



Nachhaltiger Tourismus in Naturparks

Ein
Leitfaden
für
die Praxis





Inhaltsverzeichnis

Vorworte

- 2 Prof. Dr. Hartmut Vogtmann
- 3 Dr. Herbert Günther



Naturparke und Tourismus

- 6 Aufgaben von Naturparken
- 10 Trends im Tourismus
- 14 Nachhaltiger Tourismus
- 16 Die Europäische Charta
- 18 Umweltdachmarke Viabono



Anregungen zum Handeln


- 20 Kooperation statt Konfrontation
- 24 Management und Marketing
- 28 Unterkunft und Gastronomie
- 32 Sport und Freizeit
- 36 Natur und Landschaft
- 40 Kultur und regionale Identität
- 44 Information und Bildung
- 48 Verkehr und Umweltschutz
- 52 Wirtschaft und Soziales



Finanzierung und Literatur

- 56 Fördermöglichkeiten
- 62 Literatur
- 64 Impressum



as umfassende Ziel des Naturschutzes ist die Erhaltung der biologischen Vielfalt. Seit dem „Erdgipfel“ 1992 in Rio de Janeiro, auf dem das Übereinkommen zur Biologischen Vielfalt (CBD) unterzeichnet wurde, steht dieses Ziel gleichbedeutend neben der nachhaltigen Nutzung der Natur und des gerechten Ausgleichs der Vorteile, die sich aus Nutzung unserer natürlichen Ressourcen ergeben. Damit bilden ökologische, ökonomische und soziale Aspekte das Grundgerüst eines zukunftsfähigen Konzeptes, das sowohl die Erhaltung als auch die Nutzung unserer Natur erlaubt.


In weiten Teilen Europas ist die ursprüngliche Natur durch die jahrhundertlange, und vor allem in den letzten Jahrzehnten stark intensivierte Nutzung unserer Landschaft auf zumeist kleine Restareale zurückgedrängt worden. Wo wir heute noch naturnahe Landschaften vorfinden, versuchen wir, diese mit den verschiedenen Instrumenten zu erhalten. Während besonders naturnahe großflächige Gebiete eher durch Nationalparke geschützt werden, in denen auf einem Großteil der Fläche der Schutz der ursprünglichen Natur Vorrang hat, eignen sich Naturparke in besonderer Art und Weise, um Natur und Landschaft für viele Menschen erlebbar zu machen. Durch einen bewussten Einsatz dieser unterschiedlichen Schutzinstrumente ist sowohl die Erhaltung der biologischen Vielfalt als auch deren Nutzung und Erlebbarkeit gewährleistet.

Der Tourismus zählt zu den am stärksten wachsenden Wirtschaftszweigen und ist somit Chance und Risiko zugleich. Dies führt – insbesondere angesichts des immer noch steigenden Flächenverbrauchs in Deutschland – zu einem ständig wachsenden Nutzungsdruck auf naturnahe und erlebnisreiche Gebiete. Naturschutz und Tourismus sind hier aufeinander angewiesen: Der Naturschutz benötigt die Akzeptanz und das Verständnis der Menschen, der Tourismus wiederum braucht eine intakte Natur als wichtigstes Kapital. Hier schafft der Naturschutz Arbeitsplätze und neue Einkommensquellen, womit eine regionale Wertschöpfung einhergeht.

Die „Europäische Charta für nachhaltigen Tourismus in Schutzgebieten“ entspricht den im Rahmen der Übereinkunft zur biologischen Vielfalt erarbeiteten Richtlinien für eine nachhaltige Tourismusentwicklung. Mit einem Modellprojekt in drei ausgewählten deutschen Naturparks hat das Bundesamt für Naturschutz zusammen mit dem Verband Deutscher Naturparke die Anwendung des bislang theoretischen Konzeptes erfolgreich erprobt. Der vorliegende Leitfaden fasst die Ergebnisse dieses Modellprojektes zusammen und gibt Hinweise für eine praktische Umsetzung der Empfehlungen und Ziele der Charta. Damit zeigt der Leitfaden auch Wege auf, wie Naturschutz und Tourismus zukünftig noch stärker voneinander profitieren können. Ein vergleichbares Projekt des BfN unter Einbeziehung von Nationalparks und Biosphärenreservaten ist bereits in der Vorbereitung.

Ich hoffe, dass dieser Leitfaden dazu beiträgt, den nachhaltigen Tourismus in den deutschen und europäischen Großschutzgebieten zu stärken sowie die Akzeptanz für den Naturschutz und für Schutzgebiete als eine Voraussetzung für die Bewahrung der biologischen Vielfalt und für unsere Erholung zu fördern. Ich wünsche allen viel Spaß und Freude in unserer Natur.

Prof. Dr. Hartmut Vogtmann
Präsident des Bundesamtes für Naturschutz (BfN)

ie mehr als 90 deutschen Naturparke auf ca. 24% der Bundesfläche umfassen Landschaften von besonderer Vielfalt, Eigenart und Schönheit. Nach dem Bundesnaturschutzgesetz eignen sich Naturparke wegen ihrer landschaftlichen Voraussetzungen besonders für die Erholung. Gleichzeitig dienen Naturparke der Erhaltung einer durch vielfältige Nutzung geprägten Landschaft und ihrer Arten- und Biotopvielfalt.

Eine Hauptaufgabe der Naturparke ist es daher, den Schutz von Natur und Landschaft mit attraktiven Erlebnismöglichkeiten und der touristischen Entwicklung in Einklang zu bringen.

Dieser Leitfaden zeigt in unterschiedlichen Handlungsfeldern, welche Schritte hin zu einem nachhaltigen Tourismus in Naturparks möglich und notwendig sind. Dabei greift der Leitfaden auf hervorragende Beispiele aus Naturparks zurück, um einzelne Schritte anschaulich zu präsentieren.

Der Leitfaden ist im Rahmen des vom Bundesamt für Naturschutz geförderten Projektes zur Erprobung der Europäischen Charta für nachhaltigen Tourismus in Schutzgebieten entstanden. Die Ergebnisse der Projektarbeit in den Naturparks Frankenwald, Steinhuder Meer und Insel Usedom belegen eindrucksvoll, dass von der Europäischen Charta wichtige Impulse ausgehen.

Ziel des Verbandes Deutscher Naturparke ist es, viele Naturparke für die Europäische Charta zu interessieren. Die Europäische Charta ist ein hervorragendes Instrument, um in den Naturparks einen von vielen Interessengruppen getragenen Prozess der stetigen Weiterentwicklung zu fördern. Die Europäische Charta bietet die Möglichkeit, Fachwissen und Erfahrungen mit anderen europäischen Parks auszutauschen. Nicht zuletzt können die Naturparke mit der Charta-Auszeichnung in ihrer Region und überregional werben und ihr Engagement für einen nachhaltigen Tourismus demonstrieren.

Ich freue mich, dass die Naturparke bei der Erprobung der Europäischen Charta eine Vorreiterrolle einnehmen konnten. Ich bin davon überzeugt, dass die Träger der Naturparke sowie auch die verschiedenen Interessengruppen und Akteure in den Naturparks durch diesen Leitfaden wertvolle Anregungen für ihre Arbeit erhalten.

Dr. Herbert Günther
Präsident des Verbandes Deutscher Naturparke (VDN)





Unsere Nachfahren werden nicht fragen,
welche Zukunftsvisionen wir für sie bereithielten,
sie werden wissen wollen,
nach welchen Maßstäben wir unsere eigene Welt
eingrichtet haben,
die wir ihnen hinterlassen haben.

Richard von Weizsäcker



Naturparke und Tourismus



- Aufgaben von Naturparken 6-9
- Trends im Tourismus 10-13
- Nachhaltiger Tourismus 14-15
- Die Europäische Charta 16-17
- Umweltdachmarke Viabono 18

Aufgaben von Naturparken



Gesetzlich festgeschrieben

Naturparke sind eine Schutzgebietskategorie nach dem Bundesnaturschutzgesetz. Es sind großräumige Gebiete, die überwiegend aus Landschafts- und Naturschutzgebieten bestehen und sich aufgrund ihrer landschaftlichen Voraussetzungen besonders für die Erholung eignen. Im Gegensatz zu Nationalparken, in denen die ungestörte Entwicklung der Natur Priorität genießt, sollen Naturparke Schutz und Nutzung von Natur und Landschaft miteinander verbinden.



