomischen Einrichtungen, Einrichtungen mit Bezug zum Wein mit repräsentativen und originellen Bauwerken/Umbauten. Jedem interessierten Betrieb, wird in Aussicht gestellt, dass die jeweilige Architektur professionell fotografiert wird. Das Projekt ist rein theoretisch auch auf alle Bauwerke bzw. innerhalb der Region Rheinhessen ausdehnbar. Abstimmung mit der Architektenkammer Rheinland-Pfalz, um potenzielle Bauten zu identifizieren.
2. Erstellung von hochwertigen künstlerisch anmutenden Fotoaufnahmen der Bauwerke.
3. Erstellung von ansprechenden Bildunterschriften zur Darstellung auf der Plattform Instagram. Der Instagram-Kanal rheinhessenwein handhabt aktuell die deutsche Bildbeschriftung, zum internationalen Verständnis, auch auf Englisch auszuformulieren.

Ziele

Mehr Reichweite und Steigerung der Attraktivität für die Region mittels der überregionalen Präsentation auf Instagram. Zunehmendes touristisches Aufkommen innerhalb der Region, um die besonderen Bauwerke zu entdecken. Schaffung von Motivation die architektonisch wertvollen Weinbaubetriebe, Vinotheken, gastronomischen Einrichtungen, Einrichtungen mit Bezug zum Wein im Innern zu besuchen. Schaffung von Preisakzeptanz im höheren Preissegment.

Projektschätzung (brutto):

Erstellung von Fotoaufnahmen 36 Bauwerke á 362,80 €	13.061,- €
Künstlersozialkasse für Fotograf/in (4% von 64.500)	522,44 €
geschätzte Gesamtkosten	13.583,44 €

Eigene Personalkosten zum Briefing des Fotografen bleiben unberücksichtigt. Zur umsatzsteuerlichen Betrachtung verweisen wir auf die gesonderte Anlage.

Ina-Johanna Becker, 07.04.2021

Von: Christian Halbig <christian.halbig@rheinessen.info>
Gesendet: Dienstag, 27. April 2021 13:00
An: Lange.Sandra
Cc: ina-johanna.becker@rheinessenwein.de; Ingrid Weigerding; Ulrike Salzmann
Betreff: Fachliche Stellungnahme: Fotoprojekt Wein und Architektur Rheinessen zur Förderung der weintouristischen Attraktivität der Region auf dem sozialen Medium Instagram
Anlagen: v-11-fotoprojekt-wein-und-architektur.pdf

Sehr geehrte Frau Lange,

das Entwicklungskonzept „Erlebnis Weinkulturlandschaft Rheinessen – Wein, Tourismus und ländliche Entwicklung im Dialog“ hat Ende 2005 schon die enge Verknüpfung von Wein, Tourismus und ländlicher Entwicklung festgestellt und die möglichen Synergiepotentiale herausgearbeitet. Mit der Fortschreibung der Entwicklungskonzeption „Tourismusstrategie Rheinessen 2025 – Erlebnis.Wein.Kultur.Landschaft.“ setzt die Region Rheinessen weiterhin auf chancenreiche Themen wie Wein, Kultur sowie Rad und Wandern und konzentriert sich sehr konsequent in der Angebotsentwicklung und im Marketing auf die potentialträchtigsten Zielgruppen für die Region.

Die Rheinessen-Touristik GmbH begrüßt die geplante Maßnahme: „Fotoprojekt Wein und Architektur Rheinessen zur Förderung der weintouristischen Attraktivität der Region auf dem sozialen Medium Instagram“ zur weiteren Fokussierung des Instagram-Kanals über das Alleinstellungsthema Wein und Architektur. Mit der anvisierten Projektumsetzung trägt die Gebietsweinwerbung ihren spezifischen Wein-Zielgruppen Rechnung und baut kontinuierlich seinen hochwertigen Content-Pool zur Vermarktung der Weinerlebnisregion Rheinessen und zum Absatz des rheinessischen Weins auf. Sehr begrüßenswert einzuordnen ist die Kooperation bei der Konzeption und Umsetzung des Projekts mit Architektenkammer Rheinland-Pfalz.

