Vorbemerkung / Lesehinweis

E

Das vorliegende Chart-Protokoll bezieht sich auf die **Informationsveranstaltung & Kreativworkshops** im Rahmen der Erarbeitung von smarten Erlebnistouren für die Region 10, welche am **14. September 2022** in der Katholischen Universität Eichstätt-Ingolstadt auf dem Campus in Ingolstadt stattgefunden hat.

Die Ergebnisdokumentation fasst die Präsentation des Beratungsunternehmens PROJECT M sowie die geführten Diskussionen zusammen. Die eingebrachten Anregungen, Ergänzungen und Hinweise sind als Ergänzung E markiert.

Das Chart-Protokoll ist ggf. ohne die entsprechenden mündlichen Erläuterungen unvollständig.
Für Rückfragen wenden Sie sich bitte an PROJECT M.

Als Ansprechpersonen stehen Ihnen Katharina Goebel und Marvin Assenmacher gerne zur Verfügung:

Stand: 23.09.2022

Zentrale Ergebnisse der Informationsveranstaltung & Kreativworkshops

Top 1: Begrüßung und Einführung

- Zunächst begrüßt Iris Eberl, Geschäftsführerin des Regionalmanagement Region Ingolstadt (IRMA) e.V. alle Teilnehmenden.
- Anschließend richtet auch Birgit Böhm, Projektmanagerin und Verantwortliche für die Erarbeitung und Umsetzung der smarten Erlebnistouren in der Region 10, ebenfalls begrüßende Worte an die Teilnehmenden und stellt das Projektbüro PROJECT M vor, die weiter durch die Veranstaltung und die Workshops führen.
- Peter Kowalsky stellt anschließend PROJECT M, das Projektteam sowie die Zielstellung und Phasen des Projektes vor. Zudem erläutert er die Ziele der Informationsveranstaltung bzw. der Kreativworkshops.

Zentrale Ergebnisse der Informationsveranstaltung & Kreativworkshops

Top 2: Eintauchen in die Erlebnishighlights der Region 10

- Peter Kowalsky gibt in einem einführenden Impuls zunächst einen Überblick über die Möglichkeiten in der smarten Erlebnisgestaltung. Dieser Impuls dienst vor allem als Anregung für die nachfolgenden Workshops und ist nicht als Vorgabe für die Erarbeitung der smarten Erlebnistouren in der Region 10 zu verstehen. Die technischen und gestalterischen Möglichkeiten für diese Touren müssen mit der umsetzenden Agentur Locandy abgestimmt werden.#
- Anschließend führt Marvin Assenmacher in die Themen und Highlights in der Region 10 ein. Im Rahmen der Analysephase wurden besondere Angebote und Infrastrukturen durch PROJECT M in Karten verortet. Diese gilt es in den anschließenden Workshops mit den Teilnehmenden zu diskutieren und weiter zu verdichten.
- Als „Warm-Up“ werden die Teilnehmenden abschließend in einer digitalen Mentimeter-Abfrage nach ihrem persönlichen Erlebnishighlight in der Region 10 gefragt. Hier wurden von den Teilnehmenden u.a. Angebote im Bereich Natur, Aktiv und Kultur sowie Veranstaltungen und Festivals genannt (s. Seiten 6-10).

Zentrale Ergebnisse der Informationsveranstaltung & Kreativworkshops

Was ist Ihr / Dein persönliches Erlebnishighlight in der Region 10?

Mentimeter

- Pfeifturm
- Reduit Tilly
- Romantisches Altmühltal
- Naturpark Altmühltal
- Altstadt Neuburg
- Neuburger obere Altstadt
- Radfahren im Altmühltal
- Naturpark Altmühltal
- Große Auenrunde

20

Zentrale Ergebnisse der Informationsveranstaltung & Kreativworkshops

Was ist Ihr / Dein persönliches Erlebnishighlight in der Region 10?

Mentimeter

- HopfenmuseumRadtouren AltmühltalMoritzkirche - Turm
- Alte Anatomie Ingolstadt
- Hopfenerlebnisführung bei einer Hopfenbotschafterin
- Gutmann Brauereifest
- Historische Altstädte
- Lenbach Museum
- Walderlebniszentrum Schernfeld
- Frauenberg Eichstätt
- Finkenstein

20

Zentrale Ergebnisse der Informationsveranstaltung & Kreativworkshops

Was ist Ihr / Dein persönliches Erlebnishighlight in der Region 10?

Mentimeter

- Juralandschaft mit Wacholderheiden, Buchenwald und Altmühltal.
- Altmühltal Panoramaweg
- Klenzepark
- Künettegraben Ingolstadt
- Walderlebniszentrum Schernfeld
- Schlossfest Neuburg
- Anlautertal
- Reduit Tilly
- Shinrin Yoku - Waldbaden

20

Zentrale Ergebnisse der Informationsveranstaltung & Kreativworkshops

Was ist Ihr / Dein persönliches Erlebnishighlight in der Region 10?

Mentimeter

- Feste: Hofgarten Eichstätt, Bürgerfest Ingolstadt, etc.
- Oase steinerskirchen
- Audi Museum Mobile
- Oase Steinerskirchen
- Katzental
- Römererlebnisse
- Baggersee
- Profi-Sport: ERCI, FCI
- Zucheringer Wald

20

Zentrale Ergebnisse der Informationsveranstaltung & Kreativworkshops

Was ist Ihr / Dein persönliches Erlebnishighlight in der Region 10?

Mentimeter

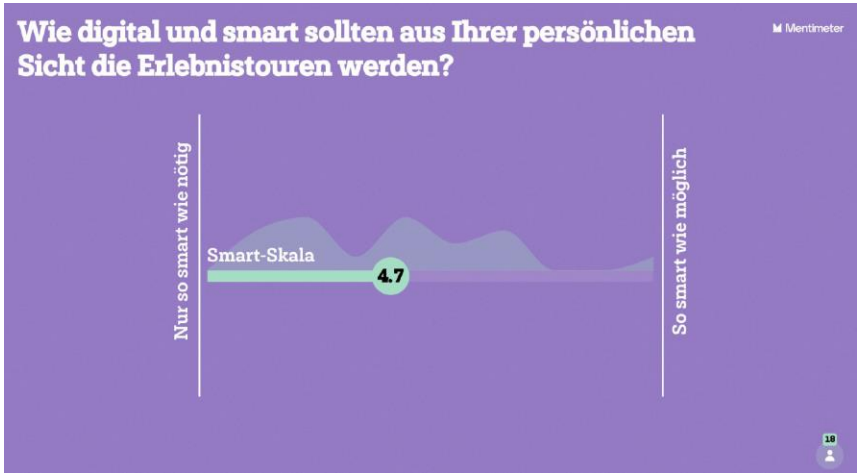
- Takttraum Festival
- Lichtstromfestival
- Luminous
- Triathlon
- Halbmarathon
- Eichstätt