Verband Deutscher Naturparke (VDN):
Die deutschen Naturparke –
Aufgaben und Ziele, 2. Fortschreibung 2001
Bezug: vdn@naturparke.de

Von den Anfängen bis zur Gegenwart

Die Anfänge der Naturparkbewegung reichen bis in das Jahr 1909 zurück, als der Verein „Naturschutzpark“ als erste deutsche Naturschutzorganisation mit dem Ziel eines großflächigen Schutzes von Natur und Landschaft gegründet wurde. Das Selbstverständnis der Naturparke und deren gesellschaftliche Rolle hat seit dieser Zeit eine Wandlung erfahren.

Angeregt durch die Weltkonferenz für Umwelt und Entwicklung in Rio de Janeiro 1992 wurde die Idee der Nachhaltigkeit zu einer wichtigen Leitlinie der deutschen Naturparke. Ihr Ziel ist demnach die Ausbalancierung ökonomischer, ökologischer

und sozialer Aspekte der Entwicklung, um so auch künftigen Generationen gleiche Lebenschancen zu garantieren. Dieses Ziel findet seinen Niederschlag in dem gemeinsam beschlossenen Leitbild der Naturparke.

§ 27 Bundesnaturschutzgesetz

- (1) Naturparke sind einheitlich zu entwickelnde und zu pflegende Gebiete, die
 - großräumig sind,
 - überwiegend Landschaftsschutzgebiete oder Naturschutzgebiete sind,
 - sich wegen ihrer landschaftlichen Voraussetzungen für die Erholung besonders eignen und in denen ein nachhaltiger Tourismus angestrebt wird,
 - nach den Erfordernissen der Raumordnung für die Erholung vorgesehen sind,
 - der Erhaltung, Entwicklung oder Wiederherstellung einer durch vielfältige Nutzung geprägten Landschaft und ihrer Arten- und Biotopvielfalt dienen und in denen zu diesem Zweck eine dauerhaft umweltgerechte Landnutzung angestrebt wird,
 - besonders dazu geeignet sind, eine nachhaltige Regionalentwicklung zu fördern.
- (2) Naturparke sollen entsprechend ihren in Absatz 1 beschriebenen Zwecken unter Beachtung der Ziele und Grundsätze des Naturschutzes und der Landschaftspflege geplant, gegliedert, erschlossen und weiterentwickelt werden.

Naturparke als Motor einer nachhaltigen Regionalentwicklung

Naturparke dienen zugleich dem Schutz der Natur und den Menschen. Sie sollen zur Sicherung der Lebensqualität und der wirtschaftlichen Basis der Bevölkerung beitragen und den ländlichen Raum stärken. Zu diesem Zweck streben sie eine natur- und landschaftsverträgliche Landwirtschaft, die Vermarktung regionaler Produkte und einen nachhaltigen Tourismus an. Ein

möglichst hoher Teil der Wertschöpfung soll in der Region verbleiben. Ein zentrales Mittel hierzu ist die Inwertsetzung der Kulturlandschaft durch die Entwicklung und Vermarktung spezifischer Produkte (z.B. regionale landwirtschaftliche Produkte oder touristische Naturerlebnisangebote). Sie bildet die ökonomische Voraussetzung dafür, dass die Naturparke ihre Aufgaben langfristig erfüllen können.

Die Naturparke besitzen gute Voraussetzungen, um das Thema Regionalentwicklung erfolgreich aufgreifen zu können. Sie orientieren sich an geographischen statt an Verwaltungsgrenzen und beziehen häufig Landkreise, Städte und Gemeinden sowie weitere regionale Interessengruppen in ihre Arbeit ein. Aufgrund ihrer unzureichenden personellen und finanziellen Ausstattung können sie nur eine begrenzte Zahl von Aufgaben in der Region selbst wahrnehmen. Aber wie gerade auch das Charta-Projekt des VDN gezeigt hat, ist es möglich, dass sie die Rolle des Initiators und Moderators regionaler Entwicklungsprozesse übernehmen.

Aufgaben der Naturparke

- Schutz, Pflege und Entwicklung von Natur und Landschaft
- Erhalt der charakteristischen Kulturlandschaft durch Förderung naturnaher Methoden in der Land-, Forst- und Wasserwirtschaft
- Förderung einer nachhaltigen Nutzung und Vermarktung regionaler Produkte und Stärkung der regionalen Identität
- Bewahrung und Förderung des kulturellen Erbes, Erhalt von Bau- und Bodendenkmalen sowie Weiterentwicklung der Siedlungs- und Baukultur
- Sicherung der landschaftsbezogenen Erholung und eines umwelt- und sozialverträglichen Tourismus
- Schonung der natürlichen Ressourcen
- Mitwirkung an anderen, das Naturparkgebiet betreffenden Planungen
- Zusammenarbeit mit Kommunen, Behörden und Organisationen
- Förderung eines breiten Umweltbewusstseins durch Umweltbildung, Informations- und Öffentlichkeitsarbeit
- Schaffung und Unterhaltung von Einrichtungen zur Erholungsnutzung und Besucherlenkung

Quelle: VDN: Die deutschen Naturparke – Aufgaben und Ziele, 2. Fortschreibung 2001



Leitbild der Naturparke

Naturparke sind geschaffen worden, um großräumige Kulturlandschaften, die aus Naturschutzgründen sowie wegen ihrer besonderen Eigenart und Schönheit von herausragender Bedeutung sind, zu erhalten, zu pflegen, zu entwickeln oder wiederherzustellen.

Naturparke sollen sich zu „großräumigen Vorbildlandschaften“ entwickeln und Regionen einer nachhaltigen Entwicklung des ländlichen Raumes werden. Hierbei müssen in den Naturparken der Naturschutz und die Erholungsvorsorge mit einer umwelt- und naturverträglichen Landnutzung und Wirtschaftsentwicklung sowie einer schonenden und nachhaltigen Bewirtschaftung der natürlichen Ressourcen verbunden werden.

Naturparke verbessern die Möglichkeiten einer landschaftsbezogenen Erholung und fördern besonders die Entwicklung eines nachhaltigen Tourismus. Naturparke fördern eine nachhaltige Landnutzung in der Land- und Forstwirtschaft. Diese Form der Landnutzung erhält und schafft zugleich die Voraussetzungen für die Erfüllung der Aufgaben im Bereich von Erholung und Tourismus sowie Naturschutz und Landschaftspflege.

Naturparke kooperieren mit den verschiedenen gesellschaftlichen Gruppen und fördern einen Interessenaustausch zwischen ihnen. Schwerpunkte ihrer Arbeit sind insofern Umweltbildung und Öffentlichkeitsarbeit. So schaffen sie Verständnis und Akzeptanz für den Naturschutz, fördern die regionale Identität und das Verständnis für eine nachhaltige Gesamtentwicklung des ländlichen Raumes.

