

# Teilnahmewettbewerb des Rhein – Sieg – Kreises für die Entwicklung eines Corporate Design für die Naturerlebnisregion Sieg mit dem zentralen Element „Natursteig Sieg“ (neue Qualitäts-Wanderwege im Siegtal)

## I. Auftragsgegenstand

Der Rhein-Sieg-Kreis sucht eine professionelle und leistungsstarke Agentur für die Entwicklung eines Corporate Designs für die Naturerlebnisregion Sieg mit den zentralen Elementen „Natursteig Sieg“ und „Erlebniswege“. Hierzu zählen u. a. die Entwicklung einer Dachmarke für die Naturerlebnisregion Sieg einschließlich der entsprechend abgestimmten Logo-Familie inkl. Vorgaben zu Farben, Formaten, Schriften und Gestaltungselemente. Weiterhin sind gefordert 2 Muster-CD-Linien (Basis-Layout Printmedien, Messepräsentationen, Basis-Layout Infotafeln, Homepage etc.) sowie die Namensgebung Erlebniswege und ein CD-Manual. Eine längerfristige Zusammenarbeit zur Gestaltung verschiedener Werbemittel auf Basis des neuen CDs wird danach angestrebt.

Ansprechpartner für Rückfragen zum Teilnahmewettbewerb:

Landrat des Rhein – Sieg – Kreises  
Allgemeine Dienste und Zentrale Vergabestelle (Raum A 2.23)  
Frau Grimiaux, Herr Wolter-Michaelis (Tel.: 02241/13-2937 bzw. -3543)  
Kaiser-Wilhelm-Platz 1, 53721 Siegburg  
Telefax: 02241/13-3165 oder [zvs@rhein-sieg-kreis.de](mailto:zvs@rhein-sieg-kreis.de)

### 1. Zielsetzung

Das Corporate Design soll dazu beitragen, das neue themenbezogene Wanderwegenetz als hochwertiges Angebotsspektrum im Bereich des Wanderns (Qualitätswege), der Freizeit und des Tourismus einem breiten Publikum zu präsentieren. Das Projekt soll für Qualität und Service-Orientierung stehen. Die Wahrnehmung in der Öffentlichkeit soll durch den einheitlichen und ineinander greifenden grafischen Auftritt gestärkt werden.

Ziel des Projektes und des CDs ist es, Interesse, Begeisterung und Lust auf die Natur- und Kulturlandschaft des Siegtales zu wecken.

Der Fernwanderweg **Natursteig Sieg** sowie die 15 bis 20 Erlebniswege sollen dabei jeweils als eigene, hochwertige Marken positioniert werden. Zugleich sollen diese Marken miteinander sowie mit der Dachmarke **Siegtal bzw. Naturerlebnisregion Sieg** verknüpft werden. Entstehen soll so eine gemeinsame Markenfamilie, die auch an den Logos als Familie erkennbar ist. Für die Touristische Arbeitsgemeinschaft Siegtal existieren ein Logo und ein CD. Das CD des Wanderprojekts soll in Anlehnung gestaltet werden. In der Kommunikation mit der Zielgruppe soll die Naturerlebnisregion Sieg mit den Marken Natursteig Sieg und Erlebniswege im Vordergrund stehen.

### 2. Zielgruppen

Die Produkte „Natursteig Sieg“ und „Erlebniswege“ in der Naturerlebnisregion Sieg sprechen unterschiedliche Zielgruppen an. Der Schwerpunkt liegt jedoch bei Erwachsenen Paaren (30-59jährig) sowie bei den Aktiven und Bodenständigen Best Agern, den Tageswanderern und den Gästen überwiegend aus einem regionalen Einzugsbereich.

Nach Marktforschungsergebnissen können rund 56 % der Deutschen zu den aktiven Wanderern gezählt werden, vertreten sind hier alle Altersgruppen. Während eine aktuelle Studie ein verstärktes Interesse am Wandern in der Altersgruppe der 26-65jährigen ermittelt, streicht eine weitere Studie die 45-74jährige als die Gruppe heraus, die besonders viele Wanderungen pro Jahr unternehmen. Die Wanderintensität steigt dabei mit dem Alter ständig an und fällt erst bei den über 74jährigen wieder deutlich ab.

Zu der Zielgruppe des Wanderprojekts zählen Tageswanderer ebenso wie Urlaubswanderer, hier vor allem die Kurzurlauber. Regional liegt der Schwerpunkt auf den großen Quellmärkten der Rheinschiene, dem Rhein-Ruhr und Rhein-Main-Gebiet sowie den BeNeLux-Ländern.

Schwerpunktmäßig bei den „Erlebniswegen“ zählen auch Familien zur Zielgruppe.

