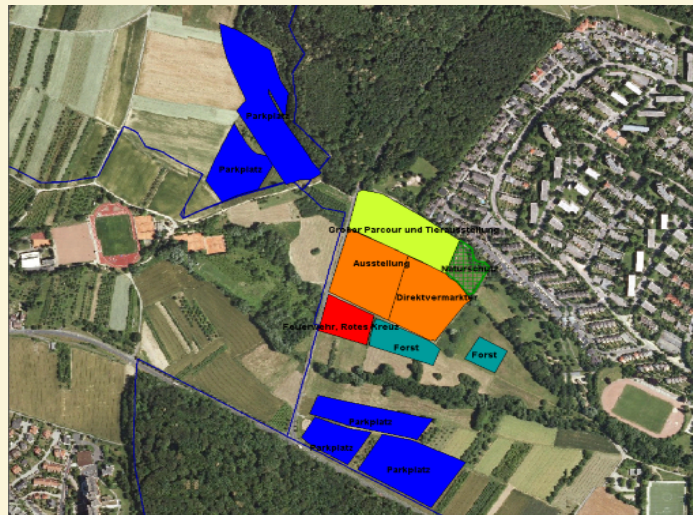
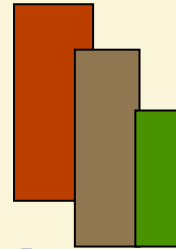


# Konzept

## Der Taunus für Stadt und Land



25. bis 27. September 2009  
in Schwalbach am Taunus – auf den  
Feldern an der Gesamtsportanlage



## **Inhalt**

- 1. Die Veranstaltungsidee / Der Hintergrund**
- 2. Das Projektziel**
- 3. Die Zielrealisation**
  - Standort**
  - Öffnungszeiten**
  - Kommunikation**
  - Werbung/Marketing**
  - Public Relations**



## 1. Die Veranstaltungsidee / Der Hintergrund

Das Rhein-Main Gebiet ist der Lebensraum von rund drei Millionen Menschen und eine der umsatzstärksten Regionen Deutschlands. Die Faktoren des wirtschaftlichen Erfolges, Banken, Flughafen oder Messe bestimmen das Bild der Region.

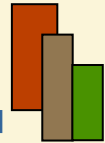
Die abwechslungsreiche Natur tritt meist dahinter zurück. Dabei hat die Region noch viele offene Landschaften bis in den Kern der Städte hinein – sie bedeuten regionale Identität in einer oft auswechselbaren Globalkultur. Die große Landwirtschafts-, Forst- und Pferdeschau „Der Taunus für Stadt und Land“ hat das Ziel, Landwirtschaft und Landleben der städtischen Bevölkerung (wieder) nahe zu bringen. An den drei Markttagen von Freitag bis Sonntag fördert die ländliche Atmosphäre den Dialog zwischen Großstadt und ländlichem Raum.

Nahrung und deren Erzeugung sensibilisieren für die Belange der Landwirtschaft. Praktische Demonstrationen vermitteln ein Gefühl für tierische und pflanzliche Erzeugung und den damit verbundenen Kosten. Aktuelle Themen der Landwirtschaft, auch und gerade im städtischen Raum, werden transportiert.

Den Besucher überzeugen Ausstellungs- und Informationselemente vom hohen Leistungsstand der heimischen Landwirtschaft.

Die Transparenz der Produktionsprozesse dokumentiert deren Qualität und stärkt damit das Vertrauen der Verbraucher nachhaltig. Nicht nur die Information über Qualitätsprodukte, auch deren Vermarktung ist einer der Mittelpunkte der Veranstaltung. Dabei spielt – gerade für den Bereich Main-Taunus – auch der Weinbau eine große Rolle.

Begleitende Rahmenprogramme unterstützen die einzelnen Aktionen. Besonders die Pferdeschauen mit zahlreichen Vorführungen begleiten die Veranstaltungstage.



