

Wir bringen die Grenzregion zum
Blühen.



Projektbericht

Blomster Bauen *Broer* Blumen *Bygger* Brücken

Ein grenzüberschreitendes
Gartenschau- und Tourismusprojekt



Dieses Projekt wird gefördert mit Mitteln des
Europäischen Fonds für regionale Entwicklung.
Dette projekt finansieres af midler fra
Den Europæiske Fond for Regionaludvikling.



Interreg
Deutschland - Danmark



Blomster Bauen Broer
Blumen Bygger Brücken



Blomster Bauen Broer
Blumen Bygger Brücken

FLENSBURG
Zwischen Himmel und Förde
Mellem himmel og fjord

Aabenraa 

GLÜCKSBURG
Ostsee


Flensburger Förde
OSTSEE


Destination
Sønderjylland


Sønderborg
Udsigt i verdensklasse



Interreg
Deutschland - Danmark



EUROPEAN UNION

Dieses Projekt wird gefördert mit Mitteln des Europäischen Fonds für regionale Entwicklung.
Dette projekt finansieres af midler fra Den Europæiske Fond for Regionaludvikling.

Inhaltsverzeichnis

1. Einleitung5

2. Eine grenzüberschreitende Gartenschau7

- 2.1. Die Flensburger Erzählgärten: Projektsekretariat Stadt Flensburg7
 - 2.1.1. *Fehlende Verweilorte an der Westseite des Hafens.....7*
 - 2.1.2. *Die Begleitung der Gartenschau.....8*
 - 2.1.3. *Die Zukunft der Flensburger Erzählgärten.....10*
- 2.2. Der Naturgarten in Gravenstein: Projektpartner Sonderburg Kommune.....10
 - 2.2.1. *Der Marine Küchengarten.....10*
 - 2.2.2. *Veranstaltungen und Kooperation.....11*
 - 2.2.3. *Der Naturgarten: Ein beliebter Ort in der Kommune.....11*
- 2.3. Die Erzählterrasse in Apenrade: Projektpartner Kommune Apenrade.....11
 - 2.3.1. *Konzeptentwicklung und Bau der Erzählterrasse.....12*
 - 2.3.2. *Veranstaltungen rund um die Erzählterrasse.....12*

3. Aktivurlaub in der Grenzregion: Eine neue grenzüberschreitende Radwanderroute und andere Aktivitäten13

Projektpartner: Destination Sønderjylland

- 3.1. Ausgangspunkt.....13
- 3.2. Die Ergebnisse.....13
 - 3.2.1. *Die grenzüberschreitende Radwanderroute Flensburg Fjord Route.....13*
 - 3.2.2. *Eine Wanderkarte für die gesamte Grenzregion.....14*
- 3.3. Die Vermarktung der Flensburg Fjord Route.....14
 - 3.3.1. *Radwanderführer.....14*
 - 3.3.2. *Presse- und Öffentlichkeitsarbeit.....14*
 - 3.3.3. *Drei Kunstprojekte zur Vermarktung der Route.....15*
 - 3.3.4. *Sonstige Marketingaktivitäten und weitere Vermarktung.....15*

4. Ein digitaler Touren- und Erlebnisplaner16

Projektpartner: Tourismus Agentur Flensburger Förde

- 4.1. Ausgangspunkt.....16
- 4.2. Entwicklung des Tourguides.....16
 - 4.2.1. *Storytelling-Elemente für das Tourenportal.....16*
 - 4.2.2. *Technische Umsetzung.....17*
- 4.3. Vermarktung.....17
 - 4.3.1. *Events.....17*
 - 4.3.2. *Kommunikationsoffensive.....18*
- 4.4. Status des Tourguides.....18

5. Presse- und Öffentlichkeitsarbeit20

Projektsekretariat Stadt Flensburg

- 5.1. Homepage.....20
- 5.2. Pressemitteilungen.....21
- 5.3. Newsletter.....21
- 5.4. Social Media.....21
- 5.5. Plakate und Flyer.....21
- 5.6. Kommunikation mit politischen und fachlichen Ausschüssen, Netzwerkpartnern und anderen Interessentengruppen.....22
- 5.7. Sonstige Vermarktung.....22
- 5.8. Fachveranstaltungen.....23
 - 5.8.1. *Fachkonferenz.....23*
 - 5.8.2. *Projekt-Abschlussveranstaltung.....23*
- 5.9. Publikationen.....23
- 5.10. Ein Lied für „Blumen bauen Brücken“.....24

6. Handlungsempfehlungen für die weitere Vermarktung25

- 6.1. Grenzüberschreitende Gartenschau.....25
- 6.2. Radwanderroute „Flensburg Fjord Route“.....25
- 6.3. Tourguide: Ein digitaler Touren- und Erlebnisplaner.....25

7. Fazit und Ausblick27



Impressum

Projektsekretariat
"Blumen bauen Brücken –
Blomster bygger broer"
Stadt Flensburg
Stabsstelle Wirtschaft, Marketing und
internationale Zusammenarbeit
Rathausplatz 1
24937 Flensburg

info@bbbprojekt.eu
www.bbbprojekt.eu

Redaktion
Iris Uellendahl

Übersetzung:
Ralf Marquardt

Flensburg, Dezember 2022

1. Einleitung

Das Interreg5a-Projekt „Blumen bauen Brücken – Blomster bygger broer“ im Interreg-Förderprogramm Deutschland-Dänemark ist im Rahmen der grenzüberschreitenden politischen Zusammenarbeit „Grenzdreieck“, auf Dänisch „Grænsetrekanten“, entstanden. Im Grenzdreieck haben sich die Stadt Flensburg auf der deutschen Seite, sowie die Kommunen Sonderburg und Apenrade in Dänemark zusammengeschlossen, um durch die Verknüpfung der gemeinsamen Stärken und Kompetenzen Synergien zu schaffen, und somit das Wachstum in der gesamten Region zu fördern.

Bereits im Juli 2017 bekannten sich die Mitglieder des Grenzdreiecks zur einer „Strategie für transnationale Tourismuskooperationen im Grenzdreieck“. In dieser Strategie wird ein Bedarf für die Entwicklung und Umsetzung nachhaltiger Produkte des Kultur- und Naturtourismus beschrieben. Das Ziel für ein gemeinsames Interreg-Projekt war deshalb, Strategien und Maßnahmen zu entwickeln, mit denen die deutsch-dänische Tourismusentwicklung gestärkt werden kann.

Die deutsch-dänische Grenze hat in der Region eine besondere Geschichte. Hier sind die Menschen durch eine gemeinsame und auch bewegte deutsch-dänische Geschichte miteinander verbunden. Es handelt sich um eine Region, die unter wechselnder deutscher und dänischer Herrschaft stand, und eine Grenze, die, so wie wir sie heute kennen, erst 1920 friedlich nach einer Abstimmung durch die Bürger in der Region entstanden ist. Auf beiden Seiten der Grenze gibt es jeweils eine deutsche und dänische Minderheit, die in einer international viel beachteten Koexistenz in den Ländern ihre jeweils nationale Kultur pflegen kann.

Das deutsch-dänische Grenzland ist gekennzeichnet durch viele verbindende Traditionen und einer sprachlichen und kulturellen Zusammengehörigkeit. Das ist ein Pfund, mit dem die Region bei der Entwicklung einer gemeinsamen grenzüberschreitenden touristischen Region arbeiten möchte.

Für das Interreg-Projekt „Blumen bauen Brücken – Blomster bygger broer“ wurden zwei Schwerpunkte gesetzt: die Themen Gartenschau und Aktivtourismus mit Fokus auf Nachhaltigkeit und Kulturvermittlung.

Gartenschauen blicken, in der Form wie sie in Deutschland durchgeführt werden, auf eine lange Tradition zurück. Im Rahmen des Interreg-Projektes sollte das in Dänemark unbekanntes Konzept der Gartenschauen in Form eines grenzüberschreitenden Gartenschauprojektes neu interpretiert

werden. Im Rahmen des Projektes entstanden in Flensburg in Deutschland und in Apenrade und Gravenstein (Gråsten) in Dänemark Gartenanlagen mit unterschiedlichen Themenschwerpunkten: die so genannten Erzählgärten. In Zusammenarbeit mit lokalen und regionalen Vereinen und Organisationen luden die verantwortlichen Projektpartner im Verlauf des Projektes Bürgerinnen und Bürger und Gäste aus der Grenzregion zu zahlreichen Veranstaltungen mit den übergeordneten Themen „Garten“ und „Nachhaltigkeit“ ein.

Den zweiten Schwerpunkt bildete der in Dänemark beliebte Aktivurlaub. Hier wurde eine neue grenzüberschreitende Radwanderroute, die „Flensburg Fjord Route“, entwickelt, die von den Tourismusverbänden in deren touristische Arbeit integriert und deutschlandweit beworben wurde. Ebenfalls neu entwickelt im Projekt wurde eine Karte mit einer umfassenden Beschreibung von Wanderwegen in der Grenzregion.

Die touristische Klammer bildet ein neuer digitaler Touren- und Erlebnisplaner für die Grenzregion. Der neue webbasierte „Tourguide“ wurde in enger Zusammenarbeit mit den Tourismusakteuren in der Grenzregion entwickelt. Einen Schwerpunkt im Tourguide bilden u.a. die Schlösser und Gärten im Grenzgebiet. Eine Besonderheit sind zahlreiche Erzählungen zu den besonderen historischen Verbindungen und zur einzigartigen Geschichte der Grenzregion, die in das neue Tool integriert sind.

Alle Aktivitäten im Projekt wurden während des Projektverlaufes mit einer aktiven Presse- und Öffentlichkeitsarbeit begleitet, und alle Produkte wurden mit intensiven Marketingaktivitäten unterstützt. Dadurch gelang es, eine große Aufmerksamkeit für das Projekt und seine Produkte weit über die regionalen Grenzen hinaus zu generieren.

Alle Ergebnisse bleiben auch über das Projektende hinaus bestehen und werden weiter ihre Wirkung entfalten. Durch das Projekt ist eine intensivere Zusammenarbeit der beiden Tourismusorganisationen Tourismus Agentur Flensburger Förde und Destination Sønderjylland entstanden.

Als Ergebnis ist deshalb festzustellen, dass mit dem Interreg5a-Projekt „Blumen bauen Brücken – Blomster bygger broer“ eine gute Grundlage für die Schaffung einer gemeinsamen grenzüberschreitenden Tourismusregion gelegt wurde.

Formidlingshave
Aabenraa



DÄNEMARK
DANMARK

Formidlingshave
Gråsten



Erzählgarten
Flensburg



DEUTSCHLAND
TYSKLAND



2. Eine grenzüberschreitende Gartenschau

Das Grenzgebiet an der deutschen-dänischen Festlandgrenze hat eine gemeinsame Geschichte, verbindende Traditionen sowie kulturelle und sprachliche Zusammengehörigkeit. Für das Jahr 2020, in dem „100 Jahre Volksabstimmung zur Grenzziehung“ im deutsch-dänischen Grenzgebiet gefeiert wurden, hatten sich die Mitglieder des „Grenzdreiecks“, der politischen Zusammenarbeit der Stadt Flensburg mit den dänischen Kommunen Sonderburg und Apenrade, zu einer gemeinsam organisierten Gartenschau in der Region verabredet: Die grenzüberschreitende Gartenschau „Blumen bauen Brücken – Blomster bygger broer“.

Die Gartenschau – ein deutsches Modell überschreitet die Grenze

Eine Gartenschau in Deutschland im Sinne einer Landesgartenschau (LAGA), Bundesgartenschau (BUGA) oder auch Internationalen Gartenbauausstellung (IGA) ist keine reine Leistungsschau der Landschafts- und Gartenkunst. Vielmehr sind diese Veranstaltungen als aktiver Beitrag und Motor in der städtebaulichen Entwicklung einer Stadt oder Region zu verstehen.

Das „deutsche“ Gartenschau-Konzept ist in Dänemark bisher unbekannt und überschritt durch die gemeinsame Zusammenarbeit erstmals die deutsch-dänische Grenze. Das Interreg-Projekt „Blumen bauen Brücken – Blomster bygger broer“ bot den beteiligten Kommunen die Möglichkeit, Elemente einer Gartenschau in Dänemark auszuprobieren, Interesse zu wecken und ihre Wirkung zu evaluieren. Diese Erfahrungen können in zukünftige weitere grenzüberschreitende Projekte einfließen.

Entstanden sind Gärtenanlagen in Flensburg, Gravenstein und in Apenrade, in denen Natur und Gartenkultur zum Teil mit maritimen Bezug thematisiert wurden. Die Gärten sind dabei auch durch eine gemeinsame Erzählung der deutsch-dänischen Geschichte der Grenzregion verbunden.