Aus touristischer Sicht ist bei der Projektrealisierung darauf zu achten, dass ausschließlich Locations in die Auswahl des Projekts kommen, die auch einen Kundennutzen bieten. So ist sicher zu stellen, dass nur sehenswerte Architektur in den Fokus gestellt wird, die auch über Öffnungszeiten verfügt oder in denen Führungsangebote bestehen.

Nachfolgende Fragestellungen/Empfehlungen bitten wir bei der Umsetzung des Projekts zu berücksichtigen:

- Wie wird das Bildmaterial weiter in wert gesetzt?
- Ist das Bildmaterial Grundlage für Storytelling über den Blog Rheinessen?
- Was passiert zur Thematik auf der Website rheinessen.de ?
- Wie wird die Abgrenzung des Projekts zu Rheinessen AUSGEZEICHNET (Vinotheken) gewährleistet?

Die Rheinessen-Touristik GmbH begrüßt das Projektvorhaben, empfiehlt allerdings um einen touristischen Nutzen zu realisieren die Zugänglichkeit der Angebote und die Fragestellungen/Empfehlungen in der Konzeption sowie Umsetzung zu beachten.

Mit freundlichen Grüßen
Rheinessen-Touristik GmbH
Christian Halbig



Von: Ina-Johanna Becker <ina-johanna.becker@rheinessenwein.de>
Gesendet: Dienstag, 4. Mai 2021 13:20
An: Lange.Sandra
Cc: Ingrid Weigerding; Ulrike Salzmänn; Christian Halbig; Sonja Ostermayer; Bernd Kern
Betreff: AW: Fachliche Stellungnahme: Fotoprojekt Wein und Architektur
Rheinessen zur Förderung der weintouristischen Attraktivität der Region auf dem sozialen Medium Instagram

Sehr geehrte Frau Lange

wir haben die fachliche Stellungnahme von Herrn Halbig zur Kenntnis genommen und möchten dazu gerne Stellung nehmen, weil wir den Eindruck haben, dass mit Blick auf die geplante Projektsumme die touristischen Erwartungen zu hoch angesetzt sind.

Zunächst freuen wir uns, dass das Fotoprojekt „Wein & Architektur“ von Seiten der Rheinessen-Touristik GmbH begrüßt wird.

Mit Blick auf die Budgetierung liegt der Fokus des Projekts darauf, dass anschauliches Bildmaterial von interessanter Weingutsarchitektur speziell für die Plattform Instagram „rheinessenwein“ erstellt wird.

Primäres Ziel ist es, neue Zielgruppen zu erschließen und für gute und moderne Weingutsarchitektur zu interessieren, zusätzliche Reiseanlässe zu schaffen und damit den Abverkauf rheinessischer Weine zu fördern. Das Bildmaterial soll darüber hinaus weiter in Wert gesetzt werden: Im zweiten Schritt soll das Thema „Wein & Architektur“ auf www.rheinessen.de platziert werden. Diese Verwertung bietet durchaus die Möglichkeit, touristische Zusatznutzen und detailliertere Informationen zu liefern. Zum Beispiel eine Baubeschreibung, etwaige Öffnungszeiten, Begehbarkeiten und mehr Infos zu aktuellen Events.

Nach der ersten Ausspielung auf der Plattform Instagram und auf www.rheinessen.de ist es denkbar, die gesammelten Bauwerke in einer Broschüre für touristische Zwecke weiter zu verwerten.

Berührungspunkte mit den AUSGEZEICHNET Vinotheken gibt es maximal über das Thema. Wir können versichern, dass das Projekt in keine Konkurrenz zu den AUSGEZEICHNET Vinotheken tritt, weil sowohl die Zielgruppen als auch die Verwertung anders definiert sind.

Mit freundlichen Grüßen

Ina-Johanna Becker
Onlinekommunikation

Rheinessenwein e.V.