## II. Ausgangslage

Die „Naturerlebnisregion Sieg“ ist ein geplantes Wanderwegenetz in der Mittelgebirgslandschaft zwischen Westerwald und Bergischem Land in NRW. Das Projekt beinhaltet die konzeptionelle Neuverknüpfung, den infrastrukturellen Ausbau und die inhaltliche Aufwertung von überwiegend bereits vorhandenen, aber wenig bekannten Wanderwegen mit dem zentralen Fernwanderweg „Natursteig Sieg“ sowie deren dauerhafte Pflege und Vermarktung. Das attraktive Wegenetz schafft neue Angebote für Tages- und Fernwanderer.

Trotz bestehender Stärken ist die Bedeutung des Tourismus für die Region derzeit noch begrenzt. Das Siegtal verfügt aber durch seine landschaftliche Attraktivität und seine Nähe zu großen Quellmärkten (z.B. Rhein-Ruhr, Rhein-Main, Rheinschiene, BeNeLux-Länder) über erhebliche Chancen für eine positive Tourismusentwicklung. Das Projekt „Naturerlebnisregion Sieg“ soll die Bekanntheit der Region erheblich verbessern und eine signifikante Steigerung der Gästezahlen und des Umsatzes bewirken.

Wandern liegt im Trend. Besonders qualitativ bestens ausgebaute Fernwege und attraktive Tagestouren sind wirtschaftlich erfolgreich, sofern sie gut gepflegt und vermarktet werden. Das Siegtal ist bislang eine weitgehend „unbekannte Schönheit“ und eine attraktive Wanderregion, allerdings ohne ausgeprägtes „Wander-Image“, obwohl die hierfür erforderliche Wanderinfrastruktur mit gekennzeichneten Wanderwegen, Wanderparkplätzen und einer sehr guten ÖPNV-Anbindung vorhanden ist. Die offene, äußerst abwechslungsreiche Mittelgebirgslandschaft hebt sich hervor durch große Laub- und Mischwaldflächen im Wechsel mit Wiesen und Weiden, durchsetzt von vielen kleinen, bäuerlich geprägten Siedlungen und Weilern. Die Sieg mit ihrer unter Naturschutz stehenden Auenlandschaft, die Vielzahl von Seitentälern und Siefen sowie einem reichhaltigen Angebot an profaner und sakraler Kultur verleihen der Landschaft einen zusätzlichen Reiz. Spektakuläre Ausblicke und Panoramen findet man an vielen Stellen. Das Siegtal kann zudem auf eine facettenreiche Kulturgeschichte zurückblicken.

Mehr Informationen über das Siegtal im Internet unter [www.siegtal.com](http://www.siegtal.com).

### Wegenamen und Markenarchitektur

Es entstehen ein ca. 140 km langer Fernwanderweg entlang der Sieg und eine Gruppe von ca. 15 bis 20 Erlebnisrundwegen (Tages- und Halbtagestouren). Sie sollen auch gemeinsam unter einer Dachmarke vermarktet werden.

Festgelegt wurden bisher folgende Namen:

Fernwanderweg: **Natursteig Sieg**

Rundwege für Tages- und Halbtagestouren: **Name muss noch gefunden werden**

Dachmarke: **Naturerlebnisregion Sieg**

Festgelegt sind nur die Schreibweise, das Logo und die Wort-Bildmarke für den Natursteig Sieg.

Der **Natursteig Sieg** wird ein 140 km langer **Fernwanderweg** entlang des Siegtals (von Siegburg bis Windeck), auf anspruchsvollen Pfaden, eingebettet in eine abwechslungsreiche, weite Natur, mit grandiosen Ausblicken, Wäldern und Weiden verbunden mit außergewöhnlichen Kleinoden, Burgen, Klöstern und spannender Kulturgeschichte.

Die **Erlebniswege** sind ca. 15 bis 20 unterschiedliche Rundwege für Tages- und Halbtageswanderungen von je 5-20 km Länge. Sie greifen z.B. spannende historische oder naturkundliche Zusammenhänge der Kulturlandschaft auf und machen diese, auch durch moderne Vermittlungstechniken, unmittelbar erlebbar.

Zudem sind der Fernweg **Natursteig Sieg** und die **Erlebniswege** durch zum Teil parallele Streckenführung miteinander verknüpft. Weitere **Zuwege** führen zudem von den Orten auf den Natursteig und die Erlebniswege.

Insgesamt entsteht so ein Fernwanderwegenetz mit Anschlüssen ins Sauerland (Rothaarsteig), in den Westerwald und das Rheintal (Westerwaldsteig, Rheinsteig) sowie in das Bergische Land (Bergischen Weg, Panoramasteig).