Gärten in Deutschland und in Dänemark

In Dänemark wurde am Hafen von Gravenstein (Gråsten) ein Naturgarten entwickelt, der auch Themen wie Nachhaltigkeit und Upcycling aufnimmt. In Apenrade entstand am Wiedervereinigungspark (Genforeningsparken) am Bürgerhaus „Folkehjem“ im Norden der Stadt eine „Erzählterrasse“. Die mit einheimischen Blumen und Stauden bepflanzte Naturterrasse aus Holz ermöglicht ein neues Naturerlebnis im urbanen Raum und schlägt einen Bogen zur deutsch-dänischen Geschichte des Ortes.

Am Flensburger Hafen wurden mit den beiden Erzählgärten „Amphitheater“ und den „Schwimmenden Gärten“ zwei neue Aufenthalts- und Erlebnisorte in einem maritimen Umfeld und mit einem Bekenntnis zu neuen urbanen Naturerlebnissen geschaffen.

Die Gärten im Gartenschauprojekt von „Blumen bauen Brücken – Blomster bygger broer“ wurden als „Erzählgärten“ umschrieben. Diese Bezeichnung bezieht sich auf die Erzählung der gemeinsamen deutsch-dänischen Geschichte in der Grenzregion, die sich wie ein roter Faden durch das Interreg-Projekt zieht. Gleichzeitig wurden mit den Gärten neue Verweilorte für geselliges Beisammensein geschaffen, neue Treffpunkte für „Hygge“ und zum Geschichten erzählen.

2.1. Die Flensburger Erzählgärten

Projektsekretariat Stadt Flensburg

Am Flensburger Hafen entstanden zwei maritime Erzählgärten als neue Aufenthalts- und Erlebnisorte für urbane Naturerlebnisse in der Stadt mit einem maritimen Bezug: das „Amphitheater“ als eine stufenförmige Sitzanlage aus Paletten mit integrierten Pflanzkästen am Flensburger Museumshafen und die „Schwimmenden Gärten“, eine Schwimmsteganlage an der Hafenspitze. Beide Anlagen liegen rund 500 Meter und damit nur einen kurzen Spaziergang voneinander entfernt.



Das Amphitheater am Flensburger Museumshafen.

Foto: Blumen bauen Brücken.

Beide Anlagen wurden in enger Zusammenarbeit mit dem Fachbereich Stadtentwicklung und Klimaschutz, Abteilung Stadt und Landschaftsplanung, und der Hafenbehörde der Stadt Flensburg entwickelt. Die Flensburger Anlagen wurden teilweise durch Fördermittel des Ministeriums für Inneres, Kommunales, Wohnen und Sport des Landes Schleswig-Holstein realisiert.

2.1.1 Fehlende Verweilorte an der Westseite des Hafens

Der Flensburger Hafen ist ein attraktiver und beliebter Ort zum Flanieren und sich aufzuhalten. An der Ostseite gibt es Restaurants und andere gastronomische Einrichtungen, die auch Außenbewirtschaftung anbieten, es gibt einen Kinderspielplatz und Orte zum Verweilen.

Auch die gegenüberliegende Seite, die Westseite des Hafens ist mit einem attraktiven Museumshafen und seinen dort liegenden zahlreichen historischen Seglern, den Ausflugschiffen und dem Dampfschiff Alexandra, dem maritimen Wahrzeichen der Stadt, eine beliebte Flaniermeile für Einheimische und Gäste. Es mangelte auf der Westseite jedoch an Sitzgelegenheiten und attraktiven Verweilorten für die Besucherinnen und Besucher, um die Förde und die Hafentmosphäre in Ruhe an festen Orten genießen zu können. Ein Großteil der Flächen zwischen der Promenade am Hafen und der parallel verlaufenden Straße Schiffsbrücke sind außerdem Parkplätze.

Im Rahmen der grenzüberschreitenden Gartenschau sollte der Bereich zwischen Hafenspitze und Museumshafen aufgewertet und neue grüne Aufenthalts- und Erlebnisflächen für die Menschen geschaffen werden.

Das Amphitheater

Beim Amphitheater am Museumshafen handelt es sich um zwei treppenförmig angeordnete Sitzlandschaften aus insgesamt 577 Paletten. In die Anlage sind 15 hohe und 22 niedrige Pflanzkästen integriert, die mit Sträuchern, Stauden und Gräsern sowie Blumen bepflanzt sind. Außerdem befindet sich dort ein Sandkasten als Spielort für Kinder. Die Anlage ist zum Wasser hin geöffnet und bildet durch ihre treppenförmige Ausrichtung zur Hafepromenade eine Art „Zuschauertribüne“.

Die Errichtung des Amphitheaters als Teil des grenzüberschreitenden Gartenschauprojektes „Blumen bauen Brücken - Blomster bygger broer“ wurde durch eine Förderung des Innenministeriums des Landes Schleswig-Holstein möglich. Das Ministerium unterstützte mit Fördermitteln aus dem Bereich Gartenschauprojekte in Flensburg Infrastrukturmaßnahmen die mit der Gartenschau standen. Die Schleswiger Werkstätten und das Jugendaufbauwerk JAW der Stadt Flensburg haben die Anlage baulich umgesetzt.

Die Schwimmenden Gärten

Die Förde buchstäblich erlebbar machen waren der Hintergrund und die Idee für eine Steganlage, die vom Ufer aus auf die Förde hinausragen sollte. Entstanden ist eine U-förmige Schwimmsteganlage an der Flensburger Hafenspitze, die von zehn Blumeninseln auf Schwimmpontons umgeben ist und so buchstäblich einen schwimmenden Garten bildet.

Die Schwimmsteganlage ragt 14 Meter ins Wasser hinaus. An deren Ende befindet sich ein 12 Meter langes und vier Meter breites Verbindungsstück. Die „Schwimmenden Gärten“ bestehen aus insgesamt zehn angelagerten Blumeninseln, vier Quadratmeter großen Schwimmponton-Elementen, auf denen je eine Pflanzschale installiert ist.

Der Bau der Schwimmsteganlage und der schwimmen-



Die Gartenanlage „Schwimmende Gärten“ in Flensburg.

Foto: Blumen bauen Brücken

den Pontons wurde von der Historischer Hafen Flensburg gGmbH beauftragt und finanziert. Das Interreg-Projekt „Blumen bauen Brücken – Blomster bygger broer“ mietete die Steganlage von Mai 2021 bis zum Projektende von der Historischer Hafen Flensburg gGmbH. Die Miete für die Schwimmpontons wurde durch die Fördermittel des Innenministeriums des Landes Schleswig-Holstein, die die Stadt Flensburg für Infrastrukturmaßnahmen im Rahmen der grenzüberschreitenden Gartenschau erhalten hatte, übernommen. Auch der Bau der Pflanzschalen sowie die Bepflanzung und deren Pflege wurden durch die Fördermittel des Kieler Ministeriums finanziert.

2.1.2. Die Begleitung der Gartenschau

Am 30. Juni 2021 wurden die Flensburger Erzählgärten mit einer Eröffnungs- und Auftaktveranstaltung den Bürgern und den Politikern der Stadt und der Region offiziell vorgestellt. Beide Gartenanlagen wurden vom ersten Tag an von den Bürgerinnen und Bürgern und den Gästen der Stadt mit Begeisterung angenommen und als beliebter Treffpunkt und Aufenthaltsort genutzt.

Im Rahmen des Projektes wurden Bürgerinnen und Bürger, Vereine, Organisationen und andere eingeladen, sich an der



Die Sambagruppe „Policia do samba“ spielte am Flensburger Amphitheater.

Foto: Blumen bauen Brücken

lebendigen Ausgestaltung der Gartenschau zu beteiligen. Zusammen mit Vereinen und Akteuren der Stadt konnte ein bunter Strauß an Veranstaltungen angeboten werden, in denen die Themen der grenzüberschreitenden Gartenschau wie Natur im urbanen Raum, Nachhaltigkeit und Biodiversität aufgegriffen wurden. Dazu gehörten zum Beispiel ein Workshop zum Thema Gründächer und eine Vortragsreihe in Zusammenarbeit mit der Volkshochschule Flensburg zu Gärtnern auf dem Balkon, der Verwendung von Seegrass als nachhaltigem Rohstoff sowie die Themen Blühwiesen und Urban Gardening.

„Blumen bauen Brücken – Blomster bygger broer“ lud zum grenzüberschreitenden Wettbewerb „Wer erntet die meisten Seegrass-Kartoffeln an der Flensburger Förde“ ein, an dem sich 14 Schulen, Kindergärten und Hobbygärtnerinnen und –gärtner aus Deutschland und Dänemark beteiligten. Ziel war es, auf unterhaltsame Weise für Seegrass als nachhaltigem Rohstoff aus der Region zu werben.

Zusammen mit der Stadtbibliothek Flensburg und dem Naturerlebnisvereins Vilekula hatte „Blumen bauen Brücken – Blomster bygger broer“ Kindergruppen aus Flensburger Kindergärten eingeladen, im Rahmen von Workshops auf der Leseterrasse einen Blüh- und Naschgarten anzulegen. Der Nasch- und Blühgarten warb gleichzeitig als eine Art „inoffizielle Außenstelle“ der Erzählgärten für das Interreg-Projekt und seine Inhalte.

Die Christiansens Gärten in Flensburg zählen zu den wichtigsten Gartendenkmälern in Schleswig-Holstein. Seit dem Sommer 2020 werden die ehemaligen Gärten der Kaufmannsfamilie Christiansen aufwändig umgestaltet. An einer Führung über die Anlage, die vom Projekt angeboten wurde, nahmen rund 50 Teilnehmer teil.

Aktivitäten an den Erzählgärten

Das Flensburger Projektsekretariat bot vom Frühjahr bis Herbst 2022 eine Reihe von Veranstaltungen an, für die die Erzählgärten als Erlebnisraum genutzt wurden. Mit diesen Events wurde Aufmerksamkeit für das Interreg-Projekt und seine Produkte, die Gartenschau, eine neue grenzüberschreitende Fahrradrouten, die „Flensburg Fjord Route“, und einen neuen Reise- und Erlebnisplaner für die Grenzregion, den „Tourguide“, geschaffen.

Zu den Veranstaltungen gehörten eine bunte „Hafenparade“ mit einer lokalen Sambatruppe oder das Abschlussfest für den grenzüberschreitenden Seegrass-Kartoffel-Wettbewerb.

Im Sommer 2021 wurde das „Amphitheater“ als Spielort im Rahmen des Flensburger Kurzfilm-Festivals „Kurzfilm Streifzug“. Im Herbst 2022 sendete der „Kultursegler“ aus Kiel unter der Überschrift „Poesie baut Brücken“ über ein Laufschriftband deutsche und dänische Gedichte an die Besucherinnen und Besucher am Flensburger Hafen und an den Erzählgärten. In beiden Fällen stand die deutsch-



Im Sommer war der Riva Boots Club Deutschland zu Gast an den Schwimmenden Gärten.
Foto: Blumen bauen Brücken

dänische Kulturvermittlung im Zentrum.

Andere Nutzer der Flensburger Erzählgärten

Der Flensburger Hafen ist traditionell Austragungsort von Veranstaltungen und Großevents. Nach zwei Jahren, in denen die Veranstaltungen pandemiebedingt ausgefallen waren, wurden die Erzählgärten 2022 so u.a. Teil der Hafenevents „Rumregatta“ und „Dampf Rundum“. Die Erzählgärten wurden ebenfalls aktiv in das NDR-Festival integriert, das im Sommer 2022 Tausende Menschen an die Hafenspitze lockte. Das Amphitheater bot darüber hinaus für zahlreiche kleinere und größere Veranstaltungen eine Bühne.

Im Frühjahr 2022 legten zwei junge Biologen aus Flensburg und aus Kiel eine nachhaltige Aquakulturanlage für Miesmuscheln und Herzmuscheln in den „Schwimmenden Gärten“ an: den „Muschelgarten“. Der „Muschelgarten“ bereichert die Erzählung der maritimen Erzählgärten und nimmt aktuelle Themen zum Thema Nachhaltigkeit und Themen, die die Flensburger Förde betreffen, auf. Er schlägt außerdem eine Brücke zum „marinen Küchengarten“ im Erzählgarten am Hafen von Gravenstein (Gråsten), zu dem unter anderem ein Muschelturm am Hafen gehört.

Der Riva-Boots-Club Deutschland legte im Juni mit mehr als einem Dutzend Booten an den Schwimmenden Gärten in Flensburg an und sorgten mit seinen Booten für die Dauer des Aufenthalts für Aufmerksamkeit.

Im November belebte eine Lichtinstallation von Studierenden der Hochschule Flensburg für zwei Abende die Schwimmenden Gärten. In den Blumenpontons wurden als Teil eines Lichtkunstfestes von Studierenden entwickelte kinetische Lichtblumen installiert.