Otto-Lilienthal-Str. 4
55232 Alzey
Tel. 06731-95107420
Fax. 06731-95107499

www.rheinessen.de

Amtsgericht Mainz, VR 31126
Geschäftsführer: Bernd Kern
Vorsitzender des Vorstandes: Thomas Schätzel

Von: Christian Halbig <christian.halbig@rheinessen.info>
Gesendet: Dienstag, 27. April 2021 13:00
An: 'Lange.Sandra (Lange.Sandra@Alzey-Worms.de)' <Lange.Sandra@Alzey-Worms.de>
Cc: Ina-Johanna Becker <ina-johanna.becker@rheinessenwein.de>; Ingrid Weigerding <ingrid.weigerding@rheinessen.info>; Ulrike Salzmänn <Ulrike.Salzmänn@rheinessen.info>
Betreff: Fachliche Stellungnahme: Fotoprojekt Wein und Architektur Rheinhessen zur Förderung der weintouristischen Attraktivität der Region auf dem sozialen Medium Instagram

Sehr geehrte Frau Lange,

das Entwicklungskonzept „Erlebnis Weinkulturlandschaft Rheinhessen – Wein, Tourismus und ländliche Entwicklung im Dialog“ hat Ende 2005 schon die enge Verknüpfung von Wein, Tourismus und ländlicher Entwicklung festgestellt und die möglichen Synergiepotentiale herausgearbeitet. Mit der Fortschreibung der Entwicklungskonzeption „Tourismusstrategie Rheinhessen 2025 – Erlebnis.Wein.Kultur.Landschaft.“ setzt die Region Rheinhessen weiterhin auf chancenreiche Themen wie Wein, Kultur sowie Rad und Wandern und konzentriert sich sehr konsequent in der Angebotsentwicklung und im Marketing auf die potentialträchtigsten Zielgruppen für die Region.

Die Rheinhessen-Touristik GmbH begrüßt die geplante Maßnahme: „Fotoprojekt Wein und Architektur Rheinhessen zur Förderung der weintouristischen Attraktivität der Region auf dem sozialen Medium Instagram“ zur weiteren Fokussierung des Instagram-Kanals über das Alleinstellungsthema Wein und Architektur. Mit der anvisierten Projektumsetzung trägt die Gebietsweinwerbung ihren spezifischen Wein-Zielgruppen Rechnung und baut kontinuierlich seinen hochwertigen Content-Pool zur Vermarktung der Weinerlebnisregion Rheinhessen und zum Absatz des rheinhessischen Weins auf. Sehr begrüßenswert einzuordnen ist die Kooperation bei der Konzeption und Umsetzung des Projekts mit Architektenkammer Rheinland-Pfalz.

Aus touristischer Sicht ist bei der Projektrealisierung darauf zu achten, dass ausschließlich Locations in die Auswahl des Projekts kommen, die auch einen Kundennutzen bieten. So ist sicher zu stellen, dass nur sehenswerte Architektur in den Fokus gestellt wird, die auch über Öffnungszeiten verfügt oder in denen Führungsangebote bestehen.

Nachfolgende Fragestellungen/Empfehlungen bitten wir bei der Umsetzung des Projekts zu berücksichtigen:

- Wie wird das Bildmaterial weiter in wert gesetzt?
- Ist das Bildmaterial Grundlage für Storytelling über den Blog Rheinhessen?
- Was passiert zur Thematik auf der Website rheinhessen.de ?
- Wie wird die Abgrenzung des Projekts zu Rheinhessen AUSGEZEICHNET (Vinotheken) gewährleistet?

Die Rheinhessen-Touristik GmbH begrüßt das Projektvorhaben, empfiehlt allerdings um einen touristischen Nutzen zu realisieren die Zugänglichkeit der Angebote und die Fragestellungen/Empfehlungen in der Konzeption sowie Umsetzung zu beachten.

Mit freundlichen Grüßen
Rheinhessen-Touristik GmbH
Christian Halbig