20

Zentrale Ergebnisse der Informationsveranstaltung & Kreativworkshops

Top 3: Entwicklungsansätze für die Erlebnisrouten /-welten der Region 10

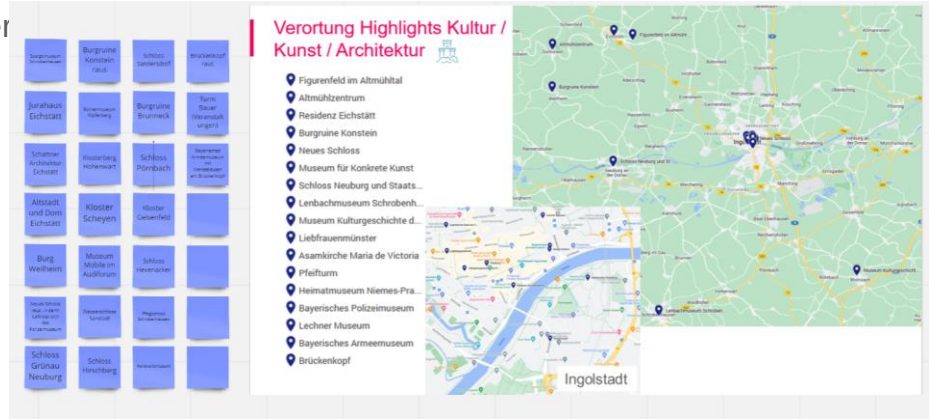
- Nach einer kurzen Erläuterung der Vorgehensweise und Methodiken der Kreativworkshops werden die Teilnehmenden in zwei kleinere Workshopgruppen („Hopfensäckchen“ und „Hopfensalz“) geteilt.
- Die Gruppen erarbeiten nach einer kurzen Pause in den anschließenden Workshops dieselben Fragestellungen, welche im Nachgang zusammengeführt werden und auf deren Grundlage die smarten Erlebnistouren weiter ausgearbeitet werden.
- In einer kurzen Einführungsrunde stellen sich alle Teilnehmenden in den jeweiligen Gruppen vor und beantworten per Mentimeter-Abfrage, in welchem Landkreis sie wohnen und wie digital und smart aus ihrer Sicht die Erlebnistouren sein sollten.
- Der Großteil der Teilnehmenden kommt dabei aus der Stadt Ingolstadt und dem Landkreis Eichstätt. Aus dem Landkreis Pfaffenhofen a. d. Ilm sind keine Personen vertreten.
- Aus Sicht der Teilnehmenden sollten die smarten Erlebnistouren eine gesunde Mischung aus digitalen und analogen bzw. haptischen Elementen sein. Der digitale Part sollte dabei nicht im Fokus stehen sondern vielmehr ein spielerischer und ansprechender Zusatz für die Erlebnistouren sein.



Zentrale Ergebnisse der Informationsveranstaltung & Kreativworkshops

Top 3: Runde 1: Reflektion & Vertiefung der Analyse – Gruppe 1

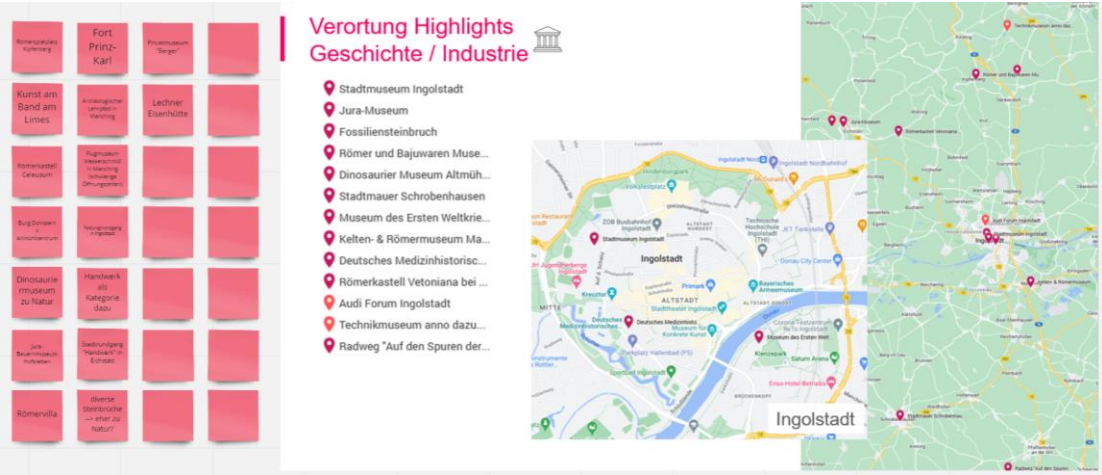
- In der Workshopgruppe 1 wurden die folgenden Erlebnishighlights in den entsprechenden Kategorien ergänzt/ gestrichen.
- Uneinigkeit herrschte, ob die Museen gesammelt einer Kategorie zuzuordnen sind oder dem jeweiligen Themenschwerpunkt.
- Außerdem wurden Schlösser ergänzt, die tlw. der Öffentlichkeit nicht zugänglich sind.
- **Kultur / Kunst / Architektur:**
  - Spargelmuseum Schrobenhausen
  - Jurahaus Eichstätt
  - Schattner Architektur Eichstätt
  - Altstadt und Dom Eichstätt
  - Burg Weilheim
- Neues Schloss rausnehmen → darin befindet sich das Polizeimuseum
- Schloss Grünau Neuburg
- Schloss Hirschberg
- Wasserschloss Sandizell
- Museum Mobile Audiforum
- Kloster Scheyen
- Klosterberg Hohenwart
- Römermuseum Kipfenberg
- Burgruine Konstein rausnehmen
- Schloss Sander
- Burgruine Brunneck
- Schloss Pörnbach
- Kloster Geisenfeld
- Schloss Heckenacker
- Pflegschloss Schrobenhausen
- Handwerksmuseum
- Brückenkopf rausnehmen
- Turm Bauer (Veranstaltungen)
- Bayerisches Armeemuseum mit Klenzenbauten am Brückenkopf



Zentrale Ergebnisse der Informationsveranstaltung & Kreativworkshops

Top 3: Runde 1: Reflektion & Vertiefung der Analyse – Gruppe 1

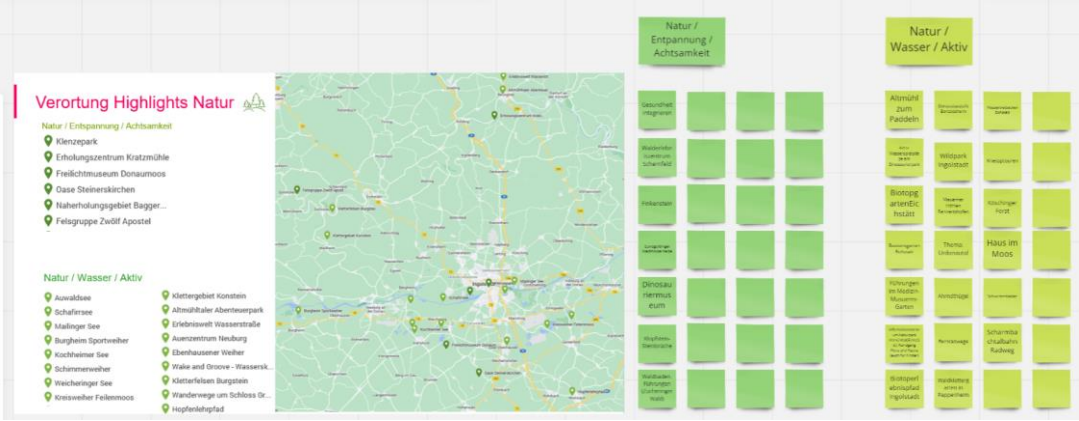
- In der Kategorie Geschichte / Industrie wurden folgende POIs ergänzt / Anmerkungen getätigt:
- **Geschichte / Industrie:**
  - Römerspielplatz Kipfenberg
  - Kunst am Band am Limes
  - Römerkastell Celeusum
  - Burg Dolnstein = Altmühlzentrum
  - Dinosauriermuseum sollte der Kategorie Natur zugeordnet werden
  - Jura-Bauernmuseum Hofstetten
  - Römervilla
  - Diverse Steinbrüche → sollte auch eher zu Natur zugeordnet werden
  - Standrundgang „Handwerk“ in Eichstätt
  - Handwerk als Kategorie ergänzen
  - Festungsrundgang in Ingolstadt
  - Flugmuseum Messerschmid in Manching (aber: schwierige Öffnungszeiten)
  - Archäologischer Lehrpfad in Manching
  - Fort Prinz-Karl
  - Privatmuseum „Berger“
  - Lechner Eisenhütte