2.1.3. Die Zukunft der Flensburger Erzählgärten

Die Gartenanlagen in Apenrade und in Gravenstein sind von den Kommunen umgesetzt worden und dadurch von Beginn

an als dauerhafte Anlagen angedacht worden. Die Flensburger Erzählgärten waren indes für den Zeitraum des Projektes geplant: Für die Schwimmenden Gärten laufen die Mietverträge mit der Eigentümerin der Schwimmsteganlage und der Pontons, die Historische Hafen Flensburg gGmbH, zum 31. Dezember 2022 aus. Auch für das Amphitheater gab es zu Beginn kein Konzept für die Weiternutzung.

Beide Anlagen wurden von der Bevölkerung und den Besucherinnen und Besuchern der Stadt mit großer Begeisterung angenommen. Um die Schwimmsteganlage „Schwimmende Gärten“ über das Projekt hinaus behalten zu können, hat die Stadt Flensburg mit der Eigentümerin der Schwimmsteganlage, der Historischer Hafen Flensburg gGmbH, einen Mietvertrag über die kommenden 12 Jahre bis 2034 abgeschlossen.

Das Amphitheater ist ab dem 1. Januar 2023 „Stadtmöbel“ in der Verantwortung des Technischen Betriebszentrum Flensburg (TBZ). Für die bauliche Instandhaltung wird das TBZ eine Vereinbarung mit dem Jugendaufbauwerk JAW der Stadt Flensburg abschließen. Das Ziel ist es, das Amphitheater auf diese Weise solange zu erhalten, wie der bauliche Zustand eine Nutzung zulässt.

2.2. Der Naturgarten in Gravenstein

Projektpartner: Kommune Sonderburg



Der Naturgarten am Hafen von Gravenstein (Grästen). Foto: Kim Toft Jørgensen

In Gravenstein sollte das Konzept der Gartenschau als Inspiration und Grundlage für eine neue Interpretation genutzt werden, bei der Natur sowie die Themen Maritimes und Gartenkultur in eine aktive Tourismusedwicklung einfließen sollten und Fokus auf das Thema Nachhaltigkeit setzte.

Es wurde eine städtische Wiese am Hafen von Gravenstein gefunden, der im Rahmen von „Blumen bauen Brücken – Blomster bygger broer“ in einen Natur- und Lehrgarten als grünen städtischen Raum umgewandelt wurde. Damit war ein Ort an der Flensburger Förde und Nahe des bekannten

und vielbesuchten Königlichen Küchengartens bzw. Gartens des Gravensteiner Schlosses gefunden worden.



Die Veranstaltung „Ein Grüner Tag, an dem Blumen Brücken bauen“ lockte hunderte Besucher in den Naturgarten.

Foto: Kim Toft Jørgensen

Der Gravensteiner Erzählgarten setzt als Naturgarten besondere Akzente auf die Artenvielfalt mit ganzjährigem Schwerpunkt auf insektenfreundlichen einheimischen Pflanzen. Als „ungetrimmter“ Garten bietet er (Winter-) Nahrung für Vögel und Kleintiere. Holzstämme mit Lattenrostsitzen dienen als Bänke und Kleintiere finden in Benjeshecken Unterschlupf, Steindeiche aus ausrangierten Ziegeln verweisen auf die Ziegeleigeschichte der Region. Es gibt außerdem eigene Habitate für Solitärbiene.

Nachhaltigkeit ist ein durchgängiges Thema des Gartens, sowohl in Bezug auf das grüne Profil der Stadtentwicklung als auch auf die gemeinsame natur- und kulturtouristische Zusammenarbeit rund um die Flensburger Förde. Mit der Verbindung zum Gravensteiner Schloss, zum Schlosspark und zum Königlichen Küchengarten, wird das kulturelle Erbe und ein Teil der gemeinsamen deutsch-dänischen Geschichte der Region erlebbar gemacht.

2.2.1. Der Marine Küchengarten

Der Verein „Naturvejleder“ (Naturvermittler) hat am Kai neben dem Naturgarten einen Marinen Küchengarten angelegt. Dieser „Garten“ besteht aus einer Miesmuschelzucht unter der Meeresoberfläche am Hafen. Dazu gehört auch eine Muschelröhre am Hafen, in der Muscheln an einer Art Strumpf sitzen. So soll sichtbar gemacht werden, wie Muscheln das Meerwasser filtern.

Der Marine Küchengarten war ein wichtiges Element, um über das Leben in und um die Flensburger Förde, ein Ökosystem, das im gesamten Projektgebiet gefährdet ist.

2.2.2. Veranstaltungen und Kooperation

Der Naturgarten in Gravenstein wurde am 22. Juni 2021 mit einer Veranstaltung im Erzählgarten und rund um den Muschelturm bzw. den Marinen Küchengarten eröffnet.

„Blumen bauen Brücken – Blomster bygger broer“ und die Organisation Naturvejleder haben in den Jahren 2021 und 2022 insgesamt vier gut besuchte Veranstaltungen im und um den Erzählgarten in Gravenstein durchgeführt, in denen Informationen und Aktivitäten zu Muscheln, Tang, Meeresumwelt und Insekten im Garten der Artenvielfalt im Zentrum standen.

„Ein grüner Garten, an dem Blumen Brücken bauen“ hieß es am 20. August 2022, als der Erzählgarten im Mittelpunkt einer großen BBB-Veranstaltung stand, die die gesamte Kommune Sonderburg einbezog. Verantwortlich für den Tag war die Kommune Sonderburg als BBB-Projektpartner zusammen mit aktiven Partnern in den Gartenvereinen von Gravenstein, Sonderburg und Norburg.

Zu den Aktivitäten gehörten ein Workshop mit einem Weidenflechtkünstler, Informationen zu Algenanbau und -ernte, es gab Aktivitäten für Kinder und Informationen über den Marinen Küchengarten und die Muschelröhre. Mit dabei waren außerdem der regionale Imkerverein, das Gravensteiner Apfelfest und der Verein „Kultur in Gravenstein“. Höhepunkte waren auch zwei Konzerte auf Dänemarks einzigem transportablen Glockenspiel von Nordic Carillon.

Es wurden außerdem Führungen in Norburg, Sonderburg und Gravenstein mit Schwerpunkt auf die grünen Ecken in der Stadt angeboten sowie „offene Gärten“ in Gravenstein und Sonderburg. Zum Abschluss gab es ein Abend-Gartenkonzert.

Die Verbindung zum Königlichen Küchengarten durch eine Informationstafel über den Küchengarten im Naturgarten sowie die Teilnahme des Projektes mit einem Informationsstand an den jährlichen Erntefesten des Küchengartens.

Im Oktober fand das Gravensteiner Apfelfestival am Hafen beim Erzählgarten statt.

2.2.3. Der Naturgarten: Ein beliebter Ort in der Kommune

Der Garten, der von der Kommune nach seiner Adresse als „Emmas Garten“ bezeichnet wird, wurde bei den Bürgerinnen und Bürgern schnell zu einem beliebten Ort. Er wird von Menschen jeden Alters als Verweilort, als Ort der Inspiration und des Erlebens genutzt. Viele Schulklassen nutzen ihn im Rahmen ihres Unterrichtes.

Als ein Anlaufpunkt der neuen im Rahmen von „Blumen bauen Brücken – Blomster bygger broer“ entstandenen Radwanderoute „Flensburg Fjord Route“ bringt der Garten viele

lokale, regionale, nationale und internationale Radtouristen in die Region. Es führen außerdem eine Reihe von anderen Rad- sowie auch Wanderrouten am Erzählgarten vorbei, die unter anderem durch die Stadt Gravenstein und zum Königlichen Küchengarten führen.

Ehrung

Im Oktober 2021 wurde der Garten im Rahmen des Tages der Architektur, an dem neue Initiativen der Baukultur der Kommune Sonderburg gewürdigt wurden, in der Kategorie „Schöner Außenraum“ mit einer Lobenden Erwähnung gewürdigt. Hier wurde unter anderen hervorgehoben: „Durch die Zusammenarbeit mit Blumen bauen Brücken – Blomster bygger broer“ ist Emmas Garten in einen schönen und stimmungsvollen städtischen Garten verwandelt worden, der in Sachen Artenvielfalt zu einem wahren Mekka für die Tierwelt geworden ist. [...] Der Garten ist eine großartige Inspirationsquelle und bereichert Gravenstein um eine neue Attraktion, an der sich sowohl die Bürger als auch die Besucherinnen und Besucher von Gravenstein erfreuen können.“

2.3. Die Erzähltreppe in Apenrade

Projektpartner: Kommune Apenrade

Der Erzählgarten in Apenrade ist eine Erzähltreppe im nördlichen Teil von Apenrade. Die Intention war es, einen Ort zu schaffen, an dem man innehalten und sich zu Erkundungen der Stadt Apenrade und der umliegenden Natur sowie der Grenzregion anregen lassen kann. Sie soll dazu inspirieren, wie mehr Natur in die Stadt geholt werden kann. Die Bezeichnung Erzähltreppe soll die Vermittlung von deutsch-dänischer Kultur und der Natur hervorheben.



Die Erzähltreppe in Apenrade.

Foto: Blumen bauen Brücken.

Die Kommune Apenrade verpflichtete sich, den Erzählgarten umzusetzen. Skizzen und Detailzeichnungen sowie die Beschilderung wurden im Rahmen des EU-Interreg-Projektes finanziert.

Überlegungen für den Standort

Die Erzähltreppe befindet sich im nördlichen Teil von Apenrade am Wiedervereinigungspark und der Treppe zum Kirkebakken (Kirchhügel). Der Wiedervereinigungspark wurde 2020 auf einer Fläche eingeweiht, die viele Jahre lang als Parkplatz diente und nach und nach zunehmend verwahrloste. Der Park bezieht sich auf die 100-jährigen Geschichte der friedlichen Grenzziehung im Grenzgebiet 1920 auf, die in Dänemark als Wiedervereinigung begangen wird. Zusammen mit dem Bürgerhaus „Folkehjem“ ist dieser Bereich zu einem wichtigen Gedenkort für die Wiedervereinigung 1920 geworden.

Am Rande des Wiedervereinigungsparks, am Hang zwischen dem Bürgerhaus „Folkehjem“ und der Treppe zur naheliegenden St.-Jørgens-Kirche, befand sich eine Brachfläche, an der früher eine Trafostation stand. Das Gelände war zugewachsen und verdeckte die Treppenstufen zur St.-Jørgens-Kirche. Hier sollte ein Bereich mit eigenem Charakter entwickelt werden. Dieser Bereich sollte das Thema der „heimischen Natur“ aufgreifen und die Besucherinnen und Besucher zum Eintauchen in die Kulturgeschichte der Region anregen.

2.3.1. Konzeptentwicklung und Bau der Erzähltreppe

Für die Umsetzung der Erzähltreppe aus Kiefernholz arbeitete die Kommune Apenrade mit einem örtlichen Architekturbüro und einer Biologin zusammen. Besonderer Fokus lag hier auf die Nutzung von einheimischen Pflanzen und nachhaltigen Materialien. Auf großen Informationstafeln werden die Erlebnismöglichkeiten des Grenzlandes, konkret die Region in und um der Projektpartner Apenrade, Sonderburg, Flensburg und Glücksburg und im Apenrader Stadtgebiets beschrieben. Auf einer weiteren Tafel wird über die heimische Natur informiert.

Ein beliebter Ort zum Verweilen

Durch die Erzähltreppe sind Sitzmöglichkeiten entstanden, die zum Verweilen und zur Inspiration einladen. Durch sie wurde auch die Treppe hinauf zur St.-Jørgens-Kirche stärker ins Blickfeld gerückt, die auf diesen Teil der Stadt aufmerksam machen soll. Gleichzeitig hat sie ein Stück heimische Natur in die Stadt gebracht. Der Wunsch ist, dass mehr Menschen Lust bekommen, die örtliche Natur, wie sie südlich wie nördlich der deutsch-dänischen Grenze zu finden ist, zu entdecken.

2.3.2. Veranstaltungen rund um die Erzähltreppe

Die Erzähltreppe wurde im Frühjahr 2022 fertiggestellt und im Juni offiziell eingeweiht. Bereits im Frühjahr fanden mehrere Veranstaltungen statt, bei denen die Natur und der Bereich rund um die Erzähltreppe im Mittelpunkt standen.

Die Veranstaltungen wurden u. A. in Zusammenarbeit mit dem Ortsverband der Dänischen Gesellschaft für Naturschutz, dem Gartenverein, dem Verein Naturfamilien, dem Naturzentrum Fuglelund und der Apenrader Stadtbibliothek organisiert.