Quelle: VDN: Die deutschen Naturparke – Aufgaben und Ziele, 2. Fortschreibung 2001





Naturparke bestehend, mit offizieller Verordnung
 Naturparke im Aufbau

Quelle: Bundesamt für Naturschutz (BfN) 2002 nach Angaben der Länder sowie des Verbandes Deutscher Naturparke (VDN)

Naturparke in Deutschland

- | | |
|--|--|
| <ol style="list-style-type: none"> 1 Hüttener Berge 2 Westensee 3 Aukrug 4 Holsteinische Schweiz 5 Lauenburgische Seen 6 Nossentiner/Schwinzer Heide 7 Mecklenburgische Schweiz und Kummerower See 8 Insel Usedom 9 Wildeshauser Geest 10 Lüneburger Heide 11 Elbufer-Drawehn 12 Mecklenburgisches Elbetal 13 Stechlin-Ruppiner Land 14 Feldberger Seenlandschaft 15 Uckermärkische Seen 16 Südheide 17 Dümmer 18 Steinhuder Meer 19 Drömling 20 Westhavelland 21 Barnim 22 Märkische Schweiz 23 Nördl. Teutoburger Wald-Wiehengebirge 24 Weserbergland-Schaumburg-Hameln 25 Elm-Lappwald 26 Hoher Fläming 27 Nuthe-Nieplitz 28 Dahme-Heideseen 29 Schlaubetal 30 Hohe Mark 31 Eggegebirge und südlicher Teutoburger Wald 32 Solling-Vogler 33 Harz 34 Dübener Heide, Teil SN 35 Niederlausitzer Landrücken 36 Niederlausitzer Heidelandschaft 37 Schwalm-Nette 38 Bergisches Land 39 Ebbegebirge 40 Homert 41 Arnberger Wald 42 Rothaargebirge 43 Diemelsee 44 Kellerwald 45 Habichtswald 46 Münden | <ol style="list-style-type: none"> 47 Meissner-Kaufunger-Wald 48 Saale-Unstrut-Triasland 49 Hohes Venn (Nordeifel) 50 Kottenforst-Ville 51 Siebengebirge 52 Rhein-Westerwald 53 Nassau 54 Rhein-Taunus 55 Hochtaunus 56 Hoher Vogelsberg 57 Thüringer Wald 58 Frankenwald 59 Erzgebirge/Vogtland 60 Fichtelgebirge 61 Steinwald 62 Südeifel 63 Saar-Hunsrück 64 Hessischer Spessart 65 Hessische Rhön 66 Bayerische Rhön 67 Bayerischer Spessart 68 Haßberge 69 Fränkische Schweiz-Veldensteiner Forst 70 Steigerwald 71 Frankenhöhe 72 Nördlicher Oberpfälzer Wald 73 Oberpfälzer Wald 74 Oberer Bayerischer Wald 75 Bayerischer Wald 76 Pfälzerwald 77 Bergstraße/Odenwald 78 Neckartal-Odenwald 79 Stromberg-Heuchelberg 80 Schwäbisch-Fränkischer Wald 81 Altmühltal 82 Schönbuch 83 Augsburg-Westliche Wälder 84 Südschwarzwald 85 Obere Donau |
|--|--|
-
- Geplant / im Aufbau befindlich:**
- | |
|--|
| <ol style="list-style-type: none"> a Colbitz-Letzlinger Heide b Harz Teil Sachsen c Unteres Saaletal d Dübener Heide Teil Sachsen Anhalt e Kyffhäuser f Eichsfeld-Hainich-Werratal g Thüringer Schiefergebirge/Obere Saale h Erweiterung Nördlicher Oberpfälzer Wald i Schwarzwald Mitte/Nord |
|--|



Trends im Tourismus



Die Zukunft hat schon begonnen

Trends fallen nicht vom Himmel. Es sind Entwicklungen, die in der Gegenwart bereits sichtbar sind und sich mit hoher Wahrscheinlichkeit in die Zukunft hinein fortsetzen werden. Im Unterschied zu Moden handelt es sich bei ihnen um relativ stabile mittel- bis langfristige Veränderungen.

Als Teil des gesellschaftlichen Gesamtsystems ist der Tourismus mit anderen Teilsystemen vernetzt. Hierzu gehören u.a. Wirtschaft, Gesellschaft, Natur und Umwelt, Politik und Verkehr. Veränderungen in diesen Systemen wirken sich auch auf den Tourismus aus. Ihre Berücksichtigung ist daher für eine fundierte Trendanalyse unerlässlich. Im Rahmen dieses Leitfadens muss jedoch auf eine differenzierte Darstellung der entsprechenden Prognosen verzichtet werden. Sie fließen stattdessen in die einzelnen Trendbeschreibungen mit ein.

Chancen und Risiken

Komplexe Gesellschaften entwickeln sich nicht geradlinig in eine Richtung. Zu vielen Trends gibt es daher Gegentrends. So ist z.B. die Globalisierung auch auf dem Reisemarkt einer der zentralen Trends. Der Gegentrend hierzu ist der immer stärker an Bedeutung gewinnende Wunsch nach Regionalität und Authentizität. Dies weist darauf hin, dass Trends keine Selbstläufer sind. Sie fordern zum Handeln auf. Zukunft ist und bleibt gestaltbar.

Für Naturparke heißt dies, unter den hier aufgeführten Trends nach Anknüpfungspunkten für die eigenen Ziele und Leitlinien zu suchen. Chancen zur Entwicklung eines nachhaltigen Tourismus sind vorhanden. Ihnen stehen allerdings auch Risiken gegenüber. Diese lassen sich nur mindern, indem klare Angebotsschwerpunkte gesetzt und die sich wandelnden Bedürfnisse und Ansprüche der Gäste in allen Angebotelementen angemessen berücksichtigt werden. Allein mit guten Absichten lässt sich auf Dauer nicht erfolgreich wirtschaften. Was dies im einzelnen heißt, wird in den weiteren Kapiteln dieses Leitfadens dargestellt.



Wohin geht die Reise?

Die Beantwortung dieser Frage ist schwierig, hängt doch die Zukunft des Tourismus von einer Vielzahl unterschiedlicher Variablen ab. Die im Folgenden dargestellten Trends stellen lediglich einen Ausschnitt dar; ein Anspruch auf Vollständigkeit besteht nicht. Beschrieben werden vor allem Entwicklungen mit besonderer Relevanz für die Naturparke.

Mehr und kürzere Reisen

Höhere Mobilität, flexiblere Arbeitszeiten und die Beschleunigung in allen Lebensbereichen führen dazu, dass mehr und kürzer gereist wird. Von 2000 bis 2010 ist eine Zunahme der Kurzurlaubsreisen (zwei bis vier Tage) um bis zu 50% und der Urlaubsreisen (ab fünf Tage) um 25% zu erwarten. Im selben Zeitraum wird sich die Dauer von Urlaubsreisen durchschnittlich um einen Tag verringern. (F.U.R. 2000). Die Steigerung bei den Kurzreisen basiert vor allem auf der höheren Zahl an Reisenden. Bei den Urlaubsreisen dagegen erhöht sich die Zahl der Reisen pro Person.

Geringere Saisonalität

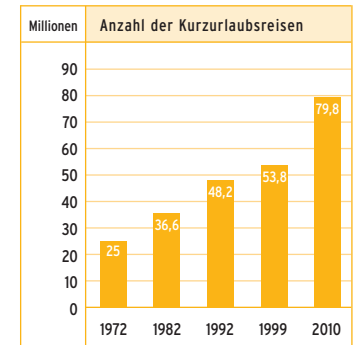
Die höhere Zahl von Kurzurlaubs- und Urlaubsreisen wird zu einer gleichmäßigeren Nachfrageverteilung über das Jahr führen. Saisonspitzen werden reduziert, die Nebensaison wird aufgewertet.

Größere Zielgruppenvielfalt

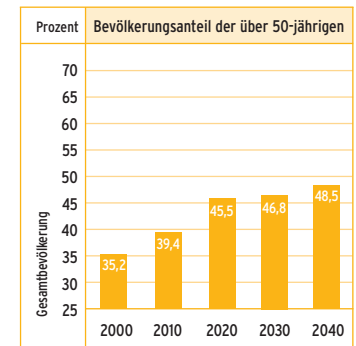
Die Individualisierungsprozesse in der Gesellschaft führen zu einer weiteren Differenzierung touristischer Bedürfnisse und Interessen. Die Vielfalt an Zielgruppen wird größer. Soziodemographische Merkmale (Alter, Bildung, Einkommen etc.) allein reichen zu deren Abgrenzung immer weniger aus. Verhaltens- und Lebensstilparameter gewinnen demgegenüber weiter an Bedeutung.

Generation 50 plus im Kommen

Die gravierenden Veränderungen der Bevölkerungsstruktur führen dazu, dass die Generation 50 plus den Reisemarkt der Zukunft entscheidend prägen wird. Die Zahl der Familienreisen wird demgegenüber leicht rückläufig sein. Die „neuen Alten“ sind reiseerfahren, verfügen über ein relativ hohes Einkommen und sind aktiver als ihre Vorgänger. Mit Angeboten von gestern sind sie nicht zu gewinnen.