Zentrale Ergebnisse der Informationsveranstaltung & Kreativworkshops

Top 3: Runde 1: Reflektion & Vertiefung der Analyse – Gruppe 1

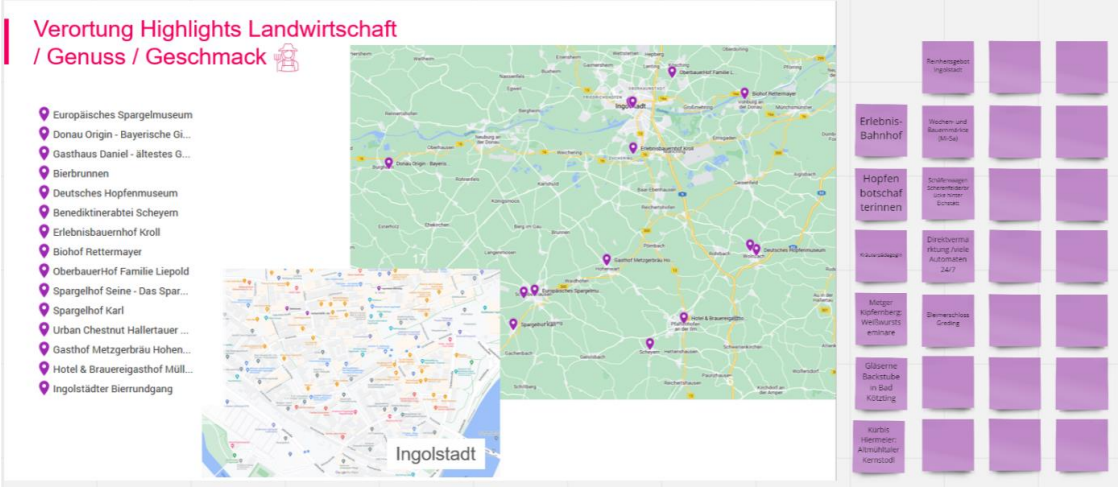
- Es wurde angemerkt die Kategorie Gesundheit mitaufzunehmen
- In der Kategorie Natur wurden folgende POIs ergänzt / Anmerkungen getätigt:
- **Natur / Entspannung / Achtsamkeit**
  - Walderlebniszentrum Schernfeld
  - Finkenstein
  - Gungoldinger Wachholderheide
  - Dinosauriermuseum
  - Klopfstein-Steinbrüche
  - Waldbaden-Führungen (Zucheringer Wald)
- **Natur / Wasser / Aktiv**
  - Paddeln auf der Altmühl
  - Aktiv-Wasserspielplätze am Dinosaurierpark
  - Biotopgarten Eichstätt
  - Bastionsgarten Eichstätt
  - Führungen im Medizin-Museums-Garten
  - Informationszentrum Naturpark Altmühltal (Eichstätt): Rundgang Flora und Fauna (auch für Kinder)
  - Biotoperlebnispfad Ingolstadt
  - Donaustaustufe Bertoldsheim
  - Wildpark Ingolstadt
  - Mauerner Höhlen Rennertshofen
  - Thema: Urdonautal
  - Ahrndthügel
  - Fernradwege
  - Waldklettergaren in Pappenheim
  - Wassertretbecken Eichstätt
  - Kneipptouren
  - Köschinger Forst
  - Haus im Moos
  - Schwimmbäder
  - Scharmbachtalbahn-Radweg



Zentrale Ergebnisse der Informationsveranstaltung & Kreativworkshops

Top 3: Runde 1: Reflektion & Vertiefung der Analyse – Gruppe 1

- In der Kategorie Landwirtschaft / Genuss / Geschmack wurde wie folgend ergänzt:
- **Landwirtschaft / Genuss / Geschmack**
  - Erlebnis-Bahnhof
  - Hopfenbotschafterinnen
  - Kräuterpädagogin
  - Metzger Kipfenberg: Weißwurstseminare
  - Gläserne Backstube in Bad Kötzting
  - Kürbis Hiermeier: Altmühltaler KernStodl
  - Reinheitsgebot Ingolstadt
  - Wochen- und Bauernmärkte (Mittwoch bis Samstag)
  - Schäferwaagen Scherenfelderbrücke hinter Eichstätt
  - Direktvermarktung / viele Automaten 24/7
  - Bleimerschloss Greding



Zentrale Ergebnisse der Informationsveranstaltung & Kreativworkshops

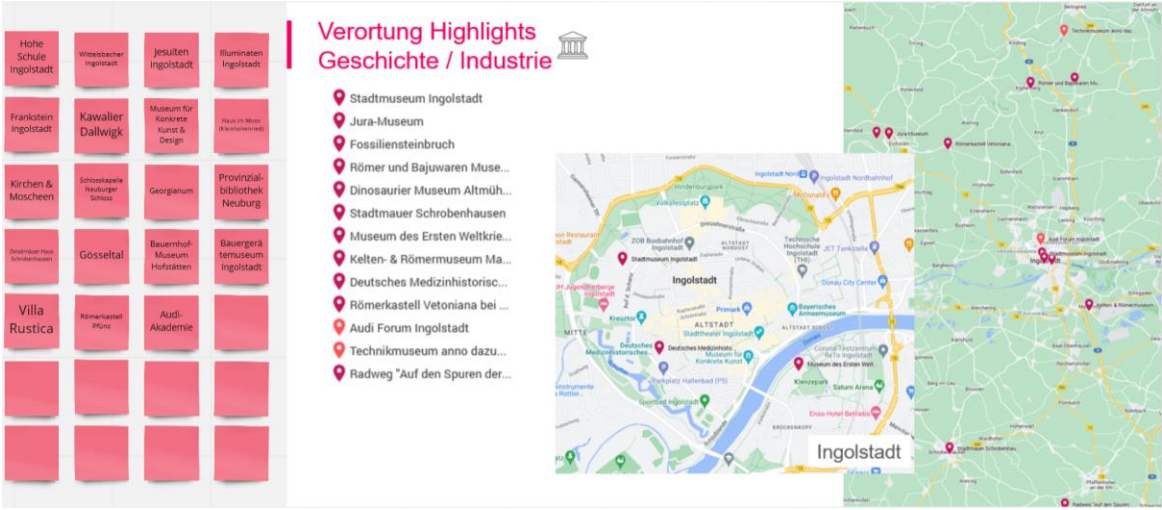
Top 3: Runde 1: Reflektion & Vertiefung der Analyse – Gruppe 2

- In der Workshopgruppe 2 wurden die folgenden Erlebnishighlights in den entsprechenden Kategorien ergänzt:
- **Kultur / Kunst / Architektur:**
  - Reduit Tilly
  - Neues Schloss + Bayer. Armeemuseeum
  - Willibaldsburg LK Eichstätt
  - Dom Eichstätt
  - Schattner-Gebäude (Moderne Architektur) Eichstätt
  - Bibliothek LK Eichstätt
  - Barocke Altstadt Eichstätt
  - Jura-Häuser
  - Obere Altstadt Neuburg
  - Europ. Spatenmuseum Schrobenhausen
  - Stadttherater Ingolstadt
  - Alte Anatomie Ingolstadt
  - Stadtmauer 111 Türme
  - Stadtmauer Schrobenhausen
  - Klenzebauten Ingolstadt
  - Schananlage (Bayer. Landesfestung)
  - Heinrichturm Neuburg
  - Neue Welt Ingolstadt (Kabaretttage)
  - Birdland Jazzclub