Unter der Überschrift „Mehr Natur im Alltag“ teilte die Biologin Vicky Knudsen, eine der erfahrensten Vermittlerinnen Dänemarks und bekannt für ihr Engagement für Natur und biologische Vielfalt, ihr Wissen zu dem Thema. Auf der Veranstaltung, die im Bürgerhaus „Folkehjem“ durchgeführt wurde, informierten die Tourismusorganisationen Destination Sønderjylland und Tourismus Agentur Flensburger Förde sowie die Projektpartner im Projekt „Blumen bauen Brücken – Blomster bygger broer“ mit Material und Marketing über das Projekt und touristische Attraktionen im gesamten Grenzgebiet.

Mit einem „Tag des Gartens“ wurde eine Einladung an die Bürger der Stadt ausgesprochen, den Ort zu besuchen und sich zu mehr Natur im Garten und Gartenfreuden inspirieren zu lassen. Die Veranstaltung wurde in Zusammenarbeit mit lokalen Gartenfreunden durchgeführt.

Die Gartenexpertin Signe Wenneberg gab unter der Überschrift „Wilde Gärten und anderes Unkraut“ Anregungen für einen nachhaltigeren Alltag für Haus- und Gartenbesitzer. Dem Vortrag schloss sich eine Führung an der Erzähltreppe an.

Am 14. Juni 2022 wurde die Erzähltreppe offiziell in Anwesenheit von örtlichen Verbände und Politikern sowie den Projektpartnern eingeweiht. Die Veranstaltung baute Brücken zwischen den Kommunen und stärkte den Zusammenhalt über kommunale und nationale Grenzen hinweg.



Veranstaltung am Bürgerhaus Folkehjem in Apenrade.

Foto: Blumen bauen Brücken

3. Aktivurlaub in der Grenzregion: Eine neue grenzüberschreitende Radwanderroute für das deutsch-dänische Grenzland

Projektpartner: Destination Sønderjylland



Foto: Destination Sønderjylland

3.1. Ausgangspunkt

Das Ziel des Interreg-Projektes „Blumen bauen Brücken – Blomster bygger broer“ war es, die Grenzregion rund um die Flensburger Förde als eine gemeinsame grenzüberschreitende Tourismusregion zu entwickeln und zu stärken. Dabei lag u.a. ein Schwerpunkt auf der Entwicklung von Angeboten im Bereich des in Dänemark beliebten Aktivtourismus. Hier sollten unter anderem neue attraktive Angebote für Radfahrer und Wanderer geschaffen werden.

Die hierfür entwickelten Angebote sollten gleichzeitig die historischen Besonderheiten und die speziellen Erzählungen des Grenzlandes mit einbeziehen. Sie sollen den Gästen ermöglichen, die gemeinsame deutsch-dänische Geschichte der Region zu erleben und die Schlösser, Gärten und Parks, die maritime Kultur und die abwechslungsreiche Natur zu entdecken. Konkret geht es dabei um die Region rund um die Flensburger Förde, des Alsensunds und der Apenrader Förde.

3.2. Die Ergebnisse

3.2.1. Die grenzüberschreitende Radwanderroute Flensburg Fjord Route

Im Rahmen des Interreg-Projektes wurde eine neue Radwanderroute entwickelt, die auf den beiden bestehenden Radrouten Ostseeküstenradweg und der dänischen Ostseeroute N8 basiert und diese mit neuen zusätzlichen Routen stärkt: die Flensburg Fjord Route. Sie bezieht die Städte und Kommunen im Grenzdreieck ein und ermöglicht es so, die Grenzregion zu entdecken, zu erleben und zu erkunden.

Die Flensburg Fjord Route verläuft über eine Strecke von insgesamt 307 km an der dänischen und deutschen Ostküste entlang und ist in sechs Etappen unterschiedlicher Länge aufgeteilt. Sie führt durch die schöne Landschaft um Flensburg, Glücksburg, Gråsten, Aabenraa, Sønderborg und Nordborg. Die Route führt durch kleine, gemütliche Dörfer, durch offene Landschaften, durch Wälder und entlang der Förde mit wunderbaren Küstenstrecken. Entlang der Route gibt es zahlreiche Sehenswürdigkeiten für Kinder und für Erwachsene wie Schlösser und Gärten, das Museum Dybbøl

Mølle (Düppeler Mühle), der Universe Science Park und anderes. Auf der Route kann die Geschichte des Grenzlandes in nächster Nähe erlebt werden.

Der federführende Projektpartner, der dänische Tourismusverband Destination Sønderjylland, hat für die Entwicklung der Route eng mit dem Projektpartner auf der deutschen Seite, der Tourismus Agentur Flensburger Förde bei der Entwicklung und Kommunikation zusammengearbeitet. Ebenfalls an die Entwicklung beteiligt war der dänische Fahrradverband Dansk Cyklistforbund.



Der Radwanderführer ist im praktischen Format in vier Sprachen bei den Tourismusorganisationen erhältlich.

3.2.2 Eine Wanderkarte für die gesamte Grenzregion

In Zusammenarbeit mit dem Tourismusverband Tourismus Agentur Flensburger Förde (TAFF) wurde im Rahmen des Projektes eine Wanderkarte mit einer Übersicht über Wanderrouten und Wanderwege im Grenzgebiet, das heißt Sønderjylland, Flensburg und Glücksburg, erstellt. Die Wanderkarte ist im praktischen DIN-Lang-Format und wurde an alle Tourismusbüros in der Region und bei Marketingaktivitäten verteilt.

In die Flensburg Fjord Route ist die Fahrradfähre „Rødsand“ („Cykelfærgen“) integriert, die im Sommer auf der Flensburger Förde zwischen Langballigau auf der deutschen Seite und den Orten Egersund, Brunsnæs, Sønderhav und Marina Minde in Dänemark pendelt. Die Fahrradfähre wurde im Rahmen des Interreg-Projektes TOUR-BO initiiert, mit dem das Projekt „Blumen bauen Brücken – Blomster bygger broer“ in engem Austausch stand.

3.3. Die Vermarktung der Flensburg Fjord Route

3.3.1. Radwanderführer

Die Fahrradrouten „Flensburg Fjord Route“ ist nicht ausgeschildert. Die Route wurde deshalb ausführlich mit Kartenmaterial und vielen Bildern und Beschreibungen der Sehenswürdigkeiten umfassend in einem Radwanderführer

beschrieben. Der Radwanderführer in einem praktischen Format wurde in vier Sprachen, auf Deutsch und Dänisch sowie auf Englisch und Niederländisch, herausgegeben. Die Beschreibung der Strecke kann außerdem als GPX-Datei heruntergeladen werden.

Die Bücher werden über die Tourismusbüros in Flensburg (TAFF), Aabenraa (VisitAabenraa) und Sønderborg (VisitSønderborg) verteilt. Darüber hinaus wurden die Bücher an Hotels, Pensionen und Attraktionen entlang der Route zur Verteilung ausgegeben. Das Fahrradbuch ist auch online erhältlich.

Der Radwanderführer und die GPX-Datei können auf der Projekthomepage von „Blumen bauen Brücken – Blomster bygger broer“ (www.bbbprojekt.eu) als PDF heruntergeladen werden. Auf der Homepage von Destination Sønderjylland kann ebenfalls eine PDF-Version heruntergeladen werden, außerdem kann auf der Homepage das Buch gegen eine Versandkostenpauschale kostenlos bestellt werden (<https://www.booksonderjylland.dk/de/fahrrad-guide-flensburg-fjord-o>).

3.3.2. Presse- und Öffentlichkeitsarbeit

Aufgrund der Pandemie waren alle Messeveranstaltungen für Reisen und Reiseveranstalter abgesagt worden, die geplanten Messeteilnahmen zur Vermarktung der Fahrradrouten und anderer Produkte aus dem Projekt war deshalb in diesem Rahmen nicht möglich. Deshalb lag der Schwerpunkt der Vermarktung der Flensburg Fjord Route auf der Pressearbeit. Die Tourismusorganisation Destination Sønderjylland hatte in Zusammenarbeit mit der Tourismus Agentur Flensburger Förde und der Projektleitung eine Pressereise ausgearbeitet zu der sechs Journalisten aus ganz Deutschland eingeladen wurden. Für die Einladung und Betreuung der Journalisten arbeitete DSSJ mit dem dänischen Tourismusdachverband VisitDenmark zusammen.

Auf der Pressereise Mitte Juni konnten die sechs angereisten Journalisten die Flensburg Fjord Route unter der Führung der Projektleitung und Destination Sønderjylland auf E-Bikes erkunden und so die Geschichte, die Sehenswürdigkeiten und die Gastronomie in der Grenzregion erleben. Auf der Tour wurde unter anderem die Fahrradfähre Rødsand, die im Rahmen des Interreg-Projektes TOUR-BO initiiert wurde, für die Überfahrt von Langballigau nach Sønderborg integriert.

Die durch die Pressereise entstandenen Artikel erschienen im Zeitraum von 30. Juli bis 24. September 2022 in insgesamt 156 Medien (inklusive Lokalzeitungen) und es wurden insgesamt 4,3 Mio. Leser und Leserinnen on- und offline erreicht. Der Anzeigenwert dafür ist auf 629.545 Euro beziffert.

In Regie von Destination Sønderjylland erschienen drei Advertorials zur Flensburg Fjord Route in einigen der größten deutschen Zeitschriften für Fahrradfahrer. Das Projektse-



Künstler aus Deutschland und aus Dänemark gestalteten mit Schülerinnen und Schülern aus den Schulen der Minderheiten die Riesenräder wie hier in Apenrade.
Foto: Blumen bauen Brücken.

ekretariat hat seinerseits Advertorials und Anzeigen für die Flensburg Fjord Route im Tourismusmagazin Flensburg Programm sowie in kostenlosen regionalen Magazinen für den Raum Flensburg und Umgebung sowie Kiel und Umgebung geschaltet.

3.3.3. Drei Kunstprojekte zur Vermarktung der Route

Die neue grenzüberschreitende Fahrradroute wurde mit mehreren Events unter der Überschrift „Kunst in der Natur“ an drei Orten in Deutschland und in Dänemark beworben. Auf den Events in Harrislee (Deutschland), Aabenraa und Sønderborg, wurden zwei Meter große Fahrrad-Skulpturen künstlerisch bearbeitet wurden. Dabei arbeiteten lokale Künstler mit Schülern aus Schulen der jeweils deutschen und der dänischen Minderheit zusammen. Der Termin Mitte Juni war so gewählt worden, dass er in direktem Zusammenhang mit dem Radrennevent „Tour de France“ fiel, deren Auftaktsetappen 2022 in Dänemark und unter anderem durch die Städte Aabenraa und Sønderborg gefahren wurden.

Die Fahrradskulpturen konnten prominent entlang der „Tour de France“-Route platziert werden, in Harrislee wurde die Fahrradinstallation an der beliebten und belebten Strandpromenade in Wassersleben aufgebaut.

Über die Veranstaltungen wurde gut in den Medien berichtet, unter anderem auch mit einem längeren Beitrag sowie Interviews mit DSSJ und der Projektleitung in den Regionalnachrichten von TV Syd.

3.3.4. Sonstige Marketingaktivitäten und weitere Vermarktung

Buchbare Produkte

Die Tourismusorganisation Destination Sønderjylland vermarktet die Fahrradroute in Erlebnispaketen, die von den Urlaubern gebucht werden können. Die Erlebnispakete

werden unter der Überschrift „Besuche fünf Schlösser in fünf Tagen auf der Flensburg Fjord Route“ beworben und können auf der Homepage von Destination Sønderjylland (<https://www.booksonderjylland.dk/da/besog-fem-sonderjyske-slotte-pa-fem-dage-flensburg-fjord-route>) gebucht werden. Die Pakete bestehen aus fünf Übernachtungen mit Frühstück, Gepäcktransport und ein Ticket für die Fahrradfähre.

Beherbergungsbetriebe als Botschafter

Um Tourismusunternehmen entlang der Flensburg Fjord Route aktiv zu unterstützen und einzubeziehen, wurden dafür verschiedene Produkte im Rahmen des Projektes entwickelt. Dazu gehört als wichtigstes Element ein „Best Practice Fahrradhandbuch“ das auf Deutsch und auf Dänisch erhältlich ist. Das Handbuch soll den Unternehmen helfen, die Zielgruppe Fahrradurlauber und deren Erwartungen und Bedürfnisse besser kennen zu lernen und die eigenen Angebote entsprechend anzupassen. Gleichzeitig werden die Unternehmen Botschafter für die Flensburg Fjord Route und damit für den Tourismus in der Grenzregion.

Als Botschafter sollen sie die Möglichkeit bekommen und in der Lage sein, die Gäste aktiv über die Flensburg Fjord Route zu informieren und zu begeistern. Alle teilnehmenden Beherbergungsbetriebe entlang der Route erhalten deshalb ein Paket mit Marketingartikeln von und mit der Flensburg Fjord Route. Dazu gehören eine Baumwolltasche, eine Trinkflasche, ein Schlauchschal, ein Sattelschutz mit dem Projektlogo und Flensburg Fjord Route als „Absender“ sowie das Fahrradhandbuch.