Quelle: F.U.R. 2000



Quelle: Das Parlament 43 - 2001





Natur und Wellness im Aufwind

Als Gegenwelt zum geregelten Alltag im besiedelten Raum entwickeln immer mehr Menschen den Wunsch nach intensivem Naturerleben in weitgehend unberührter Landschaft. Mit 27% aller Nennungen liegt der Natururlaub auf Platz eins der Urlaubswünsche für die Zukunft (Opaschowski 2000a). Die mit weitem Abstand stärksten Steigerungsraten sind jedoch im Bereich des Gesundheits- und Wellness-tourismus zu erwarten. Von 1999 bis 2002 ist allein das Interesse an Wellnessurlaub um 125% gestiegen (Reiseanalyse 2002). Die Ursachen hierfür liegen u.a. in den steigenden Anforderungen in der Arbeitswelt, dem wachsenden Anteil älterer Menschen, den zurückgehenden öffentlichen Gesundheitsleistungen und dem steigenden Gesundheitsbewusstsein.

Intensiv leben

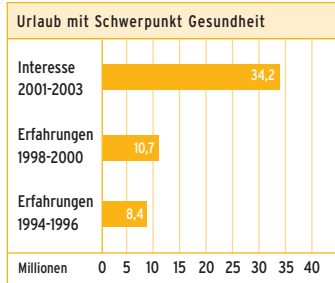
Der Wunsch nach Erlebnissen bestimmt das gesamte Freizeitleben, besitzt aber im Urlaub einen besonderen Stellenwert. Urlaubszeit ist auch zukünftig Erlebniszeit. Leben wird durch neue Erfahrungen, die Einbeziehung aller Sinne und starke Emotionen zum Erleben. Hierfür bedarf es entsprechender Anregungen. Die Inszenierung von Erlebnissen wird daher im Tourismus immer wichtiger. Dies gilt u.a. auch für Naturerlebnisse.

Höhere Ansprüche an Unterkunft und Service

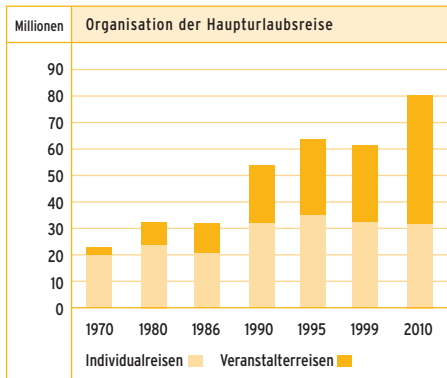
Urlaub bleibt die schönste Zeit des Jahres. Hieran wird nicht gespart. Die Nachfrage nach höherwertigen Hotels und Ferienwohnungen mit möglichst individueller Gestaltung wird weiter steigen. Weniger gefragt sein werden Pensionen, Privatzimmer und Campingurlaub. Der Gast der Zukunft erwartet in allen Gliedern der Servicekette professionelle Dienstleistungen (→Seite 25). Servicequalität wird zu einem zentralen Entscheidungskriterium.

Individuelle Angebote aus einer Hand

Bei wachsender Zeitknappheit im Alltag und einer Zunahme der Reisen pro Person wächst das Bedürfnis, Reisen möglichst unkompliziert aus einer Hand zu buchen. Der Anteil organisierter Reisen wird daher weiter steigen. Dies gilt insbesondere für die bislang überwiegend selbstorganisierten Inlandsreisen. Um dem Wunsch nach Individualität gerecht zu werden, werden Pauschalreisen vermehrt nach dem Baukastenprinzip aufgebaut.



Quelle: Reiseanalyse 1997 und 2001



Quelle: Reiseanalyse 2000

Einfache Information und Buchung

Zeitknappheit, höhere Serviceansprüche und mehr Reisen lassen keinen Raum für langwierige Auswahl- und Entscheidungsprozesse. Vor allem bei der Information über Reiseziele und -angebote wird daher das Internet weiter an Bedeutung gewinnen. Touristische Websites werden deutlich professioneller. Gewünscht werden außerdem möglichst einfache Buchungsmöglichkeiten. Zentrale Buchungshotlines und Online-Buchungen werden daher zum Standard gehören.

Globalisierung

Im Zuge der anhaltenden Globalisierung und der wachsenden internationalen Konkurrenz wird die horizontale und vertikale Konzentration in der gesamten Branche weiter zunehmen. Dies führt zu einer marktbeherrschenden Stellung einer begrenzten Zahl von Unternehmen. Zugleich treten regionale und nationale Besonderheiten immer mehr in den Hintergrund. Produkte und Erlebnisse werden immer einheitlicher und damit austauschbar.

Regionalisierung und Authentizität

Als Reaktion auf die Globalisierung wächst das Bedürfnis nach dem Erleben des Besonderen. Bereits heute wünschen sich 41% der Deutschlandurlauber einen Urlaub abseits der Massen und in ursprünglicher Umgebung (F.U.R. 2000). Angebote, die das Entdecken der Eigenarten von Natur und Kultur ermöglichen, werden zukünftig stärker gefragt sein.



F.U.R. - Forschungsgemeinschaft Urlaub und Reisen e.V. (Hrsg.):
Die Reiseanalyse - Trendstudie 2000-2010. Langfristige Entwicklungen in der touristischen Nachfrage auf der Basis von 30 Jahren Reiseanalyse, Hamburg 2000

Opaschowski, Horst. W.:
Deutschland 2010. Wie wir morgen arbeiten und leben - Voraussagen der Wissenschaft zur Zukunft unserer Gesellschaft, 2. Aufl., Hamburg 2001 (a)

Opaschowski, Horst W.:
Das gekaufte Paradies. Tourismus im 21. Jahrhundert, Hamburg 2001 (b)

Umweltbundesamt (Hrsg.):
Mega-Trends im Tourismus. Auswirkungen auf Natur und Umwelt, Berlin 2000
Bezug: Fa. Werbung und Vertrieb, Ahornstraße 1-2, 10787 Berlin, Tel. 030/211 60 63



Nachhaltiger Tourismus

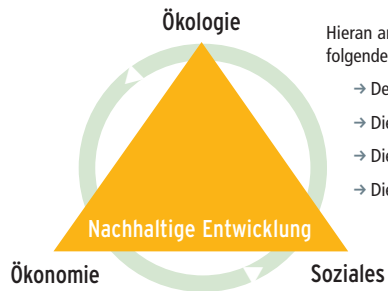


Das magische Dreieck

Der Begriff der Nachhaltigkeit stammt ursprünglich aus der Forstwirtschaft und bezeichnet eine Wirtschaftsweise, bei der dem Wald nur soviel Bäume entnommen werden, dass sein Bestand nicht gefährdet wird. Im Sinne der AGENDA 21, des 1992 beschlossenen Programms für Umwelt und Entwicklung der Vereinten Nationen, bezeichnet der Begriff eine Entwicklung, die wirtschaftlichen Ertrag mit der langfristigen Sicherung der natürlichen und sozialen Lebensgrundlagen verbindet. Nachhaltige Entwicklung soll den zukünftigen Generationen gleiche Lebenschancen wie der heutigen Generation ermöglichen.

Hieran anknüpfend stehen bei der Entwicklung eines nachhaltigen Tourismus folgende Ziele im Mittelpunkt:

- Der Schutz und die Entwicklung des natürlichen und kulturellen Erbes
- Die Gewährleistung hoher Gästezufriedenheit
- Die Verbesserung der Lebensqualität der einheimischen Bevölkerung
- Die wirtschaftliche Stärkung der jeweiligen Region



Tipp:

Aktuelle Projekte

Das Bundesamt für Naturschutz präsentiert eigene aktuelle Vorhaben und Veröffentlichungen zum Thema „Nachhaltiger Tourismus“ im Internet unter: www.bfn.de



Nur marktgerechte Angebote haben Aussicht auf Erfolg

Naturparke bieten grundsätzlich gute Voraussetzungen, um diese Ziele zu erreichen. Eine ihrer Aufgaben ist es, den Schutz von Natur und Landschaft mit der Sicherung von Erholungsmöglichkeiten zu verbinden. Die im Jahr 2002 in Kraft getretene Novellierung des Bundesnaturschutzgesetzes benennt die Förderung des nachhaltigen Tourismus daher auch ausdrücklich als Aufgabe von Naturparks.