## 2. Das Projektziel

**Eine Region stellt sich vor ...** ist die Überschrift aller Aktivitäten.

Sie unterteilen sich in:

**Interessant und Informativ**

**Landwirtschaft und Weinbau**

**Wald, Natur und Wasserwirtschaft**

**Mensch und Tier**

**Gesund und Lecker**

Die einzelnen Projektziele:

Immer stärker wird das Spannungsfeld zwischen dem Verbraucher und der modernen Landwirtschaft als Grunderzeuger von Nahrungsmitteln. Es gilt, dem Verbraucher die Abläufe moderner Landwirtschaft zu erklären. Nur mit neuesten Techniken und Methoden wird künftig die Produktion sicherer und qualitativ hochwertiger Nahrungsmittel möglich sein – natürlich zu einem für alle Seiten akzeptablen Preis. Verschiedene Qualitätsmarken sensibilisieren für die Verarbeitung und die Herkunft der Waren.

Felder, Weiden und Wirtschaftswege gehören zum Arbeitsraum der Landwirtschaft. Gleichzeitig sind sie für die städtische Bevölkerung attraktiver Freizeitraum. Gerade für den Ballungsraum Rhein-Main bietet eine Veranstaltungsplattform „für Stadt und Land“ ideale Voraussetzungen, um für gegenseitiges Füreinander und Miteinander zu werben. Auch die Leistungen der Land-, Forst- und Wasserwirtschaft sowie der Weinbaubetriebe zur Pflege der Kulturlandschaft werden ins Bewusstsein gerückt..

Vorführungen und Ausstellungen ergänzen die umfangreichen Informationen. Heimische Tiere wie Rinder, Schafe, Pferde, Schweine, Gänse oder Ziegen, aber auch die kleinen Vertreter ihrer Rassen wie Kaninchen, Tauben oder Geflügel stehen für „Landwirtschaft zum Anfassen.“ Die Pferdeschauen und Vorführungen wie Dressur oder Fahren mit Kutschen bilden einen Schwerpunkt der Tier-Schauen. Auch der Schutz der Tiere ist Thema der Veranstaltung.



Moderne und traditionelle landwirtschaftliche Geräte, Vorführungen zur Veredelung landwirtschaftlicher Produkte und die Darstellung historischer Handwerkskunst sorgen für zusätzliche Attraktivität.

Zielgruppen der Veranstaltung sind bewusste und interessierte Verbraucher ebenso, wie Kinder und Heranwachsende.

Der Einladung, am Eröffnungsfreitag das spezielle Schulangebot wahrzunehmen, folgten bei den voran gegangenen Terminen in den Jahren 2006 und 2003 jeweils über 3.000 Schüler und Kindergartenkinder (nur für den Bereich Hochtaunuskreis).

Für die kleinen Gäste runden besondere Programme wie Malwettbewerbe oder Gewinnspiele und ein Quiz. „Schnupperkurse“ Kürbisschnitzen oder Führungen zu den Tieraussstellungen die Angebote ab. Durch die Erstellung altersspezifischer Programme sollen in diesem Jahr noch mehr Informationen für Kinder und Heranwachsende zur Verfügung stehen.

Für fachlich interessierte Besucher stehen Berater für Obst- und Gartenbau bereit: Die Vertreter der Obst- und Gartenbauvereine ebenso wie leistungsfähige Gartenbaubetriebe der Region.

Forst und Jagd, Umwelt und Naturschutz, Weinbau sowie Freizeit und Erholung auf den Höfen der Region sind weitere Themenfelder bei „Der Taunus für Stadt und Land“.



### 3. Die Zielrealisation

Für die Realisation der Veranstaltung werden zahlreiche Organisationen und Behörden sowie Verbände und Vereinigungen eingebunden, die im Zusammenhang mit der heimischen Region stehen.

Landwirtschaftliche Erzeuger (Direktvermarkter, Hofladenbesitzer) verkaufen ihre Produkte. Dabei wird Wert darauf gelegt, dass die einzelnen Anbieter keine finanzielle Unterstützung erhalten. Der Verkauf landwirtschaftlicher Produkte sorgt dafür, dass nicht nur eine reine Information über moderne Landwirtschaft und den Wert von Nahrungsmitteln stattfindet, sondern gleichzeitig auch gekostet und gekauft werden kann. Der buchstäbliche Genuss der Nahrungsmittel aus heimischer Landwirtschaft schafft ein positives Bewusstsein.