Zentrale Ergebnisse der Informationsveranstaltung & Kreativworkshops

Top 3: Runde 1: Reflektion & Vertiefung der Analyse – Gruppe 2

- Im Bereich Geschichte / Industrie merken die Teilnehmenden an, dass die Museen entweder gesammelt in der Kategorie Kultur oder Geschichte unterzubringen sind.
- **Geschichte / Industrie:**
  - Hohe Schule Ingolstadt
  - Wittelsbacher Ingolstadt
  - Jesuiten Ingolstadt
  - Illuminaten Ingolstadt
  - Frankstein Ingolstadt
  - Kawalier Dallwigk
  - Museum für Konkrete Kunst & Design
  - Haus im Moos (Kleinhohenried)
  - Kirchen & Moscheen
  - Schlosskapelle Neuburger Schloss
  - Georgianum
  - Provinzialbibliothek Neuburg
  - Zeiselmäuer Haus Schrobenhausen
  - Gösseltal
  - Bauernhof-Museum Hofstätten
  - Bauergerätemuseum Ingolstadt
  - Villa Rustica
  - Römerkastell Pfünz
  - Audi-Akademie
  - Audi Campus / IN Campus

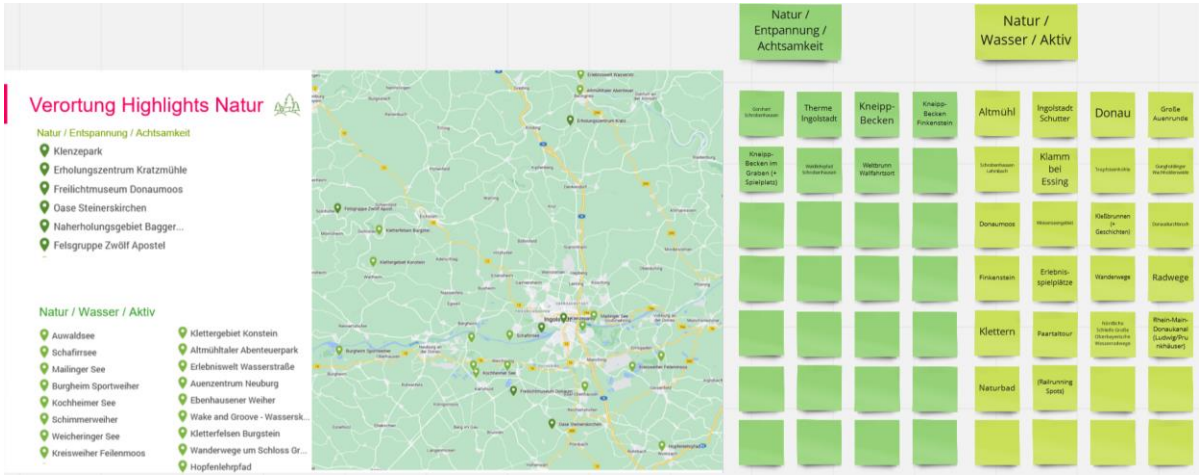


Zentrale Ergebnisse der Informationsveranstaltung & Kreativworkshops

Top 3: Runde 1: Reflektion & Vertiefung der Analyse – Gruppe 2

- **Natur (Entspannung / Achtsamkeit):**
  - Gorchart Schrobenhausen
  - Therme Ingolstadt
  - Kneipp-Becken (allgemein)
  - Kneipp-Becken Finkenstein
  - Kneipp-Becken im Graben (+ Spielplatz)
  - Waldlehrpfad Schrobenhausen
  - Weltbrunn Wallfahrtsort

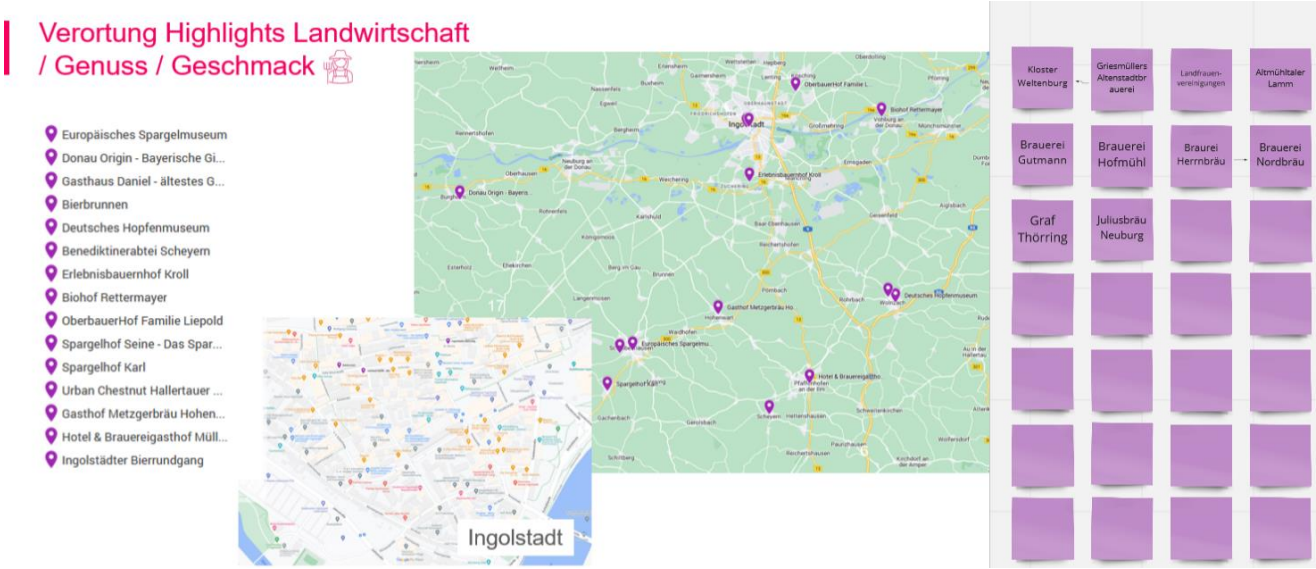
- **Natur (Wasser / Aktiv):**
  - Altmühl
  - Schutter Ingolstadt
  - Donau / Donaudurchbruch
  - Große Auenrunde
  - Schrobenhausen Lehmbach
  - Klamm bei Essing
  - Tropfsteinhöhle
  - Gungholdinger Wachholderweide
  - Donaumoos
  - Wiesenseengebiet
  - Kleßbrunnen (+ Geschichten)
  - Finkenstein
  - Erlebnisspielplätze
  - Wanderwege und Radwege
  - Klettern
  - Paartaltour
  - Nördliche Schleife Große Oberbayerische Wasserradwege
  - Rhein-Main-Donaukanal (Ludwig/Prunkhäuser)
  - Naturbad



Zentrale Ergebnisse der Informationsveranstaltung & Kreativworkshops

Top 3: Runde 1: Reflektion & Vertiefung der Analyse – Gruppe 2

- **Landwirtschaft / Genuss / Geschmack:**
  - Kloster Weltenburg
  - Griesmüllers Altenstadtbrauerei
  - Landfrauenvereinigungen
  - Altmühltaler Lamm
  - Brauerei Gutmann
  - Brauerei Hofmühl
  - Braurei Herrnbräu
  - Brauerei Nordbräu
  - Graf Thörring
  - Juliusbräu Neuburg



Zentrale Ergebnisse der Informationsveranstaltung & Kreativworkshops

Top 3: Runde 1: Reflektion & Vertiefung der Analyse – Gruppe 1

- Im Folgenden wurden von allen Teilnehmer:innen sogenannte Erlebnisstränge gebildet. Die Erlebnishighlights bilden hierfür die Basis, die Erlebnisstränge wiederum die Basis für die Erlebnistouren.
- Die Erlebnisstränge wurden vorgestellt und anschließenden durch die Teilnehmer:innen priorisiert.
- Die Gruppe 1 hat die Erlebnisstränge wie untenstehend priorisiert, wobei Punkt 1 der Erlebnisstrang mit der höchsten Priorisierung ist.