4. Ein digitaler Touren- und Erlebnisplaner für die Region

Projektpartner: Tourismus Agentur Flensburger Förde

Projektpartner: Tourismus Agentur Flensburger Förde

4.1. Ausgangspunkt

In der Vergangenheit wurde die deutsch-dänische Urlaubsregion trotz der kulturhistorischen und landschaftlichen Gemeinsamkeiten überwiegend getrennt vermarktet. Das Interreg5a-Projekt „Blumen bauen Brücken – Blomster bygger broer“ hatte es sich deshalb zum Ziel gesetzt, im Rahmen des Projektes ein verbessertes, grenzüberschreitendes, kohärentes und nachhaltiges Angebot zu entwickeln, das dazu beitragen kann, die Region national und international als zusammenhängendes, attraktives Ziel für ein breites Spektrum an Urlaubern zu positionieren.



Das Wasserschloss in Glücksburg.

Foto: Blumen bauen Brücken

Die Idee war ein Produkt in Form eines innovativen Online-Tools, das Urlaubern wie auch Einheimischen bei der Planung von Reisen und Tagesausflügen mit Unterhaltungswert einen innovativen Service bietet. Den touristischen Akteuren und Kultur- und Umwelteinrichtungen der Region bietet es weit über die Projektlaufzeit hinaus eine kostenlose Plattform, auf der sie ihr bestehendes Angebot bewerben und neue Angebote um die Inhalte des Tools herum entwickeln können. Es sollen neue Zielgruppen und Medien angesprochen werden und die Region als innovative und neudenkende Destination bekannt machen. Das Tourenportal sollte gleichzeitig zum übergeordneten Ziel des Interreg-Projektes beitragen, die Entwicklung eines nachhaltigen Tourismus mit dem Schwerpunkt „Aktivurlaub“ zu fördern.

Schlösser und Gärten im Zentrum

Schlösser und Gärten zählen zu den Attraktionen für den breit interessierten Gast. Darüber hinaus gibt es eine spezielle Zielgruppe, für die Schlösser-, Park- und Gartenanlagen

der Anlass für eine Reise sind. Die letztgenannte Zielgruppe bedient die deutsch-dänische Grenzregion bislang nicht oder nur in eingeschränktem Maße, wenngleich es zahlreiche Angebote gibt: Mit Schloss Glücksburg, dem Schloss Gravenstein (Gråsten Slot), Schloss Sonderburg (Sønderborg Slot), Schloss Augustenburg (Augustenborg Slot), Schloss Norburg (Nordborg Slot) und Schloss Brundlund (Brundlund Slot) befinden sich im Gebiet des Grenzdreieck sechs Bauwerke mit ganz unterschiedlicher Ausrichtung. Die Schlösser und auch die dazugehörigen Gärten und Parks sind Bestandteil der deutsch-dänischen Vergangenheit und vermitteln Historie ebenso wie sie Kunstinteressierte ansprechen. Im Rahmen des Projektes sollten diese Schlösser als ein Element des Touren- und Erlebnisplaners zu einer touristischen Route verbunden und gemeinsam vermarktet werden.

4.2. Entwicklung des Tourguides

Der neue digitale Touren- und Erlebnisplaner gibt Urlaubern und Gästen aber auch Einheimischen die Möglichkeit, individuell nach Themen Touren in der Region für die Dauer des Aufenthalts zu planen. Im Zentrum des Touren- und Erlebnisplaners stehen die gemeinsame Geschichte der Grenzregion, die Schlösser, Gärten und Parks sowie die maritimen Erlebnisse und die Natur. Im Tourenportal sind Kultur- und Naturerlebnisse sowie Gastronomie- und Veranstaltungstipps integriert. Eine inhaltliche Klammer für die Erzählung des deutsch-dänischen Kulturerbes wird durch Storytelling-Elemente geschaffen, die in den digitalen Tourenplaner „Tourguide“ integriert sind.

4.2.1. Storytelling-Elemente für das Tourenportal

Der federführende Projektpartner, die Tourismusorganisationen Tourismus Agentur Flensburger Förde GmbH (TAFF), hat für die Entwicklung des Tourenportals eng mit regionalen Akteuren mit tourismusrelevanten Angeboten zusammengearbeitet. Dies geschah im Rahmen zahlreicher Workshops, in Einzelgesprächen und in grenzüberschreitenden Kooperationen.

Durch die Corona-Pandemie wurde die Zusammenarbeit in bedeutendem Maße erschwert. Trotzdem gelang es von 2020 bis 2022 insgesamt acht Workshops zur Entwicklung des Tourenportals durchzuführen, davon sieben im Online-Format. Arrangiert wurden die Workshops teils in Zusammenarbeit mit der Tourismusorganisation Destination Sønderjylland und der Fachhochschule Westküste.



Der Königliche Küchengarten in Gravenstein (Gråsten).

Foto: Destination Sønderjylland

Im Rahmen der Workshops, an denen insgesamt 30 verschiedene Einrichtungen aus den Bereichen Kultur, Natur und Tourismus teilnahmen, wurde an zwei Terminen der Leistungsumfang des Portals entwickelt. In insgesamt drei Workshops, davon einer in Präsenz, standen die Inhalte für die Storytelling-Elemente im Zentrum. Zwei weitere Workshops beschäftigten sich mit der Produktentwicklung.

Auf Basis der Workshops wurden von der TAFF umfangreiche Recherchen nach geeigneten multimedialen Storytelling-Inhalten für das Tourenportal geleistet. Dabei wurden mehr als 70 deutsche und dänische Kultur- und Umwelktakteure kontaktiert, Inhalte angefragt, Nutzungsrechte geklärt und über das Projekt informiert.

Storytelling-Inhalte: Geschichten aus der Region

Auf Basis der Ergebnisse aus den Workshops mit Kultur- und Tourismusakteuren und der anschließenden Recherche wurden insgesamt 100 Kurztexte für Kinder und Erwachsene zu Themen des regionalen Kultur- und Naturerbes der Region entwickelt. Diese Geschichten werden als unterhaltsame Erzählbausteine den Nutzern des neuen Tourguides eine innovative Erlebnisdimension bieten.

Die Texte wurden von einem Team aus vier deutschen und dänischen Autoren erstellt. Dabei wurden die Textentwürfe kontinuierlich durch fachlich versierte Akteure in der Region geprüft. Die Texte wurden durch die TAFF bzw. den Dienstleister Neusta mit passendem Bildmaterial in die technische Basis eingepflegt.

Storytelling-Inhalte: Attraktive Kurzfilme

Darüber hinaus hat ein professionelles Filmteam im Auftrag der TAFF neun attraktive Kurzfilme zur Einbindung in die Erzählung der deutsch-dänischen Schlösser- und Gartenroute im Tool produziert. Im Fokus stehen auf deutscher Seite das Schloss Gottorf, das Schloss vor Husum und das Schloss Glücksburg. Auf dänischer Seite sind es das Schloss Sønderburg, Schloss Augustenburg, Schloss Brundlund,

Schloss Schackenborg und das Schloss Gram. Die Texte für die Kurzfilme wurden in den Sprachen Deutsch, Dänisch und Englisch gesprochen.

Es wurden aber nicht nur neue Inhalte entwickelt, sondern auch bestehende Produkte digitalisiert und in das neue Tool integriert, wie z.B. die Geschichten der populären Grenzroute und des Kapitänsweges in Flensburg.

4.2.2. Technische Umsetzung

Der Tourguide ist als webbasiertes Tool (Progressive Web App, PWA) angelegt, um den technischen Wartungsaufwand so gering wie möglich zu halten. Die Daten kommen dabei von den zentralen touristischen Datenbanken der einschlägigen Tourismusorganisationen auf deutscher und dänischer Seite der Grenze. Dort werden die Daten auch gepflegt. Für den Tourguide bedeutet das, dass ein verhältnismäßig geringer „Pflegeaufwand“ entsteht und gleichzeitig die Aktualität der Angaben zuverlässig gesichert ist.

Nach einer grenzübergreifenden Ausschreibung in Deutschland und Dänemark ging der Auftrag an das Bremer Unternehmen Neusta. Neusta entwickelt digitale Kommunikationsplattformen und hatte die touristische Software „Destination One“, eine Plattform für Gästekommunikation entwickelt, die bundesweit stark zunehmende Verwendung findet. Damit konnte auf eine bestehende technische Lösung aufgebaut werden. Bei der Erstellung von Open-Data-Schnittstellen zu den regionalen touristischen Datenbanken wurde eng mit der Tourismus Agentur Schleswig-Holstein (TASH) und Visit Denmark zusammengearbeitet. Ein Prototyp des adaptierten Tools wurde zum Jahresende 2021 fertiggestellt.

Der Prototyp des Tourenportals wurde anschließend von Neusta in enger Abstimmung mit der TAFF weiterentwickelt. Dabei wurde das technische Spektrum des Tools optimiert und stetig um neue Funktionen und Inhalte und erweitert. Im Oktober 2022 wurde im Rahmen zweier Kulturvents eine Betaversion des neuen Tools unter dem Namen „Dein Tourguide“ (abrufbar unter www.bbb-tourguide.eu) vorgestellt.

4.3. Vermarktung

4.3.1. Events

Zur Bewerbung des neuen Tourguides wurden in Zusammenarbeit mit dem Projektpartner Destination Sønderjylland (DSSJ), der Stiftung Schloss Glücksburg und dem Museum Sønderjylland drei Familien-Events veranstaltet, bei denen die „Living History“, also die lebendige Geschichtsvermittlung, im Mittelpunkt standen. Im Zentrum

der Erzählungen standen Grenzgeschichte – sowohl im historischen als auch übertragenen Sinne. Die Tourismusagenturen arbeiten dafür mit einer auf diese Form der Erzählung spezialisierte Eventagentur aus Dänemark zusammen, dem Anbieter „Eventør“ aus Sonderburg. In enger Zusammenarbeit mit den Tourismusorganisationen TAFF und DSSJ sowie den gastgebenden Partnern, die Stiftung Schloss Glücksburg und das Museum Sønderjylland, wurden ein kreatives Konzept, die logistische Planung und die künstlerische Durchführung für die Events entwickelt.

Für die erste Veranstaltung im August 2022 wurde die Südjütländische Kaffeetafel als Thema genommen, die deutsch-dänische Urlaubsregion zu vermarkten und die gemeinsame Geschichte anhand eines bunten und interaktiven Programms für alle Altersgruppen an einem historisch bedeutsamen Ort, dem Bürgerhaus Folkehjem in Apenrade, zu vermitteln. Für das Programm wurde mit dem Museum Sønderjylland sowie den Minderheitenorganisationen der Region zusammengearbeitet.



Mit historischen Kostümen und Kuchen wurde die Geschichte der „Südjütländischen Kaffeetafel“ in Apenrade erzählt. Foto: Blumen bauen Brücken

Im Oktober 2022, in der Woche 42, der Woche in der die Schulen in Dänemark und in Schleswig-Holstein Herbstferien hatten, lud das Interreg-Projekt „Blumen bauen Brücken – Blomster bygger broer“ in Zusammenarbeit mit dem Museum Sønderjylland und der Stiftung Schloss Glücksburg Urlauber und Einheimische zu zwei weiteren Zeitreise-Events ein. Unter der Überschrift „Auf den Spuren der Herzöge“ boten das Schloss Glücksburg und das Schloss Sønderborg die Kulisse, um die deutsch-dänische Adels- und Schlossgeschichte anhand eines bunten Rahmenprogramms für Kinder und Erwachsene zu vermitteln. Im Rahmen des Events wurde die Beta-Version des Tourguides den Besuchern der Festivals vorgestellt.

Intensive Presse- und Öffentlichkeitsarbeit von Seiten des Projektsekretariats mit Unterstützung der TAFF und DSSJ,



Auf den Schlössern Glücksburg und Sonderburg wandelten die Gäste auf den Spuren der Herzöge. Foto: Blumen bauen Brücken

führte dazu, dass die Events in nahezu allen einschlägigen regionalen und überregionalen Medien online und/oder in Print angekündigt wurden. Das Schloss Sønderborg konnte mit ca. 500 Gästen seine Besucherzahl für diesen Tag mehr als verdoppeln; das Schloss Glücksburg hatte etwa das Vierfache an Besuchern als an anderen Tagen in den Herbstferien. Insgesamt besuchten rund 1300 Menschen die Events.

Bei den beiden Kooperationspartnern besteht der Wunsch, die Eventreihe auch nach Ende des Projekts in Eigeninitiative fortzuführen.

4.3.2. Kommunikationsoffensive

Der Tourguide wird im Rahmen einer Werbekampagne online und offline beworben. Bei den gewählten Maßnahmen wird auf die zielgruppengerechte Ansprache eines dänischen und deutschen Publikums geachtet.