### III. Auftraggeber

Der Wettbewerb zur Entwicklung eines Corporate Designs wird durchgeführt von:

#### **Rhein-Sieg-Kreis**

Kaiser-Wilhelm-Platz 1  
53721 Siegburg

Entwickelt worden ist das Wanderprojekt „Naturerlebnisregion Sieg“ von der Touristischen Arbeitsgemeinschaft Sieg gemeinsam mit dem Rhein-Sieg-Kreis.

2008 überzeugte das Projekt die Jury beim Landeswettbewerb Erlebnis.NRW und sicherte so der Tourismusentwicklung eine Förderung durch das Land NRW und die Europäische Union.

Zur Umsetzung des Projekts wurde dem Rhein-Sieg-Kreis durch die beteiligten Kommunen die Federführung in der Projektabwicklung übertragen.

Das Projekt-Team setzt sich zusammen aus den Gemeinden Windeck und Eitorf, den Städten Hennef und Siegburg sowie dem Regionalforstamt Rhein-Erft-Sieg und der Biologischen Station des Rhein-Sieg-Kreises.

## IV. Verfahren

### 1. Teilnahmewettbewerb

In der Phase 1 können sich Agenturen um die Teilnahme am Wettbewerb bewerben.

Der **Teilnahmeantrag** hat **folgende Unterlagen und Angaben** zu enthalten:

- Darstellung des Unternehmens (Firmenprofil),
- Darstellung der vorhandenen personellen und technischen Ressourcen,
- Referenzliste mit 3 – 5 vergleichbaren Projekten aus dem Bereich Freizeit und Tourismus sowie mit öffentlichen Auftraggebern mit Angabe des Auftraggebers, Ansprechpartner, Kontaktdaten sowie Arbeitsprobe o. ä.

Unvollständige Teilnahmeanträge bleiben unberücksichtigt. Gestaltungsarbeiten sind nicht erforderlich.

Der **Teilnahmeantrag** ist in schriftlicher Form **bis spätestens 16.08.2010, 12:00 Uhr** an den

Landrat des Rhein – Sieg – Kreises  
Allgemeine Dienste und Zentrale Vergabestelle (Raum A 2.23)  
Kaiser-Wilhelm-Platz 1, 53721 Siegburg

zu senden oder dort abzugeben. Die Abgabe eines Teilnahmeantrags in elektronischer Form ist nicht zulässig.

Anhand der vorgelegten Unterlagen und der nachfolgend aufgeführten Matrix werden durch das Projektteam mindestens 4 und höchstens 6 Agenturen ausgewählt, die am besten geeignet erscheinen, die gestellte Aufgabe zu lösen:

➤ <b>Leistungsfähigkeit der Agentur</b>		<b>75</b>
1. Kann die Agentur ein Projekt dieser Größe in der vorgesehenen Zeit bewältigen?	40	
2. Welchen Stellenwert hat die Corporate Design Entwicklung im Dienstleistungsangebot der Agentur?	35	
➤ <b>Referenzen und Erfahrung</b>		<b>75</b>
1. Gibt es Referenzbeispiele von ähnlichen Projekten? (Outdoor, verschiedene eigenständige Produkte unter einer Dachmarke)	25	
2. Hat die Agentur Erfahrungen mit touristischen Projekten?	25	
3. Hat die Agentur Erfahrungen mit öffentlichen Auftraggebern?	25	
➤ <b>Kreativität</b>		<b>250</b>
1. Kreativität der von der Agentur bisher entwickelten Projekte, besonders im Bereich CD.	250	

➤ <b>Breite der Kompetenz</b>		<b>100</b>
1. Kompetenz der Agentur in allen Design-Disziplinen (Print, Internet, Messen, Online-Marketing, Merchandising etc.).	40	
2. Ist die Agentur auch in der Lage, die später auf Basis des CDs zu gestaltenden Design-Linie umzusetzen?	20	
3. Lassen sich die Produkt-Ideen kosteneffizient realisieren?	20	
4. Hat die Agentur Ideen, die sich bei der zukünftigen Weiterführung des Projektes kostengünstig nachhaltig umsetzen lassen (Standardformate, Übertragbarkeit,	20	
		<b>500</b>

## 2. Angebotsphase

Die 4 – 6 Agenturen mit den höchsten Punktzahlen werden in der 34. Kalenderwoche 2010 zur Angebotsabgabe aufgefordert und in einem Briefing am **Mittwoch, den 01.09.2010** (im Kreishaus Siegburg) über das Projekt und die genaue Aufgabenstellung informiert. Anschließend wird die Möglichkeit zum Re-Briefing gegeben.

Alle weiteren Einzelheiten werden den ausgewählten Agenturen mit Angebotsaufforderung bekannt gegeben.

Ein Anspruch auf Teilnahme an der Angebotsphase besteht nicht.