Ihre weitgehend intakten Kulturlandschaften sind touristisch maßvoll erschlossen; sie sind das touristische Kapital von Naturparks. Der Tourismus unterstützt die Inwertsetzung von Natur und Landschaft und erhöht die Wertschöpfung in diesen oftmals strukturschwachen Räumen. Die Tourismuswirtschaft in Naturparks ist überwiegend mittelständisch und regional geprägt. Um eine ausreichende Gästezufriedenheit zu erzielen, müssen marktgerechte Angebote entwickelt werden. Im Gegensatz zu manchen touristisch intensiv genutzten Regionen trägt der Tourismus in den meisten Naturparks durch erweiterte Freizeitangebote auch zur Erhöhung der Lebensqualität der einheimischen Bevölkerung bei.



Nachhaltiger Tourismus und Regionalentwicklung

Nachhaltiger Tourismus ist untrennbar mit regionaler Entwicklung verbunden. Ein nachhaltiger Tourismus schafft in der Region Arbeitsplätze, Einkommen und eine angepasste strukturelle Entwicklung. Besonderes Augenmerk ist hierbei auf die Förderung regionaler Wirtschaftskreisläufe zu richten (→ Seite 53).

Touristische Leistungen im engeren Sinne umfassen Unterkunft, Verpflegung, Sport- und Freizeitangebote, Information und Transport. Schnittstellen gibt es darüber hinaus u.a. zu den Bereichen Natur- und Umweltschutz, Land- und Forstwirtschaft, Handel und Gewerbe. Tourismus kann daher nur dann nachhaltig gestaltet werden, wenn diese Wechselwirkungen mit anderen Bereichen berücksichtigt und gezielt entwickelt werden.



Naturparke als Vorreiter

Vor dem hier skizzierten Hintergrund können Naturparke zu Vorreitern des nachhaltigen Tourismus in Deutschland werden. Hierzu bedarf es allerdings erheblicher Anstrengungen und der Entwicklung intensiver Kooperationen mit den verschiedenen regionalen Akteuren (→ Seite 20). Ihre Aufgabenstellung prädestiniert die Naturparke dazu, Prozesse zur nachhaltigen Entwicklung des Tourismus zu initiieren und zu koordinieren. Die Realisierung der gemeinsam erarbeiteten Ziele und Maßnahmen erfolgt dann durch die jeweils zuständigen Institutionen und Personen.

Mit ihrem Engagement für den nachhaltigen Tourismus leisten Naturparke auch einen konkreten Beitrag zur Umsetzung internationaler Übereinkommen und Programme. Neben der AGENDA 21 ist vor allem das ebenfalls 1992 geschlossene Übereinkommen zum Erhalt der Biodiversität (Convention on Biological Diversity) zu nennen.



Baumgartner, Christian; Röhrer, Christine: Nachhaltigkeit im Tourismus. Umsetzungsperspektiven auf regionaler Ebene, Wien 1998

Bundesministerium für Umwelt, Naturschutz und Reaktorsicherheit (Hrsg.): Konzeption der Bundesregierung für den Bereich „Umweltschutz und Tourismus“, Berlin 2002
Download: www.bmu.de

Ökologischer Tourismus in Europa (Hrsg.): Deutschland umweltfreundlich, Frankfurt a.M. 2001

Die Europäische Charta



Hintergrund und Ziele

Die Europäische Charta für nachhaltigen Tourismus in Schutzgebieten ist eine neu entwickelte Auszeichnung für europäische Großschutzgebiete. Sie wird von der Föderation EUROPARC, dem Dachverband der europäischen Großschutzgebiete, verliehen. Ausgezeichnet werden Parke, die sich in besonderer Weise für einen nachhaltigen Tourismus engagieren. Die Europäische Charta ist eine Initiative zur Umsetzung der AGENDA 21 und des Übereinkommens zum Erhalt der biologischen Vielfalt. Sie soll dazu beitragen, den Schutz des natürlichen und kulturellen Erbes in Großschutzgebieten und ihrer Umgebung optimal mit den Bedürfnissen von Gästen und Einheimischen zu verbinden.

Anforderungen

Im Unterschied zu herkömmlichen Gütesiegeln ist die Europäische Charta schwerpunktmäßig prozessorientiert. Sie will vor allem Fortschritte auf dem Weg zum nachhaltigen Tourismus initiieren.

Die Hauptanforderungen für den Charta-Beitritt sind:

- Die regelmäßige Einbindung möglichst vieler relevanter Akteure in den Prozess der Tourismusentwicklung
- Die Vorlage eines gemeinsam erarbeiteten Tourismuskonzeptes einschließlich eines Maßnahmenplanes

Das Tourismuskonzept muss sich an der Philosophie der Nachhaltigkeit orientieren und die in der Europäischen Charta aufgeführten Kernpunkte nachhaltiger Tourismusentwicklung angemessen berücksichtigen.

Beitrittsverfahren

Um Charta-Mitglied zu werden, muss der jeweilige Park einen Antrag an EUROPARC richten. Dieser Antrag muss u.a. folgende Unterlagen enthalten:

- Einen zusammenfassenden Bericht, in dem die Erfüllung der Charta-Anforderungen beschrieben wird
- Das erarbeitete Tourismuskonzept einschließlich Maßnahmenplan

Modellprojekt des VDN

Die Europäische Charta wurde in einem vom Bundesamt für Naturschutz geförderten Modellprojekt des Verbandes Deutscher Naturparke in den drei Naturparks Frankenwald, Steinhuder Meer und Insel Usedom erprobt. Unter Federführung des Hamburger Büros KONTOR 21 wurden in allen drei Parks die für den Charta-Beitritt geforderten Voraussetzungen erarbeitet. Im Mittelpunkt der Arbeit standen Naturpark-Foren, die regelmäßig von 20-30 regionalen Akteuren besucht wurden. Die Foren wurden nicht nur zur Erarbeitung von Bestandsaufnahme, Leitbild und Maßnahmen, sondern auch zum Austausch von Informationen und zur Realisierung konkreter Vorhaben genutzt. In allen drei Parks werden die Foren zur besseren Koordination der regionalen Entwicklung auch nach Projektende weitergeführt. Aufgrund des früheren Projektbeginns in den Naturparks Frankenwald und Steinhuder Meer zählten diese Parke im Jahr 2001 zu den Erstunterzeichnern der Charta. Der Naturpark Insel Usedom hat in der zweiten Bewerbungsrunde einen Beitrittsantrag gestellt. Fazit des Projektes ist, dass von der Europäischen Charta wichtige Impulse für eine partnerschaftliche und langfristig angelegte nachhaltige Tourismusentwicklung in Naturparks ausgehen können.

Um die Erfüllung der Charta-Kriterien zu überprüfen, hat EUROPARC ein eigenes Evaluationsteam aufgebaut. Pro Beitrittskandidat wird von EUROPARC ein Experte ernannt, der die eingegangenen Unterlagen prüft und sich zusätzlich auch vor Ort vergewissert, ob die Angaben der Realität entsprechen. Die Kosten der Evaluierung sind vom jeweiligen Park zu zahlen. Die Charta-Mitgliedschaft ist auf fünf Jahre befristet. Anschließend muss ein neuer Antrag eingereicht werden, in dem die erreichten Fortschritte und die Maßnahmen für die folgenden fünf Jahre dargestellt werden. Am Ende jedes Jahres muss der Park in einem kurzen Arbeitsbericht die erreichten Fortschritte darstellen.