Für die Bewerbung des Tourguide werden an den Stationen der Erzählrouten sowie in den Touristeninformationen Werbepostkarten mit QR-Code vorgehalten werden.

Eine großangelegte Online-Kampagne mit den Zielländern Deutschland und Dänemark wird mit dem offiziellen Launch des Tourguides gestartet und umfasst unter anderem Anzeigen auf sozialen Medien wie Instagram und Facebook, Google Ads, auf der Routenplaner- und Navigationsapp Komoot und auf YouTube.

4.4. Status des Tourguides

Die Version 2.0 des Tourguides wird aufgrund technischer Verzögerungen erst im ersten Quartal 2023 über die URL www.bbb-tourguide.eu veröffentlicht. Sie enthält alle wesentlichen Grundfunktionen und Inhalte. Somit ist sie zum einen für ein breites Spektrum an Touristen und Tagesausflüglern bereits als Planungs- und Erlebnistool, zum anderen für Tourismus-, Kultur- und Umweltakteure

als Plattform nutzbar. Als nachhaltiges Produkt soll das Tool jedoch auch über die Projektlaufzeit hinaus in den nächsten Jahren wachsen und weiterentwickelt werden. Hierfür wird sich der Projektpartner Tourismus Agentur Flensburger Förde (DE) in Rücksprache mit der Tourismusorganisation Destination Sønderjylland (DK) Wartungsarbeiten/ technischen Updates, Inhaltspflege und weiterer Vermarktung des Tools annehmen und etwaige laufende Kosten dafür tragen. Sämtliche Nutzungsrechte für die technische Basis, Textinhalte und Filminhalte wurden durch das Projekt von den jeweiligen Dienstleistern erworben.

Der Tourguide ist bewusst als webbasiertes Tool (PWA) angelegt, um den technischen Wartungsaufwand so gering wie möglich zu halten. Die touristischen Daten werden via Open Source ausgelesen und basieren auf zentralen touristischen Datenbanken der einschlägigen Tourismusorganisationen auf deutscher und dänischer Seite der Grenze, wodurch auch hier ein verhältnismäßig geringer Pflegeaufwand entsteht, was die Aktualität der Angaben zuverlässig sichert.

5. Presse- und Öffentlichkeitsarbeit

Projektsekretariat Stadt Flensburg

Die Presse- und Öffentlichkeitsarbeit für das Projekt „Blumen bauen Brücken – Blomster bygger broer“ wurde zentral vom Leadpartner, dem Projektsekretariat in Flensburg, übernommen. Das Projektsekretariat unterstützte darüber hinaus zielgerichtet die Vermarktung von Aktivitäten aller Projektpartner.

Durch die zentrale Bündelung der Presse- und Öffentlichkeitsarbeit im Projektsekretariat konnte eine einheitliche Kommunikation des Projektes mit einem Absender gesichert werden. Dadurch wurde gleichzeitig die Außenwahrnehmung von „Blumen bauen Brücken – Blomster bygger broer“ als ein zusammenhängendes grenzüberschreitendes Projekt mit Aktivitäten in Deutschland und in Dänemark gestärkt. Gleichzeitig gab es für die Medienvertreter einen direkten Kontakt, an den sie sich wenden konnten.

Das Projekt informierte auf seiner Projekthomepage www.bbbprojekt.eu über die verschiedenen Arbeitspakete des Interreg-Projektes sowie über zukünftige und vergangene Aktivitäten. Auf der Homepage werden auch alle im Projekt erstellten Printprodukte als Download zur Verfügung gestellt.

Die Pressearbeit wurde zentral vom Projektsekretariat übernommen. Im Rahmen der Vermarktung der grenzüberschreitenden Radwanderoute „Flensburg Fjord Route“ hatte der Projektpartner Destination Sønderjylland in Zusammenarbeit mit dem Projektsekretariat und der Tourismus Agentur Flensburger Förde im Sommer 2022 eine Pressereise mit Journalisten aus Deutschland durchgeführt. Die Vermarktung der Route wurde sowohl von Destination Sønderjylland als auch von Seiten des Projektsekretariats zielgerichtet mit Advertorials in verschiedenen Fachmedien und touristischen Zeitschriften unterstützt.

Im Projekt wurden die sozialen Medien Instagram und Facebook zur Verbreitung von Informationen genutzt. Die touristischen Projektpartner, die Tourismusverbände Destination Sønderjylland und die Tourismus Agentur Flensburger Förde, unterstützten diese Arbeit themenbezogen.

Das Projektsekretariat versendete regelmäßig alle zwei Monate einen Newsletter mit aktuellen Informationen zum Projekt. Alle Veranstaltungen wurden auf Terminportalen veröffentlicht und über Plakate beworben. Das ganze Jahr 2022 hatte das Projekt eine Vitrine im Flensburger Bahnhof gemietet, die zur laufenden Bewerbung des Projektes genutzt wurde.

Für die Bewerbung des Projektes und einzelner Produkte setzten das Projektsekretariat und die Projektpartner verschiedene Werbeartikel ein. Auf verschiedenen Werbeartikeln nutzte das Projektsekretariat den Claim „Wir bringen die Grenzregion zum Blühen“ („Vi får grænseregioner til at blomstre“).

Im Rahmen des Projektes hatte das Projektsekretariat zu einer Fachkonferenz im November 2021 und einer Abschlussveranstaltung im November 2022 eingeladen. Beide Veranstaltungen wurden online durchgeführt.

5.1. Homepage

Die obligatorische Projekthomepage für das Interreg-Projekt „Blumen bauen Brücken – Blomster bygger broer“ wurde vom Projekt als zentrales Informationsmedium genutzt. Da es sich beim Projekt um ein touristisches Projekt handelt, wurde die Ansprache der Zielgruppe entsprechend gewählt. Neben der generellen Beschreibung des Projektes findet sich die Beschreibung der verschiedenen Arbeits- bzw. Aufgabenpakete, wobei auf die Bezeichnung „Arbeitspakete“ bewusst verzichtet wurde. Im Vordergrund stand, für die Produkte zu werben und auf das Kommende neugierig zu machen.

Auf der Homepage wurde unter der Rubrik „Aktuelles“ über aktuelle Entwicklungen im Projekt sowie über Ergebnisse von Veranstaltungen und andere Neuigkeiten informiert. Unter der Rubrik „Termine“ wurden aktuelle Terminankündigungen für Veranstaltungen veröffentlicht. Ältere Terminhinweise können unter „Vergangene Termine“ abgerufen werden.

Auf der Homepage sind weiterhin alle im Verlauf des Projektes produzierten Informationsmaterialien hinterlegt.

Der grenzüberschreitende Wettbewerb „Wer erntet die meisten Seegrass-Kartoffeln an der Flensburger Förde?“ wurde intensiv mit Informationen auf der Homepage und Dokumentation der Teilnehmer, wie eingesandte Fotos der Kartoffelpflanzen, begleitet.

Eine Liste von „grünen“ Vereinen und Organisationen im Projektgebiet in Deutschland und in Dänemark soll es Interessierten über das Projekt hinaus ermöglichen, miteinander in Kontakt zu treten.

Die Homepage verzeichnete von Januar bis Dezember 2022 laut IONOS Webhosting mehr als 18.100 Besucher (unique visitors) und 81.160 Seitenaufrufe.

5.2. Pressemitteilungen

Das Projektsekretariat hat über je einen Presseverteiler mit deutschen und mit dänischen Medien im Verlauf des Projektes mehr als 50 Pressemitteilungen verschickt. Im letzten Projektjahr 2022, in dem im Rahmen des Projektes rund 30 Veranstaltungen von den Projektpartnern durchgeführt wurden, wurden alleine 42 Pressemitteilungen verschickt. Damit wurde engmaschig über Aktivitäten und Entwicklungen im Projekt „Blumen bauen Brücken – Blomster bygger broer“ informiert und wurden Veranstaltungen angekündigt.

Die Pressemitteilungen wurden von lokalen, regionalen und sogar überregionalen Medien aufgenommen und auf verschiedenen Blogs und Online-Portalen weiterverbreitet (siehe Anhang). Dadurch gelang es, eine gute Kenntnis über das Projekt in der Bevölkerung zu schaffen und erreichten eine gute bis sehr gute Beteiligung an den zahlreichen vom Projektsekretariat und von den Projektpartnern durchgeführten Veranstaltungen.

Die Pressemitteilungen wurden in beiden Sprachen verschickt.

5.3. Newsletter

Das Projektsekretariat informierte von September 2021 an regelmäßig über einen Newsletter in deutscher und dänischer Sprache über den Fortlauf des Projektes und die verschiedenen Aktivitäten innerhalb des Projektes.

In den Newslettern wurden kommende Veranstaltungen angekündigt und über vergangene Veranstaltungen berichtet. Desweiteren wurde der Newsletter genutzt, um für Aktivitäten von Partnerprojekten im Interreg-Programm Deutschland-Danmark zu werben. Konkret handelte es sich dabei um das Interreg-Projekt TOUR-BO, das ebenfalls einen touristischen Schwerpunkt hatte, und das Interreg-Projekt KursKultur mit Fokus auf Sprach- und Kulturvermittlung.

Zum Projektende hatte „Blumen bauen Brücken – Blomster bygger broer“ 405 Empfänger des Newsletters.

Besucher der Projekthomepage www.bbbprojekt.eu wurden mit einem so genannten Popup eingeladen, sich für den Newsletter anzumelden. Eine entsprechende Anmeldefunktion konnte auch über das Menü der Homepage erreicht werden. Alle Newsletter sind auf der Homepage als PDF hinterlegt.

5.4. Social Media

Das Interreg-Projekt „Blumen bauen Brücken – Blomster bygger broer“ informierte über einen eigenen Instagram-Kanal, der vom Projektsekretariat bedient wurde, über Entwicklungen im Projekt. Der Kanal BBBprojekt.eu hatte zum Projektende 273 Follower.

Desweiteren nutzte das Projektsekretariat den Facebook-Kanal der Stadt Flensburg, um über projektrelevante Aktivitäten und Nachrichten sowie Veranstaltungen des Projektes in und um Flensburg zu informieren. Dies ermöglichte die Erzählung auch kleinerer Geschichten, etwa rund um die Erzählgärten, wie brütenden Enten in einer Blumeninsel oder der Besuch des Riva-Boot-Clubs in Flensburg, der für seine Boote die Schwimmstege der Schwimmenden Gärten als Anlegestelle nutzen konnte.

Die Projektpartner in Dänemark wurden von den Vereinen und Organisationen, mit denen die Projektpartner zusammenarbeiteten, unterstützt, indem diese auf ihren Facebookseiten für Veranstaltungen des Projektes warben.

Für die Bewerbung des neuen digitalen Touren- und Erlebnisplaners „Tourgide“, der aufgrund von technischen Verzögerungen erst im ersten Quartal 2023 lanciert werden wird, arbeitete der zuständige Projektpartner Tourismus Agentur Flensburger Förde in Zusammenarbeit mit einer Werbeagentur eine Online-Medien-Kampagne aus. Diese Kampagne wird auf Instagram, Facebook und mit YouTube Ads und Google Ads ausgespielt. Dazu wird zielgerichtet Werbung auf dem Tourenplaner-Portal Komoot eingesetzt.

5.5. Plakate und Flyer

Zu Projektbeginn wurden in Zusammenarbeit mit einer Werbeagentur Plakate und Flyer auf Deutsch und auf Dänisch entwickelt, die übergeordnet über das Projekt „Blumen bauen Brücken – Blomster bygger broer“ informierten und warben.

Für die Bewerbung des grenzüberschreitenden Wettbewerbs „Wer erntet die meisten Seegrass-Kartoffeln an der Flensburger Förde?“ wurde in Zusammenarbeit mit einem Grafikbüro ein Flyer in deutscher und dänischer Sprache entwickelt, das gleiche gilt für eine Postkarte, die die neue Radwanderroute Flensburg Fjord Route bewirbt.

Zahlreiche Veranstaltungen des Projektes wurden mit Plakaten und Flyern beworben, die in der Stadt verteilt und aufgehängt bzw. ausgelegt wurden. Diese Plakate und Flyer konnten vom Projektsekretariat selbst gestaltet werden. Ermöglicht wurde dies durch ein, von einer Werbeagentur im Rahmen des Kommunikationskonzeptes entworfenes

Grundplakat, das vom Projektsekretariat angepasst werden konnte. Dadurch war niedrigschwellig der Entwurf eigener Plakate und Flyer für Veranstaltungen möglich. Hier ist darauf hinzuweisen, dass dazu Kenntnisse des Adobe-Programmes InDesign notwendig sind.