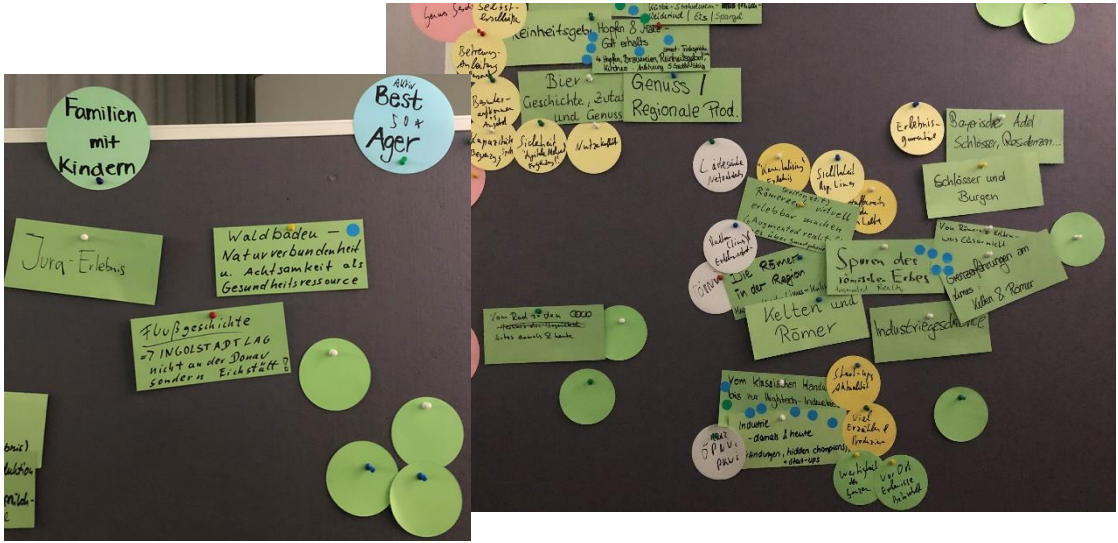
Erlebnisstränge (priorisiert):

1. **Bier- Geschichte**, Zutaten und Genuss / Reinheitsgebot / Genuss, regionale Produkte / Hopfen & Malz- Gott erhalt's: Hopfen, Brauereien, Reinheitsgebot, Kirchen- Anlehnung an 5 Seidla Steig; smart: Trinksprüche und -lieder / Landwirtschaft (Geschichte, Wandel, Genusserlebnis) / Handwerkliche Produktion Lebensmittel: Kürbis, Strohschwein, Milch, Weidenrind, Eis, Spargel / Wohlfühlreise: Erholung in der Natur gepaart mit Genussmomenten → 9 Punkte
2. **Industrie damals und heute**: Erfindungen, Hidden Champions, Start-Ups → ideal für Augmented Reality / Vom klassischen Handwerk zur Hightech-Industrie / Industriegeschichte → 7 Punkte
3. **Keltenzeit, Römerzeit**: virtuell erlebbar machen (Augmented Reality, Limes über Smartphone sichtbar machen), Spuren des römischen Erbes / Kelten und Römer / Die Römer in der Region: Museum, Kunst, Limes, Kulinarik / Spuren des römischen Erbes (Augmented Reality) / Grenzerfahrung am Limes: Kelten & Römer / Von Römern und Kelten: Was Cäsar nicht wusste → 5 Punkte
4. **Waldbaden**: Naturverbundenheit und Achtsamkeit als Gesundheitsressource → 1 Punkt
5. **Aktiv mit Kindern / Aktiv mit Hund**
6. **Flussgeschichte**: Ingolstadt lag nicht an der Donau, sondern Eichstätt
7. **Jura Erlebnis**
8. **Vom Rad zu den OOOO**: Autos damals und heute
9. **Bayerischer Adel:** Schlösser, Residenzen, … / Schlösser und Burgen

Zentrale Ergebnisse der Informationsveranstaltung & Kreativworkshops

Top 3: Runde 1: Reflektion & Vertiefung der Analyse – Gruppe 1

- Nach der Priorisierung wurden die Erlebnisstränge den zuvor definierten Zielgruppen „Junge Erwachsene“, „Familien mit Kindern“ und „Best Ager“ zugeordnet (Mehrfachnennung möglich).
- Die Teilnehmenden der Gruppe 1 merkten an, dass die Zielgruppe „Best Ager“ schwierig zu fassen ist, denn in der heutigen Zeit sind viele Personen über 50 noch sehr aktiv und vielseitig interessiert.
- Junge Erwachsene:
  - Erlebnisstrang 5: aktiv mit Hund
  - Erlebnisstrang 1: Bier-Geschichte
  - Erlebnisstrang 8: Vom Rad zu den OOOO
  - Erlebnisstrang 2: Industrie damals und heute
  - Erlebnisstrang 3: Kelten- und Römerzeit
- Familien mit Kindern:
  - Erlebnisstrang 7: Jura Erlebnis
  - Erlebnisstrang 6: Flussgeschichte
  - Erlebnisstrang 3: Kelten- und Römerzeit
  - Erlebnisstrang 2: Industrie damals und heute
- Best Ager:
  - Erlebnisstrang 4: Waldbaden
  - Erlebnisstrang 6: Flussgeschichte
  - Erlebnisstrang 1: Bier-Geschichte
  - Erlebnisstrang 9: Bayerischer Adel
  - Erlebnisstrang 3: Kelten- und Römerzeit
  - Erlebnisstrang 2: Industrie damals und heute



Zentrale Ergebnisse der Informationsveranstaltung & Kreativworkshops

Top 3: Runde 1: Reflektion & Vertiefung der Analyse – Gruppe 2

- In der Workshopgruppe 2 wurden die folgenden potenziellen Erlebnisstränge für die Erlebnistouren gesammelt und priorisiert. Dabei wurden die Erlebnisstränge Architektonische Highlights, Ernährung, Wasser und Wissenschaft als die Erlebnisstränge gewichtet, die am stärksten die Region 10 repräsentieren.
  1. Architektonische Highlights / Architektur der Gesamtregion (z.B. Jura-Häuser)
  2. Ernährung: Produktion / Landwirtschaft / Herkunft (Spargel / Kartoffeln / Fallobstwiesen / Respekt vor der Natur / Bildung)
  3. Wasser & Gewässer in der gesamten Region
  4. Wissenschaft
  - Sagen & Legenden (auch „fantastisch“)
  - Geologie / Fossilien (digital erlebbar machen)
  - Künstliche Intelligenz & Ethik
  - 1516 Reinheitsgebot & Brauereigeschichte / größtes Hopfenanbaugebiet der Welt (Hallertau)
  - Medizingeschichte (Medizinhistorisches Museum, Hohe Schule etc. in Verknüpfung mit Persönlichkeiten aus dem Thema Gesundheit, z.B. Pettenkofer)
  - Land Art / Freilandkunst / Outdoor Kunstanlagen / Figurenfeld / Lechner
  - Historische Bauten / Heimatverbundenheit
  - Kunstgeschichte (u.a. Fintenfeld, Alf Lechner, Konkrete Kunstakademie, „Land Art“)
  - Museumstouren mit besonderen Schwerpunkten: Museum mit Naturbezug
  - Spargel: Geschichte und Geschichten
  - 3-Disziplinen-Tour (Wandern, Radfahren, Paddeln)
  - Sport (z.B. Stadion Ingolstadt, FC Ingolstadt, Sportveranstaltunen…)
  - Schuttertor: Wassergeschichte / Finkenstein / Wellheimer Trockental / Nassenfels Gleßbrunnen