Bühnenveranstaltungen, Vorführungen und Vorstellungen demonstrieren Schafsschur, Butterherstellung, Kochvergnügen, Keltern, das Beschlagen von Pferden, Rapsöl pressen und vieles mehr. Einen besonderen Schwerpunkt bildet das Thema Qualität und Wert von Nahrungsmitteln.

Podiumsveranstaltungen mit Themen aus der Landwirtschaft, dem Weinbau und der Pferdezucht sowie der Auftritt von (ehrenamtlichen) Volkstanzgruppen oder Musikvereinen ergänzen den Programmablauf.



## Programm

### **Interessant und Informativ**

Vorführungen von traditionellem Handwerk oder Podiumsdiskussionen zu aktuellen Themen finden ebenso das Interesse der Besucher wie die Aus- und Rundfahrten der historischen und modernen Landmaschinen.

### **Landwirtschaft und Weinbau**

Volkstanzgruppen oder das Treffen der königlichen Hoheiten aus dem ländlichen Raum und dem Weinbau bilden den charmanten Rahmen für diesen Bereich der Ausstellung.

### **Wald und Natur**

Auch Jagdhörner sind absolut hörenswert und die Aktionen von Naturschutz und Forst spannend und „zum Mitmachen“.

### **Mensch und Tier**

Das abwechslungsreiche Pferdeprogramm stellt die Vielfalt der Pferderassen und des Reitsports an allen drei Tagen vor: Voltigiervorführungen, therapeutisches Reiten, Dressur oder Kutschfahrten, arabische Fantasien oder Pony-Clownereien. Auch der Hundesport mit Dog Dancing oder Hüte-Vorführungen verdeutlichen das Miteinander von Mensch und Tier.

### **Gesund und Lecker**

Schau-Kochen und -Keltern, Kürbisaktionen oder der musikalische Rahmen zu einem gemütlichen Schoppen runden das Angebot ab.

### **Kinder**

Für die kleinen Gäste lassen viele Aktionen den Tag zum Erlebnis werden: Einmal eine Strohhüpfburg erklimmen, mit dem Planwagen kutschiert werden, in Fühlkästen wühlen oder Tiere bestaunen und anfassen.



## **Standort**

Die gesamte Veranstaltung findet auf einer Freifläche in der Nähe der Gesamtsportanlage Schwalbach zwischen den Gemarkungen Kronberg und Schwalbach statt. Es stehen 6 ha Gesamtfläche für die Veranstaltung und ca. 3 ha Fläche für Parkplätze zur Verfügung. Erfahrungsgemäß präsentieren sich 80 bis 100 Aussteller.

Die Veranstaltung liegt genau an der Grenze zwischen dem Hoch- und dem Main-Taunus-Kreis.

## **Öffnungszeiten**

Die Veranstaltung ist an drei Tagen vom 25. bis 27. September 2009 jeweils in der Zeit von 9.00 Uhr bis 18.00 Uhr geöffnet. Für den Veranstaltungssamstag ist die Verlängerung der Öffnungszeit mit einem kleinen Abendprogramm bis 19.00 Uhr angedacht.

## **Kommunikation**

Die Ankündigung der Veranstaltung erfolgt über die modernen Kommunikationswege. Ziel ist, den interessierten Besucher so früh wie möglich anzusprechen.



## **Marketing**

Mit nur begrenzten Mitteln für Marketing wird auf jeden Fall versucht, bei Presse oder Funk Partner für die Veranstaltung zu gewinnen.

### **Internet**

Die Internetauftritte der beteiligten Landkreise und der Stadt Schwalbach veröffentlichen einen Hinweis auf die Veranstaltung und stellen regelmäßig Neuigkeiten ins Netz.