Plakate und die Auslegung von Flyern ermöglichten einen weiteren zielgerichteten Kontakt mit der Bevölkerung, um Veranstaltungen zu bewerben. In den Sommermonaten 2022 wurden u.a. auch zwei Plakate produziert, auf denen für alle im Monat August und Monat September stattfindenden Veranstaltungen in Deutschland und in Dänemark geworben wurde. Auf diese Weise konnten die Menschen auf beiden Seiten der Grenze über die jeweils im anderen Land stattfindenden Veranstaltungen informiert werden. Gleichzeitig wurde so die Außenwirkung des Projektes „Blumen bauen Brücken – Blomster bygger broer“ als ein zusammenhängendes grenzüberschreitendes Projekt gestärkt.

5.6. Kommunikation mit politischen und fachlichen Ausschüssen, Netzwerkpartnern und anderen Interessentengruppen

Aufgrund der Corona-Pandemie fanden im gesamten Verlauf des Projektes keine Präsenzsitzungen der Projektpartner mit den politischen und fachlichen Ausschüssen, der Politischen Lenkungsgruppe und des Advisory Boards, sowie den Netzwerkpartnern des Projektes statt. Die Information und der Austausch fanden aus diesem Grund per E-Mail und in regelmäßigen Online-Treffen statt. Des Weiteren erhielten die Mitglieder beider Gruppen den regelmäßig erscheinenden Newsletter des Projektes.

Vereine, Organisationen und andere Interessierte, die sich gerne intensiver mit dem Projekt beschäftigten und darüber informiert werden wollten, erhielten über einen eigenen E-Mail-Verteiler des Projektsekretariates zum Beispiel direkt Einladungen zu den Veranstaltungen zugesandt. Sie wurden über diesen Kanal auch über relevante Veranstaltungen von Vereinen und Organisationen informiert, mit denen das Projekt „Blumen bauen Brücken – Blomster bygger broer“ zusammengearbeitet hat. Dies ermöglichte eine zielgerichtete Ansprache einer wichtigen Zielgruppe und Multiplikators und stärkere Bindung an das Projekt.

5.7. Sonstige Vermarktung

Advertorials und Anzeigen

Das Projektsekretariat und der Projektpartner Destination Sønderjylland konnten in verschiedenen eigenen Tourismusmagazinen (kostenfrei) Advertorials über das Projekt und über die neue Radwanderroute Flensburg Fjord Route platzieren. Zusätzlich wurden mehrere ganzseitige Adverto-

rials in verschiedenen monatlichen regionalen Magazinen gebucht, um eine regionale breitere und dauerhaftere regionale Ansprache zu erreichen. Mit Advertorials im touristischen Journal „Flensburg Journal“, das dreimal jährlich erscheint, wurden zielgerichtet Gäste angesprochen, die im Projektzeitraum im Grenzgebiet Urlaub machten.

Vitrine im Bahnhof

Das Projektsekretariat hatte für 2022 eine Vitrine im Flensburger Bahnhof gemietet. Die Vitrine wurde laufend durch das Projektsekretariat selbstständig mit Plakaten und Informationen aktualisiert und neu dekoriert, z.B. mit Merchandise aus dem Projekt. Damit wurden Reisende von und nach Flensburg erreicht.

Ankündigung von Veranstaltungen / Terminkalender

Es gibt verschiedene regionale Online-Plattformen, auf denen Termine in einem Terminkalender angekündigt werden können. Dadurch ist es möglich, für die niedrigschwellig und zielgerichtet auf die Veranstaltungen aufmerksam zu machen. Dazu gehören u.a. der Terminkalender der Tourismus Agentur Flensburger Förde sowie weitere Plattformen, auf denen die Informationen kostenfrei eingestellt werden konnten.

Magazine wie das Flensburger „Flensburg Journal“ bieten einen Terminkalender an, in dem Veranstaltungen kostenfrei angekündigt werden können.

Bannerwerbung in der Stadt und andere Anzeigen

Im Rahmen der historischen Events auf den Schlössern in Glücksburg und in Sonderburg im Oktober 2022, „Auf den Spuren der Herzöge“ („I hertugernes fodspor“), nutzte das Projektsekretariat die Möglichkeit, eine Woche lang auf zwei Billboards in der Stadt Flensburg für die Veranstaltungen in Deutschland und in Dänemark zu werben. Dadurch konnte ein weiterer Kontakt mit der Information ermöglicht werden.

Das Projektsekretariat nutzte unterstützend für die Ankündigung einer Reihe von Veranstaltungen des Projektes im August 2022 die Schaltung einer Anzeige in einer kostenlosen Wochenzeitung. Der Projektpartner Sonderburg Kommune nutzte eine Anzeige in einem Sonderburger Medium, um für eine eigene größere Veranstaltung von „Blumen bauen Brücken – Blomster bygger broer“ in Sonderburg zu werben.

Merchandise für das Projekt und einzelne Produkte

Zielgerichtete Werbeartikel unterstützen eine Botschaft, vermitteln Informationen und sind Sympathieträger. Im

Rahmen des Projektes wurden sowohl vom Projektsekretariat für die übergeordnete Bewerbung des Projektes, sowie von den Projektpartnern Destination Sønderjylland und Tourismus Agentur Flensburger Förde Werbematerialien, so genanntes Merchandise, eingesetzt. Alle Werbematerialien des Projektsekretariates wie Samenkarten, Pflanzwürfel und Baumwolltaschen, die mit Projekt- und Interreg-Logo und dem Maskottchen des Projektes konnten von allen Partnern genutzt werden.

Der Projektpartner Tourismus Agentur Flensburger Förde hatte zur Unterstützung seiner Schlossevents Papp-Kronen und Röhrchen mit Blumensamen eingesetzt. Der Projektpartner Destination Sønderjylland hatte für seine Mitgliedsunternehmen zur Bewerbung der Flensburg Fjord Route Trinkflaschen, Schalttücher, Sattelbezüge und Baumwolltaschen mit dem Maskottchen und Projekt- und Interreg-Logo bedrucken lassen.

Hochbeete in Glücksburg

Die Stadt Glücksburg hatte im Frühjahr 2022 Kindergärten und Schulen sowie Vereine und Institutionen angeboten, ein Hochbeet von der Stadt Glücksburg zur eigenen Gestaltung zur Verfügung gestellt bekommen. Insgesamt 20 Hochbeete wurden daraufhin in der Stadt verteilt und von den Bürgerinnen und Bürgern bepflanzt. An den Hochbeeten waren Schilder angebracht, auf denen über das Interreg-Projekt „Blumen bauen Brücken – Blomster bygger broer“ informiert wurde. So wurde die grenzüberschreitende Gartenschau in die Schlossstadt getragen und für das Projekt geworben.

5.8. Fachveranstaltungen

Das Projektsekretariat ermöglichte Interessierten an zwei Fachveranstaltungen im Rahmen des Projektes teilzunehmen, eine Fachkonferenz im November 2021 und eine Projekt-Abschlussveranstaltung im November 2022. Beide Veranstaltungen wurden pandemiebedingt online durchgeführt und können auf der Projekthomepage www.bbbprojekt.eu und auf YouTube abgerufen werden.

5.8.1. Fachkonferenz

Die Fachkonferenz im November 2021 hatte das Ziel, zu verschiedenen projektrelevanten Themen Informationen von Fachleuten aus verschiedenen Bereichen anzubieten. Angesprochen wurden die Themen Gartenschau, nachhaltiger Tourismus und Fahrradtourismus. Für die Vorträge unterstützten uns u.a. Netzwerkpartner des Projektes.

Der Geschäftsführer der Deutsche Bundesgartenschau

Gesellschaft konnte für einen Beitrag zum Thema „Die Gartenschau – Ein grünes Format als Tourismusmagnet“ gewonnen werden. Über Nachhaltigen Tourismus und Urlauber aus Deutschland sprach eine Analystin der Dachorganisation für Tourismus in Dänemark, VisitDenmark. Die Nachhaltigkeitsbeauftragte der Tourismusgesellschaft OstseeFjordSchlei teilte die Erfahrungen des Verbandes mit der Zertifizierung zu einem nachhaltigen Reiseziel. Der Geschäftsführer der Tourismusorganisation Destination Sønderjylland informierte über das Konzept „Bike Friends“ für Fahrradurlauber in Dänemark.

Die Teilnehmer an der Veranstaltung erhielten nach vorheriger Anmeldung einen Link. Insgesamt hatten sich rund 50 Teilnehmer angemeldet. Die Teilnehmer kamen aus ganz Deutschland und Dänemark.

5.8.2. Projekt-Abschlussveranstaltung

Aufgrund von Unsicherheiten durch die Pandemie wurde die Abschlussveranstaltung des Projektes online in einem Studio durchgeführt. Für die Abschlussveranstaltung wurde eine freischaffende TV-Moderatorin engagiert, die das Projekt bei der Vorbereitung der Veranstaltung unterstützte und durch die Veranstaltung führte. Die Veranstaltung wurde simultan übersetzt.

Ziel der Abschlussveranstaltung war es, umfassend die Ergebnisse des Projektes zu präsentieren und einen Ausblick zu geben, wie die Nachhaltigkeit der Ergebnisse gesichert werden kann.

Die Projektpartner stellten dafür in Präsentationen, in Spielfilmen und in Interviews mit der Moderatorin ihre Ergebnisse vor. Der Dezernent der Stadt Flensburg, Stephan Kleinschmidt, gab in einem Beitrag einen politischen Rückblick und Ausblick. Stephan Kleinschmidt war maßgeblich für die Entstehung des Projektes verantwortlich und hatte seinerzeit die politische Verankerung im grenzüberschreitenden Forum „Grenzdreieck“ unterstützt. Die Vertreter der Tourismusorganisationen betonten die Bedeutung der zukünftigen Zusammenarbeit auf dem Gebiet.

Für die Teilnahme der Veranstaltung war keine Anmeldung notwendig, sondern es konnte direkt über einen Link auf der Homepage teilgenommen werden. An dem Tag gab es 140 Zugriffe auf die Homepage.

5.9. Publikationen

Als Teil der Wissensteilung wurden innerhalb des Projektes zwei Best Practice Handbücher erarbeitet. Im Rahmen des Arbeitspaketes 4 „Flensburg Fjord Route – Eine grenzüberschreitende Fahrradrouten“ wurde ein Handbuch erarbeitet, das sich konkret an Tourismusunternehmen richtet, die entlang der Flensburg Fjord Route liegen. Der Schwerpunkt liegt insbesondere auf Beherbergungsbetrieben. Das

Handbuch mit dem Titel „Fahrradtouristen – wer, warum, wie?“ vermittelt den Unternehmen wichtige Informationen über ihre Zielgruppe Fahrradurlauber aus Deutschland und Dänemark und gibt ihnen Tipps und praktische Informationen, wie sie für diese Zielgruppe attraktiv werden. Die Publikation wurde jeweils in deutscher und in dänischer Sprache erstellt.

Im Arbeitspaket 3 „Grenzüberschreitende Gartenschau“ wurde ein Best Practice Handbuch mit dem Titel „Blumen bauen Brücken – Blomster bygger broer: Eine grenzüberschreitende Gartenschau“ erarbeitet. In dem Handbuch werden der Hintergrund der grenzüberschreitenden Gartenschau erzählt und in jeweils eigenen Artikeln die Entwicklung der einzelnen Erzählgärten in Flensburg, Apenrade und Sonderburg beschrieben. In einem Interview mit dem Geschäftsführer der Deutschen Bundesgartenschau-Gesellschaft wird auf die historische Entwicklung der Gartenschauen und deren Themenschwerpunkte in Deutschland, die zunehmende internationale Ausrichtung der Gartenschauen und deren Bedeutung für den Tourismus angesprochen. Das reich bebilderte Handbuch wurde als zweisprachiges Wendebuch konzipiert.

5.10. Ein Lied für „Blumen bauen Brücken“

„Blumen bauen Brücken, damit wir zusammenrücken“ – diese Zeile entstammt dem Lied, zu dem sich der Musiker Timo Iwersen aus Lystrup bei Aarhus vom Projekt „Blumen bauen Brücken – Blomster bygger broer“ hat inspirieren lassen. Timo Iwersen ist in Südjütland als Angehöriger der deutschen Minderheit geboren und aufgewachsen und entsprechend lädt das Lied mit deutschen und mit dänischen Textteilen zum Mitsingen ein.

Timo Iwersen hatte verschiedene Events von „Blumen bauen Brücken – Blomster bygger broer“ musikalisch begleitet und dort auch das „Blumen bauen Brücken“-Lied präsentiert.

Damit möglichst viele Menschen auf beiden Seiten der Grenze das Lied kennenlernen und mitsingen können, hat BBB den Song aufnehmen lassen. Die Aufnahme ist zusammen mit dem Text des Liedes auf der Projekt-Homepage zu finden.

Schulen und Institutionen in Deutschland und in Dänemark sind herzlich eingeladen, das Lied im Rahmen ihrer Arbeit zu nutzen.