Zentrale Ergebnisse der Informationsveranstaltung & Kreativworkshops

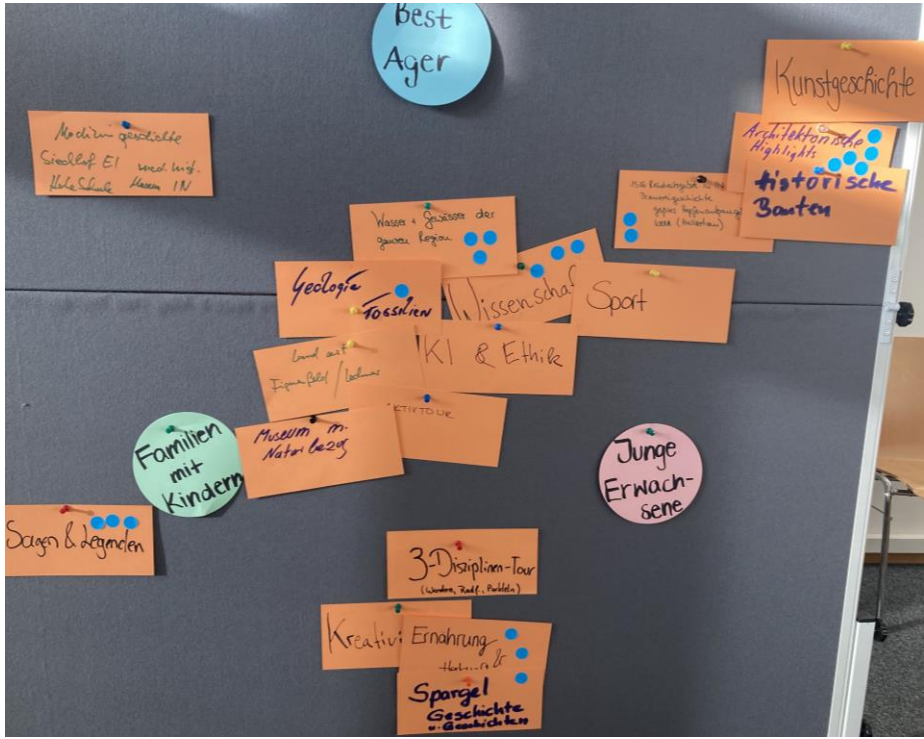
Top 3: Runde 1: Reflektion & Vertiefung der Analyse – Gruppe 2

- Die potenziellen Erlebnisstränge wurden anschließend den Zielgruppen „Best Ager“, „Familien mit Kinder“ sowie „Junge Erwachsene“ zugeordnet (Mehrfachnennung möglich):
- Best Ager:
  - Medizingeschichte
  - Kunstgeschichte
  - Architektonische Highlights / Architektur der Gesamtregion
  - 1516 Reinheitsgebot & Brauereigeschichte / größtes Hopfenanbaugebiet der Welt (Hallertau)
  - Wasser & Gewässer in der gesamten Region
  - Wissenschaft
  - Künstliche Intelligenz & Ethik
  - Geologie / Fossilien (digital erlebbar machen)
  - Museumstouren mit besonderen Schwerpunkten: Museum mit Naturbezug
  - Kunstgeschichte (u.a. Fintenfeld, Alf Lechner, Konkrete Kunstakademie, „Land Art“)
- Familien mit Kindern:
  - Sage & Legenden
  - 3-Disziplinen-Tour
  - Ernährung
  - Spargel: Geschichte und Geschichten
  - Wasser & Gewässer in der gesamten Region
  - Wissenschaft
  - Künstliche Intelligenz & Ethik
  - Geologie / Fossilien (digital erlebbar machen)
  - Museumstouren mit besonderen Schwerpunkten: Museum mit Naturbezug
  - Kunstgeschichte (u.a. Fintenfeld, Alf Lechner, Konkrete Kunstakademie, „Land Art“)

Zentrale Ergebnisse der Informationsveranstaltung & Kreativworkshops

Top 3: Runde 1: Reflektion & Vertiefung der Analyse – Gruppe 2

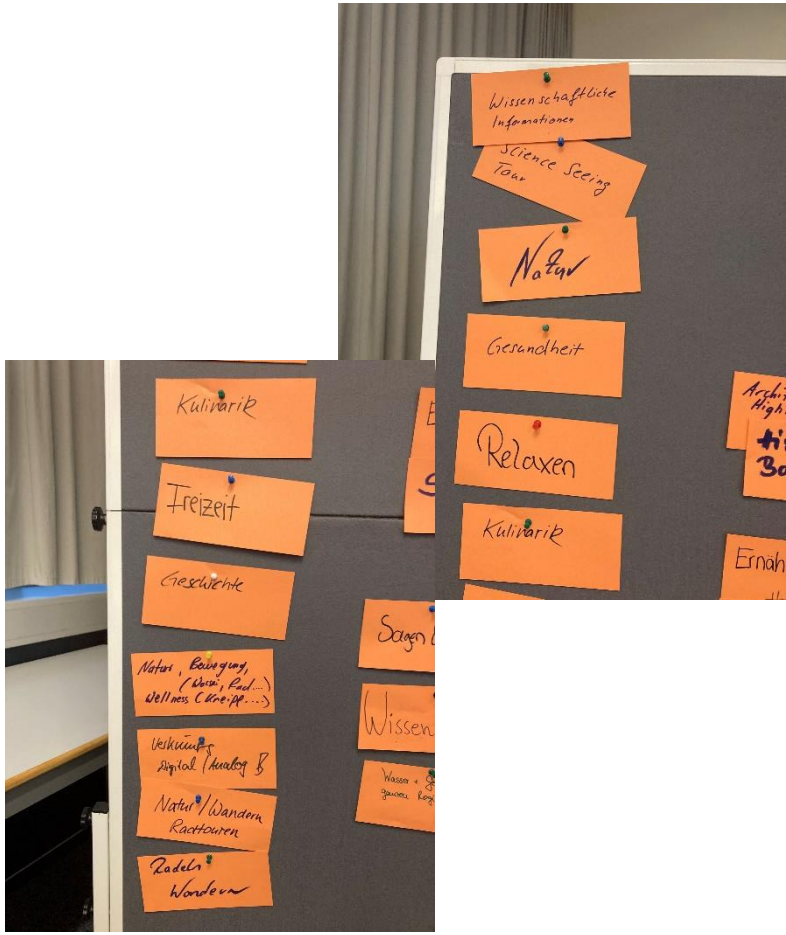
- Junge Erwachsene:
  - 3-Disziplinen-Tour
  - Ernährung
  - Spargel: Geschichte und Geschichten
  - 1516 Reinheitsgebot & Brauereigeschichte / größtes Hopfenanbaugebiet der Welt (Hallertau)
  - Wasser & Gewässer in der gesamten Region
  - Wissenschaft
  - Künstliche Intelligenz & Ethik
  - Geologie / Fossilien (digital erlebbar machen)
  - Museumstouren mit besonderen Schwerpunkten: Museum mit Naturbezug
  - Kunstgeschichte (u.a. Fintenfeld, Alf Lechner, Konkrete Kunstakademie, „Land Art“)