Vorteile für die Parke

Die Charta soll den beteiligten Parks nützen. Nach den bisher vorliegenden Erfahrungen profitieren die Parke zum einen von dem Prozess zur Vorbereitung des Charta-Beitritts selbst. Zum anderen ergeben sich durch den Beitritt verbesserte Vermarktungs- und Entwicklungschancen. Zu den wichtigsten Vorteilen zählen u.a.:

- Die verbesserte Kooperation der verschiedenen Interessengruppen innerhalb des Parks
- Die Aufwertung des Parks gegenüber Bevölkerung, Gästen, Unternehmen und Behörden in der Region
- Ein klareres touristisches Profil und die bessere Unterscheidung von Mitbewerbern
- Bessere Voraussetzungen für eine erfolgreiche Öffentlichkeitsarbeit
- Größere Glaubwürdigkeit gegenüber Förderinstitutionen
- Beteiligung am Aufbau eines Netzwerkes europäischer Charta-Parke

Kontakt:

Föderation EUROPARC · Kröllstraße 5 · 94481 Grafenau
Tel. 08552/96 10 18 · Fax: 08552/96 10 19
r.blackman@europarc.org · www.europarc.org · www.european-charter.org

Tipps:



Broschüre

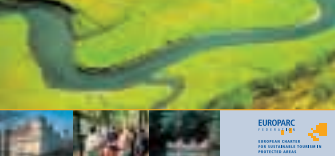
Die Broschüre „Protected Areas and Tourism – The European Charter“ gibt einen guten Überblick über die Europäische Charta.

Sie ist kostenlos bei der Föderation EUROPARC erhältlich. Bezug: r.blackman@europarc.org

Website

Die Tourismuseitlinien zur Umsetzung des Übereinkommens zum Erhalt der Biologischen Vielfalt und viele weitere interessante Informationen zum Thema Biodiversität sind zu finden unter: www.biodiv.org

Protected Areas and Tourism The European Charter



Charta-Erstunterzeichner

Nationalpark Hohe Tauern, Österreich
Parco Naturale Alpi Marittime, Italien
Naturpark Steinhuder Meer, Deutschland
Naturpark Frankenwald, Deutschland
Parc naturel de la Zona Volcánica de la Garrotxa, Spanien
Parc naturel régional du Luberon, Frankreich
Parc naturel régional du Vexin français, Frankreich

Umweltdachmarke Viabono



Nach rund zehnjähriger Diskussion haben sich Tourismus-, Kommunal-, Umwelt- und Verbraucherverbände auf die Einführung einer einheitlichen Umweltdachmarke für den Deutschlandtourismus geeinigt. Viabono bündelt hochwertige und zugleich umweltverträgliche Reiseangebote. Dem Gast wird so zeitraubendes Suchen erspart. Der leichtere Zugang zum Produkt soll in Verbindung mit einem professionellen Marketing-Mix mittel- bis langfristig zu verstärkter Nachfrage nach umweltverträglichen Angeboten führen.

Von Experten erarbeitete Kriterienkataloge garantieren die Einhaltung hoher Standards. Das breite Themenspektrum der Kataloge umfasst u.a. Fragen zu den Themen Natur und Landschaft, Management, Information und Bildung, Mobilität, regionale Wirtschaftskreisläufe, Energie und Klima, Wasser und Abfall. Die Markenkriterien sind im Internet offen zugänglich.

Bei Erfüllung der Kriterien schließt der jeweilige Interessent mit der Viabono GmbH einen Lizenzvertrag. Dieser beinhaltet ein umfangreiches Leistungspaket, zu dem u.a. die Aufnahme in das Viabono-Internet-Portal, regelmäßige Öffentlichkeitsarbeit, Messeauftritte, Werbematerial und die Nutzung des Viabono-Logos in einem festgelegten Rahmen gehören.

Die Viabono-Markenpartnerschaft ist bislang für Hotellerie und Gastronomie, Ferienwohnungen, Campingplätze, Kommunen und Naturparke möglich. Die Naturparke Frankenwald und Uckermärkische Seen und der Deutsch-Belgische Naturpark Hohes Venn - Eifel zählen zu den Viabono-Partnern der ersten Stunde.

Kontakt:

Viabono GmbH · Friedrich-Ebert Str./Haus 08 · 51429 Bergisch Gladbach
Tel. 02204/84 23 70 · Fax 02204/84 23 75 · info@viabono.de · www.viabono.de

Tipp:

Newsletter

Unter www.viabono.de kann der kostenlose Viabono-Newsletter abonniert werden.

Er informiert regelmäßig über aktuelle Angebote, neue Marken-Partner etc.

Anregungen zum Handeln

Mit Beispielen aus der Praxis

Kooperation statt Konfrontation 20-23

Management und Marketing 24-27

Unterkunft und Gastronomie 28-31

Sport und Freizeit 32-35

Natur und Landschaft 36-39

Kultur und regionale Identität 40-43

Information und Bildung 44-47

Verkehr und Umweltschutz 48-51

Wirtschaft und Soziales 52-54



Kooperation statt Konfrontation



Naturparke als Koordinatoren regionaler Entwicklung

Ein erfolgreiches touristisches Angebot berührt neben der touristischen Basisleistung „Unterkunft und Verpflegung“ zahlreiche weitere Handlungsfelder. Die vielfältigen Verflechtungen der verschiedenen Handlungsfelder erfordern eine möglichst enge Abstimmung. Nur so lassen sich Fehlentwicklungen vermeiden und Synergien im Interesse einer nachhaltigen Entwicklung des Tourismus und der Region insgesamt erzielen.

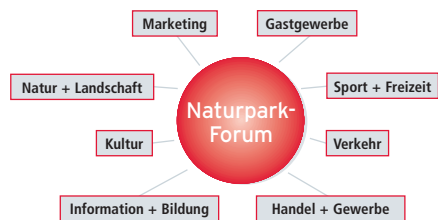
Naturparke sind dafür prädestiniert, diesen regionalen Koordinationsprozess zu initiieren und aufrecht zu erhalten. Die nachhaltige Tourismus- und Regionalentwicklung zählt zu ihren gesetzlich festgeschriebenen Aufgaben, ihre Grenzen orientieren sich am Naturraum und im Unterschied zu anderen Akteuren vertreten sie kein einzelnes Handlungsfeld, sondern verfolgen übergeordnete Ziele.

Konzepte gemeinsam erarbeiten

Die verbesserte Abstimmung zwischen den direkt oder indirekt mit dem Tourismus befassten Interessengruppen kann unterschiedlich weitreichend sein. Die Palette an Möglichkeiten reicht vom Erfahrungs- und Informationsaustausch über die Entwicklung und Realisierung von Einzelvorhaben bis hin zur gemeinsamen Erarbeitung eines touristischen Entwicklungskonzeptes.

Besonders wirksam ist die Zusammenarbeit, wenn sie alle genannten Stufen umfasst. Als geeignetes Instrument hierfür haben sich im Rahmen des VDN-Modellprojektes zur Europäischen Charta Naturpark-

Foren erwiesen (→Seite 17). In diesen Foren sollten alle tourismusrelevanten Interessengruppen aus der Region vertreten sein. Darüber hinaus sollte die optimale Einbettung der Tourismusplanung in die Gesamtplanung des Naturparks sichergestellt sein. In vielen deutschen Naturparks steht die Er- bzw. Überarbeitung ihrer zentralen Planwerke an. Der Leitidee der nachhaltigen Entwicklung und auch dem gesetzlichen Auftrag der Naturparke folgend, sollten diese Pläne zukünftig als integrierte regionale Entwicklungskonzepte angelegt sein. Tourismus und Erholung würden hierin neben Landschaftspflege und Landnutzung zu den zentralen Bereichen zählen.



Größtmögliche Offenheit schaffen

Die Arbeitsergebnisse und Beschlüsse von Naturpark-Foren sind rechtlich nicht bindend. Ihre Verbindlichkeit gewinnen sie vor allem durch ihre breite Akzeptanz über alle unterschiedlichen Interessengruppen hinweg. Im Mittelpunkt der Arbeit sollten daher ausschließlich Sachfragen und die Suche nach einem tragfähigen Konsens stehen. Empfehlenswert ist die Einbeziehung eines externen, neutralen Moderators.