6. Handlungsempfehlungen für die weitere Vermarktung

Das Interreg5a-Projekt „Blumen bauen Brücken – Blomster bygger broer“ war mit dem Ziel angetreten, die Bildung einer gemeinsamen grenzüberschreitenden Tourismusregion zu unterstützen. Dafür wurden im Rahmen des Projektes eine grenzüberschreitende Gartenschau initiiert sowie zwei konkrete Produkte, eine grenzüberschreitende Fahrradrouten und ein digitaler Tourguide, entwickelt und umgesetzt. Alle Elemente des Projektes bleiben auch über das Projekt hinaus in der Region erhalten und können langfristig ihre Wirkung entfalten.

Verschiedene Unternehmen und Organisationen, die mit „Blumen bauen Brücken – Blomster bygger broer“ im Projekt zusammengearbeitet haben, haben bereits angekündigt, zukünftig grenzüberschreitend zusammenarbeiten zu wollen. Damit würden Kooperationen entstehen, die es so vorher nicht gab, wie etwa bei der Zusammenarbeit von Schloss Glücksburg und Schloss Sonderburg mit der Fortsetzung eines gemeinsamen Festivals. Dies wirkt eine Strahlkraft auf andere Unternehmen aus und kann sie inspirieren.

6.1. Die Grenzüberschreitende Gartenschau

Die grenzüberschreitende Gartenschau und ihre Erzählgärten wurden im Laufe des Projektes intensiv von den Projektpartnern im Rahmen der Vermarktung und für Veranstaltungen genutzt. Erfreulicher Weise bleiben nicht nur die von Beginn an als dauerhaft angelegten Gärten in Gråsten (Gravenstein) und Apenrade erhalten. Auch in Flensburg wurde eine Lösung gefunden, so dass die Gartenanlagen über das Projektende hinaus bestehen bleiben.

An allen Standorten wird somit weiterhin auf Informationstafeln auf die Gärten in den Partnerstädten hingewiesen sowie, insbesondere in Apenrade, für weitere touristische Attraktionen in der Grenzregion geworben. Die Anlagen werden auch über die Projektdauer hinaus ein beliebter Aufenthaltsort für Einheimische und Urlauber sein und sind durch ihre Themensetzung „Naturgarten“, „maritime Gärten“ und „urbane Gärten“ auch für Gartenfreunde von außerhalb interessant, was in eine entsprechende Erzählung, die sich an Urlauber richtet, umgesetzt werden könnte.

Im Rahmen des Projektes wurde ein Best Practice Handbuch zur grenzüberschreitenden Gartenschau erarbeitet, das über die Möglichkeiten einer Gartenschau aus städteplanerischer Sicht informieren und inspirieren soll. Dies könnte insbesondere für dänische Kommunen interessant sein, da das Gartenschaukonzept, wie es in Deutschland bekannt ist und umgesetzt wird, in Dänemark bisher nicht bekannt ist. Der Aspekt der grenzüberschreitenden Zusammenarbeit

könnte für Städte und Kommunen in Grenzregionen, die mit dem Gedanken spielen eine Gartenschau umzusetzen, von Interesse sein und das Handbuch entsprechend eingesetzt werden.

6.2. Radwanderroute „Flensburg Fjord Route“

Mit der neuen grenzüberschreitenden Flensburg Fjord Route hat die Region ein attraktives Angebot für aktive Urlauber auf beiden Seiten der Grenze erhalten. Bereits während des Projektes ist die Route zielgerichtet und mit gutem Erfolg in ganz Deutschland vermarktet worden. Von Seiten der Tourismusorganisation Destination Sønderjylland wurde die Flensburg Fjord Route aktiv in das Portfolio der buchbaren Aktivitäten der Organisation integriert. Destination Sønderjylland vermarktet die Fahrradrouten in Erlebnispaketen, die von den Urlaubern gebucht werden können. Die Erlebnispakete werden unter der Überschrift „Besuche fünf Schlösser in fünf Tagen auf der Flensburg Fjord Route“ beworben und können auf der Homepage von Destination Sønderjylland (<https://www.booksonderjylland.dk/da/besog-fem-sonderjyske-slotte-pa-fem-dage-flensburg-fjord-route>) gebucht werden. Die Pakete bestehen aus fünf Übernachtungen mit Frühstück, Gepäcktransport und ein Ticket für die Fahrradfähre.

Destination Sønderjylland untersucht weitere Möglichkeiten von Paketreisen für Urlauber, die die Flensburg Fjord Route erleben möchten. Dabei wollen die beiden touristischen Projektpartner Möglichkeiten der Zusammenarbeit in diesem Gebiet untersuchen.

Des Weiteren wurden von Destination Sønderjylland im Rahmen von „Blumen bauen Brücken – Blomster bygger broer“ Werkzeuge entwickelt, die sich direkt an Tourismusunternehmen entlang der Flensburg Fjord Route richten, und die sie dabei unterstützen, mehr Fahrradurlauber anzulocken. Dazu gehört als wichtigstes Element ein „Best Practice Fahrradhandbuch“ das auf Deutsch und auf Dänisch erhältlich ist.

Das Handbuch soll den Unternehmen helfen, die Zielgruppe Fahrradurlauber und deren Erwartungen und Bedürfnisse besser kennen zu lernen und die eigenen Angebote entsprechend anzupassen. Gleichzeitig werden die Unternehmen Botschafter für die Flensburg Fjord Route und damit für den Tourismus in der Grenzregion. Als Botschafter sollen sie die Möglichkeit bekommen und in der Lage sein, die Gäste aktiv über die Flensburg Fjord Route zu informieren und zu begeistern.

6.3. Tourguide: Ein digitaler Touren- und Erlebnisplaner

Die Veröffentlichung des Tourguides als digitalen Touren- und Erlebnisplaner für die Grenzregion konnte aufgrund von Verzögerungen durch Corona und Problemen seitens des technischen Anbieters nicht innerhalb des Projektzeitraumes stattfinden. Dadurch gab es nicht die Möglichkeit, den Tourguide im Projektzeitraum zu vermarkten und erste Erfahrungen zu sammeln. Diese Aufgaben werden die Tourismusgesellschaft Tourismus Agentur Flensburger Förde in Zusammenarbeit mit Destination Sønderjylland nach Projektabschluss übernehmen. Mit der Lancierung der App wird diese gleichzeitig mit einer breit angelegten Marketing-Kampagne online und offline beworben. Bei den gewählten Maßnahmen wird auf die zielgruppengerechte Ansprache eines dänischen und deutschen Publikums geachtet.

Mit dem offiziellen Launch des Tourguides wird eine groß-angelegte Online-Kampagne mit den Zielländern Deutschland und Dänemark gestartet. Sie umfasst unter anderem Anzeigen auf sozialen Medien wie Instagram und Facebook, Google Ads, auf der Routenplaner- und Navigationsapp Komoot und auf YouTube. Offline werden für die Bewerbung des Tourguide an den Stationen der Erzählrouten sowie in den Touristeninformationen Werbepostkarten mit QR-Code zum Portal vorgehalten werden.

Der Tourguide ist bewusst als webbasiertes Tool Progressive Web App (PWA), also eine App, die über einen Browser am Mobilgerät aufgerufen werden kann, angelegt. Der technische Wartungsaufwand wird damit niedrig gehalten. Die touristischen Daten werden via Open-Data-Schnittstelle ausgelesen und basieren auf zentralen touristischen Datenbanken der Tourismusorganisationen Tourismusagentur Schleswig-Holstein (TA-SH) auf deutscher Seite und Visit-Denmark auf dänischer Seite. Dadurch wird die Aktualität der Angaben perspektivisch gesichert und es entsteht nur ein geringer Pflegeaufwand.

Das Tool wird in den kommenden Jahren weiter wachsen und weiter entwickelt werden. Die Projektpartner Tourismus Agentur Flensburger Förde und die Tourismusorganisation Destination Sønderjylland werden sich dafür der notwendigen Wartungsarbeiten und technischen Updates, der Inhaltspflege sowie der weiteren Vermarktung des Tools annehmen.

7. Fazit und Ausblick

Als das Interreg-Projekt „Blumen bauen Brücken – Blomster bygger broer“ im Juli 2019 startete, konnte keiner der Beteiligten die Herausforderungen, die auf die Welt zukommen würden, auch nur ansatzweise erahnen. Die Corona-Pandemie hat auch die Entwicklung des Projektes maßgeblich beeinflusst. Sie erschwerte in den ersten beiden Jahren in hohem Maße die Arbeit mit und für das Projekt, ein Projekt, dass sich in großem Umfang auch das Zusammenkommen und die Zusammenarbeit mit Menschen, Vereinen und Organisationen auf die Fahnen geschrieben hatte.

Durch eine gute Zusammenarbeit und einen guten Zusammenhalt aller Projektpartner ist es gelungen, das Projekt „Blumen bauen Brücken – Blomster bygger broer“ trotz aller Widrigkeiten erfolgreich und mit guten und nachhaltigen Erfolgen für die Grenzregion umzusetzen und zu Ende zu führen. Mit den Erzählgärten der grenzüberschreitenden Gartenschau, der neuen Fahrradroute Flensburg Fjord Route und dem digitalen Touren- und Erlebnisplaner Touguide hinterlässt das Interreg-Projekt der Region sichtbare Produkte weit über den Projektzeitraum hinaus. Menschen und Organisationen haben zusammen gefunden, werden weiterhin in Kontakt bleiben.

Mit den Erzählgärten in Flensburg, Gravenstein und Apenrade sind attraktive grüne Treffpunkte in den Kommunen entstanden, die einen deutlichen Wert für die Bewohner in den Orten bedeuten. Gleichzeitig haben sie positiv das Stadtbild in den Orten verändert und es sind neue Aufenthaltsorte der Erholung und der Inspiration entstanden.

Die Flensburg Fjord Route ist ein neues grenzüberschreitendes Angebot für Fahrradurlauber, dass die Gäste auch auf neue Routen abseits der bekannten Fahrradrouten führen wird und gleichzeitig die touristischen Höhepunkte auf beiden Seiten der Region aktiv mit einbezieht. Perspektivisch wäre sicherlich zu überlegen, ob eine Ausschilderung der Route möglich und sinnvoll ist. Ein weiterer wichtiger Aspekt ist die Einbeziehung der touristischen Akteure auf beiden Seiten der Grenze und insbesondere der Beherbergungsbetriebe entlang der Route. Die bereits gestarteten Aktivitäten, diese zu „Botschafter“ für die Route zu machen, sollten weiter ausgeweitet werden. Durch kontinuierliches Marketing kann die Kenntnis um die Route in Deutschland und in Dänemark weiter gestärkt werden.

Mit dem Touguide gibt es zum ersten Mal eine Plattform, die Urlaubern aus einer App heraus über Attraktionen und Angebote auf beiden Seiten der Grenze informiert. Dadurch wird die Wahrnehmung der Region als ein zusammenhängendes Urlaubsgebiet, in dem es viel zu erleben und zu erforschen gilt, gestärkt.

Die webbasierte App ist in dieser Form auf dem Markt der

Apps und Online-Angebote neue Wege gegangen und verspricht wegweisend auch für andere Tourismusorganisationen zu werden. Sie ist ein Tool, das in enger Zusammenarbeit mit touristischen Akteuren und Unternehmen auf beiden Seiten der Grenze entstanden ist, was sie zu „Miteigentümern“ des Produktes macht. Diesen Gedanken der „Miteigentümerschaft“ gilt es weiter zu stärken um die App bekannt zu machen und damit eine breite Nutzung sowohl in der Phase der Reiseplanung als auch vor Ort, zu sichern.

Die grundsätzlichen technischen Voraussetzungen sichern einen relativ geringen Pflegeaufwand für die App. Ein langfristiger Erfolg der App ist aber auch vom zukünftigen Engagement der Tourismusorganisationen in Deutschland und in Dänemark, der Tourismus Agentur Flensburger Förde und Destination Sønderjylland, abhängig.

Eine intensive und erfolgreiche Presse- und Öffentlichkeitsarbeit während des Projektes sowie durch die zahlreichen Marketingaktivitäten der Projektpartner wurden die Grundlagen für die Vermarktung der Grenzregion als eine gemeinsame touristische Region gelegt. Damit wurde regional und in gewissen Maß auch überregional ein Bekanntheitsgrad erreicht, den es gilt, in Zukunft weiter zu befördern und auszubauen. Eine wichtige Rolle nimmt hierbei die App Tourguide ein. Sie unterstützt die gemeinsame Vermarktung der Region, auch über die jeweiligen Landesgrenzen hinaus.

Die beiden touristischen Projektpartner Destination Sønderjylland und die Tourismus Agentur Flensburger Förde betonen jedoch, dass für eine zukünftige gemeinsame Vermarktung der Region, also grenzübergreifend und damit über den eigenen Verantwortungs- und Mitgliederbereich hinaus, zusätzliche Förderung von außen notwendig sei.