Zentrale Ergebnisse der Informationsveranstaltung & Kreativworkshops

Top 3: Runde 1: Reflektion & Vertiefung der Analyse – Gruppe 2

- Zudem einigten sich die Teilnehmenden der Workshopgruppe 2 darauf, dass einige der zunächst als Erlebnisstränge gedachten Themen als übergeordnete Themen / Elemente im Rahmen aller Erlebnistouren zu verstehen sind:
  - Edutainment / Wissenschaftliche Informationen bzw. Mehrwert / „Scienceseeing“ Touren
  - Kreativität
  - Natur / Wasser
  - Bewegung / Aktiv / Radfahren / Wandern
  - Gesundheit / Relaxen / Entspannung / Achtsamkeit / Kneipp / Wellbeing
  - Kulinarik
  - Freizeit
  - Geschichte (z.B. Kulturgeschichte, Naturgeschichte, Industriegeschichte…)
  - Verknüpfung digitaler und analoger Elemente



Zentrale Ergebnisse der Informationsveranstaltung & Kreativworkshops

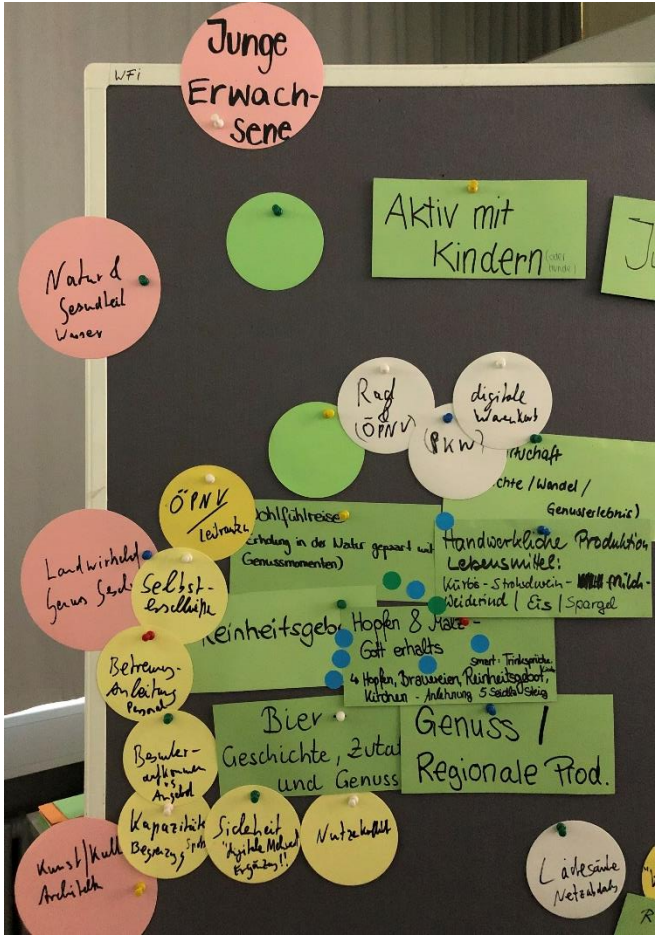
Top 3: Runde 1: Reflektion & Vertiefung der Analyse – Gruppe 1

- Zuletzt sammelten die Teilnehmer:innen Herausforderungen bei der Umsetzung der Erlebnisstränge.
- Erlebnisstrang 1: Bier / Genuss / regionale Produkte
  - ÖPNV
  - Leihradnetz
  - Selbsterschließung
  - Betreuung und Anleitung Personal
  - Nutzerkonflikt
  - Sicherheit
  - Rad (auch ein Alkohollimit)
  - Auto
  - Digitaler Warenkorb
  - Besucheraufkommen vs. Angebot
  - Kapazitätsbegrenzung an den Spots
  - Sicherheit des „digitalen Mehrwerts“, Ergänzung
- Erlebnisstrang 2: Industrie
  - ÖPNV? PKW?
  - Start-ups Aktualität
  - Viel Erzählen und Prozesse
  - Wertigkeit des Ganzen
  - Vor Ort Erlebnisse schwierig: keine/ schlechte/ seltene Möglichkeit in die Betriebe zu gehen
- Erlebnisstrang 3: Römer & Kelten
  - Sichtbarkeit, Bsp. Limes (radeln und Smartphone bedienen)
  - Smartes Erlebnis muss punktuell sein (Smartphone sollte nicht während dem Radeln zu bedienen sein)
  - ÖPNV
  - „Kanibalisierungs“-Erlebnis
  - Aufbereitung der Inhalte
  - Ladesäule/ Netzstation

Zentrale Ergebnisse der Informationsveranstaltung & Kreativworkshops

Top 3: Runde 1: Reflektion & Vertiefung der Analyse – Gruppe 1

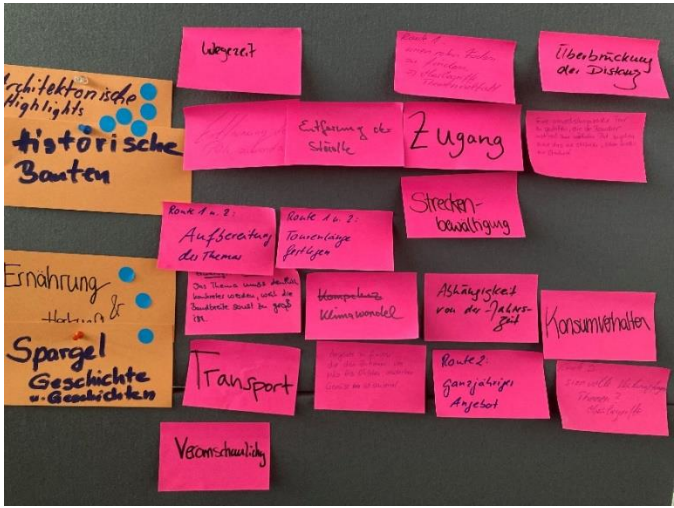
- Erlebnisstrang 9: Adel und Schlösser
  - Erlebnisgarantie (oft in Privatbesitz)
- Allgemein:
  - Internet nur bedingt verfügbar
  - Ladestationen für E-Bikes und Smartphones