Naturpark-Foren sollten grundsätzlich allen Interessierten Gruppen und Einzelpersonen offen stehen. Zur Sicherung der Arbeitsfähigkeit kann jedoch eine Begrenzung der Teilnehmerzahl sinnvoll sein. Das Spektrum der Akteure sollte ausreichend breit sein, wobei auf die gleichberechtigte Einbeziehung staatlicher und nicht-staatlicher Partner zu achten ist. Letzteres ist im übrigen insbesondere auf europäischer Ebene vielfach eine wichtige Fördervoraussetzung (z.B. bei LEADER+).

Eine geeignete Möglichkeit, weitere Akteure über den Kreis der Forumsteilnehmer hinaus einzubeziehen, ist die Einrichtung thematischer Arbeitsgruppen (z.B. zu Unterkunft und Gastronomie), deren Vorschläge dann in die Arbeit der Foren einfließen. Dieses Verfahren bietet sich insbesondere in größeren Parks oder bei der Erarbeitung ganzer Naturparkpläne an.

Umsetzung steht im Vordergrund

Realistische Ziele lassen sich nur formulieren, wenn man weiß, wo man steht. Die Analyse der Ausgangslage einschließlich einer Erarbeitung der wichtigsten Stärken und Schwächen sowie Chancen und Risiken steht daher am Anfang jeder Konzepterarbeitung. Hierauf aufbauend lassen sich ein Leitbild bzw. Entwicklungsziele für die Zukunft erarbeiten. Diese werden anschließend in Form von Maßnahmenplanungen konkretisiert.

Ohne Umsetzung bleiben die besten Konzepte wertlos. Zumindest die wichtigsten Maßnahmenvorschläge sollten daher bereits Angaben zu Zielen, Hauptarbeitsschritten, Zeitrahmen, Projektträgern, Kosten und Finanzierungsmöglichkeiten enthalten. Außerdem können einzelne Maßnahmen auch bereits parallel zur Konzepterarbeitung in die Wege geleitet werden.

Tue Gutes und rede darüber

Die regelmäßige Information der Öffentlichkeit über die Arbeit der Naturpark-Foren begünstigt die spätere Akzeptanz der Ergebnisse. Eine Auftaktveranstaltung mit breitem Teilnehmerkreis, begleitet von intensiver Pressearbeit, kann bereits zu Beginn des Prozesses für einen hohen Bekanntheitsgrad sorgen. Regelmäßige Berichte in den regionalen Medien informieren im weiteren Verlauf über die Fortschritte der Arbeit. Die Ergebnisse bzw. das fertige Konzept sollten wiederum einer möglichst breiten Öffentlichkeit präsentiert werden, z.B. im Rahmen einer feierlichen Veranstaltung, eines Naturparkfestes oder eines Naturparktages.

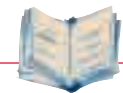
Die Präsentation des Konzeptes markiert jedoch erst den Beginn der eigentlichen Arbeit. Die gemeinsamen Vorstellungen und Ziele lassen sich entschieden besser realisieren, wenn die beteiligten Akteure ihre Kooperation fortsetzen und die Naturpark-Foren zu einer festen Einrichtung werden.

Bausteine der Konzeptentwicklung

1 Bestandsaufnahme
Wo stehen wir?

2 Leitbildentwicklung
Wo wollen wir hin?

3 Maßnahmen
Was wollen wir dafür tun?



Deutsche Vernetzungsstelle

LEADER II (Hrsg.):

Regionale Entwicklungskonzepte planen und realisieren, Frankfurt a.M. 1999
Bezug: leader@ble.de, www.leaderplus.de

Verband Deutscher Naturparke (Hrsg.):

Leitfaden zur Erarbeitung von Naturparkplänen, Bisingen 2002
Bezug: vdn@naturparke.de, www.naturparke.de



Tourismusleitbilder

Im Rahmen des VDN-Modellprojektes zur Europäischen Charta für nachhaltigen Tourismus in Schutzgebieten wurden in den Naturparks Frankenwald und Steinhuder Meer jeweils eigene touristische Leitbilder und Maßnahmenkataloge entwickelt. Dies geschah in beiden Parks im Rahmen von Naturpark-Foren, in die alle interessierten Akteure eingebunden waren. Die Ergebnisse der gemeinsamen Arbeit wurden in attraktiv gestalteten Broschüren aufbereitet und zusammengefasst, die nach ihrer öffentlichen Präsentation von den Naturparks und ihren Partnern aktiv in der Region verbreitet wurden. Auf diese Weise wurde die Wertschätzung der Ergebnisse und der intensiven Kooperation weiter erhöht. In beiden Parks sind die Foren zu einer festen Einrichtung geworden.

Kontakt:

Naturpark Frankenwald · Güterstraße 18 · 96317 Kronach
Tel. 09261/678-242 · Fax 09261/678-211
naturpark.frankenwald@ira-kc.bayern.de

Naturpark Steinhuder Meer
Hildesheimer Straße 20 · 30169 Hannover
Tel. 0511/989-22 11 · Fax 0511/989-12 31 28
info@naturpark-steinhuder-meer.de



Naturpark-Konzept Südschwarzwald

Zu Beginn des Jahres 2001 hat der Naturpark Südschwarzwald seine Naturpark-Konzeption verabschiedet. Sie beinhaltet die Stärken- und Schwächen-Analyse des Naturparks in den fünf zentralen Themenbereichen Landwirtschaft, Forstwirtschaft, Naturschutz, Tourismus und Siedlungsentwicklung, enthält Leitlinien und Entwicklungsziele und listet zahlreiche Maßnahmenvorschläge auf. Die Ausarbeitung des Konzeptes war durch ein umfassendes Netzwerk der Bürgerbeteiligung gekennzeichnet. In deren Mittelpunkt standen das zentrale Forum Naturpark und insgesamt 15 Arbeitsgruppen. In den Jahren 2000 und 2001 wurden bereits über 100 Projekte und konkrete Maßnahmen initiiert. Dazu gehören u.a. die „Woche der Gesundheit“, das „Naturpark-Vesperbrett“, die „Naturpark-Geschenkliste“ sowie das „Naturpark-Malbuch“.

Kontakt:

Naturpark Südschwarzwald e.V.
Haus der Natur Südschwarzwald
Dr.-Pilet-Spur 4 · 79868 Feldberg
Tel. 07676/93 36 10 · Fax 07676/93 36 11
naturpark@naturparksuedschwarzwald.bwl.de
www.naturpark-suedschwarzwald.de

Naturparkplan Insel Usedom

Ziel des Naturparkplanes Insel Usedom ist die Schaffung eines integrierten Gesamtkonzeptes zur nachhaltigen und abgestimmten Entwicklung des Natur-, Kultur-, Siedlungs- und Wirtschaftsraumes unter Berücksichtigung des Natur- und Landschaftsschutzes. Auf der Grundlage einer umfangreichen Bestandsaufnahme wurden im Rahmen von Foren mit den regionalen Akteuren ein Naturparkleitbild und darauf bezogene Leitlinien erarbeitet. Den Schwerpunkt des Naturparkplanes bilden Ziele und Maßnahmenvorschläge u.a. für die Bereiche Naturschutz, Landnutzungen, Tourismus, Verkehr, Wirtschafts- und Siedlungsentwicklung. Aufgrund der besonderen wirtschaftlichen Bedeutung des Tourismus hat dieser in dem Gesamtkonzept einen hohen Stellenwert. Zu den touristisch relevanten Arbeitsschwerpunkten des Naturparks zählen vor allem Information/Bildung und Besucherlenkung. Hierbei wird eng mit touristischen Akteuren kooperiert. Erstmals wurde im Rahmen der Erarbeitung eines Naturparkplanes der Beitritt zur „Europäischen Charta für nachhaltigen Tourismus in Schutzgebieten“ vorbereitet.