### **Plakate**

Vor Beginn werden an exponierten Plätzen Plakate angebracht, die auf die Veranstaltung „Der Taunus für Stadt und Land“ hinweisen. Besonders im Umfeld der Gesamtportanlage Schwalbach sollten mit Unterstützung der Städte und Gemeinden so viele Partner wie möglich dafür gewonnen werden, Plakate aufzuhängen. Zusätzlich ist zu prüfen, in wie weit an freien Plakatstellen DIN A 1 Plakate ausgehängt bzw. wo Spannbänder angebracht werden können. Auch die Teilnehmer erhalten eine Anzahl von Plakaten.

### **Anzeigen in Tageszeitungen**

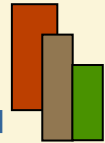
Auch mit Anzeigen im Vorfeld wird die Bevölkerung auf die Veranstaltung „Der Taunus für Stadt und Land“ und damit verbundene Aktivitäten aufmerksam. Bei der Auswahl geeigneter Zeitungen soll einerseits die Zielgruppe, andererseits das Verbreitungsgebiet der in die Auswahl gezogenen Tageszeitungen berücksichtigt werden. Hier helfen die Erfahrungen der Pressereferenten der Landkreise.

### **Funkspots**

Auch mit Funkspots wird vor Beginn die entsprechende Zielgruppe erreicht. Es bietet sich an, dreieinhalb Tage vor Eröffnung 6 Spots pro Tag über die Programme 1, 3 und eventuell 4 des Hessischen Rundfunks zu schalten.

### **Flyer**

Als weitere Information wird bereits weit im Vorfeld ein Flyer eingesetzt, der detaillierte Informationen über die Veranstaltung „Der Taunus für Stadt und Land“ enthält. 4 bis 6 Wochen vor Veranstaltungsbeginn kommt ein zweiter Flyer mit den einzelnen Aktionen zum Einsatz. Die Flyer werden an publikumswirksamen Stellen ausgelegt bzw. auf geeigneten Veranstaltungen im Vorfeld und über die Teilnehmer verteilt.



## **Public Relations**

Mit gezielten Aktivitäten wird zum einen die Zielgruppe sachgerecht über die Veranstaltung informiert, zum anderen die Möglichkeit genutzt, dem Verbraucher auf informative Art und Weise die Landwirtschaft und ihre Bedeutung für die Gesellschaft nahe zu bringen.

Aufmerksamkeit wecken auch prominente Persönlichkeiten wie die Landwirtschaftsministerin, die Landräte und Bürgermeister, der Bauernverbandspräsident und die Vorsitzenden verschiedener Verbände.

### **Pressedienst**

Ein regelmäßiger Pressedienst weist auf die geplante Veranstaltung hin. Der Pressedienst erfolgt über die Öffentlichkeitsreferate der beteiligten Landkreise.

### **Pressekonferenz**

Eine Pressekonferenz informiert über die Aktion, die Partner, die Ziele, den Zeitpunkt, den Inhalt, den Veranstaltungsort und die Zielgruppe. Die Pressekonferenz sollte in der Nähe der Gesamtsportanlage Schwalbach stattfinden, um den Vertretern der Presse die Möglichkeit zu bieten, sich ein direktes Bild vor Ort zu machen. Kostproben der Leckereien, die den Besuchern bei Stadt und Land angeboten werden, begleiten die Pressekonferenz.

### **Teilnehmer der Pressekonferenz**

Landräte der Kreise Hoch- und Main-Taunus

Bürgermeisterin der Stadt Schwalbach, Bürgermeister der Stadt Kronberg

Taunus Touristik Service

Fachbereiche der beteiligten Landkreise

Weinbauverband

Kreisbauernverband der Kreise Hochtaunus und Main-Taunus

ggf. weitere Prominenz aus Wirtschaft, Rundfunk oder TV

### **Pressemitteilung**

Nach Abschluss der Veranstaltung wird die Presse über den Erfolg der Veranstaltung und besondere Ereignisse informiert (Anzahl der Besucher, Schaukochen mit Prominenten o.ä.)