Zentrale Ergebnisse der Informationsveranstaltung & Kreativworkshops

Top 3: Runde 1: Reflektion & Vertiefung der Analyse – Gruppe 2

- Abschließend sammelten die Teilnehmenden der Workshopgruppe 2 die aus ihrer Sicht größten Herausforderungen in der Umsetzung der beiden priorisierten Erlebnisstränge 1) Architektonische Highlights sowie 2) Ernährung.
- Größte Herausforderungen in der Umsetzung des Erlebnisstrangs Architektonische Highlights:
  - Wegezeiten zwischen den einzelnen Highlights und Entfernung der POIs zueinander
  - Entfernung Städte / Überbrückung der Distanz / Streckenbewältigung
  - Zugang zu einzelnen Highlights
  - Einen roten Faden finden → Mehrbegriffe, Themenvielfalt
  - Eine abwechslungsreiche Tour zu gestalten, die die Besucher motiviert zum nächsten Punkt zu gehen, ohne zu stöhnen „schon wieder ein Gebäude“
- Größte Herausforderungen in der Umsetzung des Erlebnisstrangs Ernährung:
  - Aufbereitung der Themen / Veranschaulichung
  - Sinnvolle Verknüpfung der Themen, Oberbegriffe finden
  - Thema muss deutlich konkretisiert werden, weil sonst die Bandbreite zu groß ist
  - Tourenlänge festlegen
  - Transport
  - Konsumverhalten
  - Angebote zu finden, die den Zeitraum von März bis Oktober abdecken (Gemüse ist saisonal) / Abhängigkeit von der Jahreszeit / ganzjähriges Angebot
  - Klimawandel



Zentrale Ergebnisse der Informationsveranstaltung & Kreativworkshops

Top 3: Runde 2: Kreativ-Werkstatt zu den Entwicklungsansätzen – Gruppe 1

- Für die Verbindung der Erlebnishighlights innerhalb der drei höchst priorisierten Erlebnisstränge wurden in der Workshopgruppe 1 folgende Mobilitätsangebote durchdacht.

- **Erlebnisstrang 1: Bier-Geschichte:**
  - Rad und ÖPNV verbindend (da zu weite Wege)
  - (PKW) → schwierig aufgrund des Alkoholkonsums
  - Digitaler Warenkorb

- **Erlebnisstrang 2: Industrie damals und heute:**
  - ÖPNV
  - PKW

- **Erlebnisstrang 3: Römer & Kelten**
  - ÖPNV
  - Rad → Erlebnisstrategie entlang des Limes

Zentrale Ergebnisse der Informationsveranstaltung & Kreativworkshops

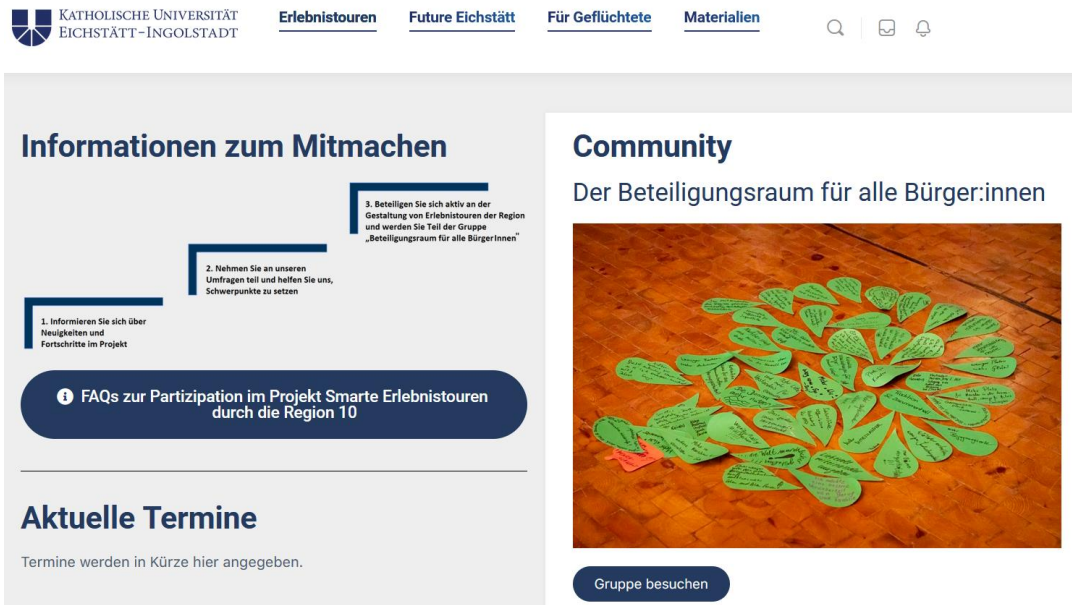
Top 3: Runde 2: Kreativ-Werkstatt zu den Entwicklungsansätzen – Gruppe 2

- In der zweiten Workshoprunde überlegten die Teilnehmenden der Gruppe 2 gemeinsam, wie die priorisierten Erlebnisstränge ideal verknüpft werden können.
- Die Erlebnismobilität inkl. der Einstiegspunkte für die Erlebnistouren stellte sich hierbei als große Herausforderung in der Entwicklung der Erlebnistouren heraus.
- Gedanken der Teilnehmenden zum Thema **Erlebnismobilität**:
  - Der Altmühltaler Freizeitbus inkl. Anhänger für Bikes könnte genutzt werden, allerdings ist die Frequenz zu gering
  - Der ÖPNV ist grundsätzlich eine große Herausforderung (insb. Busverbindungen)
  - Das Rad scheint das einzige allumfänglich taugliche Fortbewegungsmittel für die Touren zu sein, allerdings muss auch dieses den Einstiegspunkt transportiert werden
  - Die Region 10 ist zu groß, um die weit auseinander gelegenen Highlights an einem Tag zu besuchen (z.B. per Rad): die Touren müssen erst entwickelt werden, um die konkreten Verknüpfungen erkennen zu können
  - Eine Möglichkeit besteht in der Entwicklung großer Tour mit mehreren „Seitentouren“
  - Der Nachhaltigkeitsaspekt muss mitbedacht werden (Bewältigung der Erlebnistouren sollte über den ÖPNV machbar sein)
  - *Möglichkeit: Erlebnistour gebührenpflichtig, dafür inkl. ÖPNV-Ticket und Eintritten (vgl. Gästekarten)*
  - *Möglichkeit: B2B – Angebot der Touren über Reiseveranstalter*
- Gedanken der Teilnehmenden zum Thema **Einstiegspunkte**:
  - Einstiegspunkte sollten Orte sein, die per Zug zu erreichen sind oder an denen Park + Ride angeboten wird: größere Städte: Ingolstadt, Eichstätt, Pfaffenhofen…
  - *Möglichkeit: Individuelle Einstiegspunkte pro Route; individuelle An- und Abreise (Muss der „Service“ der Anreise überhaupt mitgedacht werden?)*
  - Zu klären mit der Agentur Locandy ist, ob ein fixer Start- und Endpunkt notwendig ist

Zentrale Ergebnisse der Informationsveranstaltung & Kreativworkshops

Top 4: Vorstellung der Workshop-Ergebnisse

- Nach einer kurzen Pause kehren die Workshopgruppen wieder in den Vorlesungssaal zurück.
- Hier stellen Peter Kowalsky und Marvin Assenmacher abschließend die in den Workshopgruppen jeweils erarbeiteten Inhalte vor.

Top 5: Ausblick & weiteres Vorgehen

- Zum Abschluss bedankt sich Peter Kowalsky noch einmal bei den Teilnehmenden und ruft dazu auf, auch im Nachgang der Veranstaltung über die Beteiligungsplattform „Mensch in Bewegung“ (https://zukunftmachen.mensch-in-bewegung.info/) aktiv an der Erarbeitung der smarten Erlebnistouren mitzuarbeiten. Auch können alle Interessierten hier die Ergebnisse der Kreativworkshops abrufen. Weitere Informationen finden Sie unter https://zukunftmachen.mensch-in-bewegung.info/how-to-erlebnistouren-region10/. Hier können Sie ebenfalls einen Nutzeraccount erstellen.
- Birgit Böhm schließt die Veranstaltung, bedankt sich ebenfalls bei allen Beteiligten und verabschiedet sich von den Teilnehmenden.