Kontakt:

Naturpark Insel Usedom
Gothenweg 01 · 17419 Korswandt · Tel. 038378/319 13 · Fax 038378/319 13
np.use@web.de · www.naturpark-insel-usedom.de

Regionales Entwicklungskonzept

Das im Jahr 2001 fertiggestellte Regionale Entwicklungskonzept (REK) des Naturparks Wildeshauser Geest wurde unter breiter Beteiligung unterschiedlicher regionaler Akteure und der Bevölkerung erarbeitet. Möglich wurde dies durch eine eigens eingerichtete Internetseite, Zukunftswerkstätten, Initiativkreise und Projektgruppen. Aufgrund der positiven Erfahrungen soll der Internetauftritt zu einem „Informationsnetzwerk Wildeshauser Geest“ ausgebaut werden. Zentrale Entwicklungsziele des Konzeptes sind die Verbesserung des Marktzugangs für Kleinbetriebe und die Aufwertung des kulturellen Erbes. Auf der Basis der Entwicklungsziele wurden Maßnahmenbereiche und Leitprojekte entwickelt. Jedem Leitprojekt wurde ein „Projektfondus“ mit dem Ziel einer schrittweisen Realisierung zugeordnet.

Kontakt:

Zweckverband Wildeshauser Geest
Delmenhorster Straße 6
27793 Wildeshausen
Tel. 04431/853 51 · Fax 04431/854 32
info@naturparkwildeshausergeest.de
www.naturparkwildeshausergeest.de

Kulturlandschafts-Entwicklungsplan

Im Rahmen eines von der Deutschen Bundesstiftung Umwelt finanzierten Modellprojektes wurden im Naturpark Saale-Unstrut-Triasland Vorschläge zur Weiterentwicklung der Kulturlandschaft und zur Erschließung marktorientierter Finanzierungsmöglichkeiten erarbeitet. Diese Vorschläge wurden mit Anregungen für ein neues Organisationskonzept des Naturparks verbunden, das nun schrittweise umgesetzt wird. Über das sogenannte Regionalforum Naturpark und zahlreiche Arbeitsgruppen wurden die regionalen Akteure und die interessierte Bevölkerung in das Projekt einbezogen.

Kontakt:

Naturpark Saale-Unstrut-Triasland
Unter der Altenburg 1 · 06642 Nebra
Tel. 034461/220 86 · Fax 034461/220 26
info@naturpark-saale-unstrut.de · www.naturpark-saale-unstrut.de



Naturpark als Geopark

Seit 2001 läuft im Naturpark Bergstraße-Odenwald mit Zustimmung der mehr als 60 Mitgliedsgemeinden ein landkreis- und bundeslandübergreifendes Projekt zur Entwicklung eines Geoparks. Geoparke sind ein neues Prädikat der UNESCO. Es wird an großräumige Gebiete verliehen, die besondere naturräumliche und geologische Verhältnisse aufweisen und sich für eine nachhaltige Entwicklung ihrer Region einsetzen. Als Projektträger ist der Naturpark Bergstraße-Odenwald für die Koordination und fachliche Begleitung des Vorhabens zuständig. Über das Geoparkforum, Facharbeitsgruppen, Informationsveranstaltungen und thematische Workshops sind alle interessierten Akteure aus der Region in das Projekt eingebunden. Die vom Naturpark koordinierte Öffentlichkeitsarbeit gewährleistet eine breite Information der Bevölkerung. Zu den wichtigsten bisherigen Projekten zählte der Aufbau eines Ranger-Teams. Dessen Mitglieder – allesamt Experten für Geologie – bieten erlebnisreiche Führungen an und stehen Besuchern, z.B. auf Wanderparkplätzen, als kompetente Ansprechpartner zur Verfügung.

Kontakt:

Naturpark Bergstraße-Odenwald e.V.
Nibelungenstraße 41 · 64653 Lorsch
Tel. 06251/58 62 53 · Fax 06251/58 62 55
info@geo-naturpark.de
www.geo-naturpark.de

Beispiele



Management und Marketing



Kein Platz für Kirchturmdenken

Gäste sind heute anspruchsvoller als je zuvor. Ein Ort alleine kann den gestiegenen Ansprüchen nur selten gerecht werden. Die Region rückt daher im Tourismusmarketing immer stärker in den Vordergrund. Regionen bieten ein größeres touristisches Angebot und lassen sich effizienter vermarkten als kleinere Einheiten. Dies wiederum erhöht die Chance, auf dem Reisemarkt überhaupt wahrgenommen zu werden.

Gäste interessieren sich für eine Region und nicht für Gemeinde- oder Landkreisgrenzen. Eine Tourismusregion sollte daher nach Möglichkeit eine naturräumliche Einheit sein. Naturparke erfüllen dieses Kriterium. Sie lassen sich insbesondere dann gut in das Tourismusmarketing einbinden, wenn ihre Grenzen mit denen bestehender touristischer Institutionen (Tourismusverbände, Marketinggesellschaften etc.) weitgehend übereinstimmen.

Erfolgreiches Destinationsmanagement erfordert eine einheitliche und schlagkräftige Organisationsstruktur. So können die vorhandenen Mittel gezielter eingesetzt und der Service gegenüber dem Gast verbessert werden. Ein ausreichender Handlungsspielraum für ein marktorientiertes Agieren ist dabei unabdingbar.

Der Gast, das unbekannte Wesen

Nur die wenigsten Tourismusverantwortlichen kennen ihre Gäste und deren Wünsche. Dies ist erstaunlich, weil nur ein zufriedener Gast auch wiederkommt. Zudem ist er die beste Werbung für eine Region oder einen Betrieb. Abhilfe versprechen regelmäßige Gästebefragungen. Sie bieten wertvolle Hinweise für die weitere Verbesserung des Angebotes und die Erhöhung der Kundenzufriedenheit.

Den Gast gibt es nicht mehr. Im Zuge der Ausdifferenzierung von Bedürfnissen, Lebensstilen und Freizeitaktivitäten hat sich die touristische Nachfrage in eine Vielfalt unterschiedlicher Marktsegmente aufgespalten. Nur die Konzentration auf klar definierte Zielgruppen verspricht daher heute dauerhaften Erfolg. Die Zielgruppen sollten zu den touristischen Möglichkeiten des Naturparks passen und zugleich auch ausreichendes Nachfragepotenzial bieten. Regelmäßige Marktbeobachtungen und -studien geben hier Entscheidungshilfen.



Bieger, Thomas:
Management von Destinationen
5., neu bearbeitete und ergänzte Auflage,
München 2002

Deutscher Tourismusverband (Hrsg.):
Endbericht Touristische Angebotsgruppe
„Deutsche Nationalparke“, Bonn 2001
Download:
www.deutscher-tourismusverband.de

Ferner, Fritz-Karl; Pötsch, Walter:
Markenlust und Markenfrust im Tourismus,
Wien o.J.

Luft, Hartmut:
Organisation und Vermarktung von Tourismusorten und Tourismusregionen.
Destination Management, Meßkirch 2001

Müller, Hansruedi:
Qualitätsorientiertes Tourismus-Management,
Bern 2000

Der kleine Unterschied

Allerweltsangebote schaffen kein Profil. Die Region wird für den Gast austauschbar, der Preis wird zum wichtigsten Unterscheidungsmerkmal. Dies wiederum schlägt sich in geringerer Wertschöpfung und häufig auch in schlechteren Arbeitsbedingungen nieder.

Gefragt ist daher das Besondere. Was macht die Region aus? Worin unterscheidet sie sich von der Konkurrenz? Diese Unterschiede können landschaftlicher, kultureller, kulinarischer oder anderer Natur sein. Die ermittelten Alleinstellungsmerkmale sollten sich wie ein roter Faden durch die Themen- und Angebotsschwerpunkte und die gesamte Kommunikation ziehen.

Qualität ist gefragt

Qualität ist im Tourismus das Gebot der Stunde. Angesichts globaler Konkurrenz reicht eine interessante Kulturlandschaft allein nicht aus, um auf Dauer genügend Gäste zu gewinnen. Gefragt sind vielmehr perfekt organisierte Dienstleistungsketten. Vom Erstkontakt bis zur Rückreise des Gastes müssen alle Teilleistungen hohen Ansprüchen genügen.

Die Verantwortung für die Qualität dieser Teilleistungen liegt bei unterschiedlichen Trägern (Hotels, Einzelhandel etc.). Der zentralen Marketingorganisation kommt die Aufgabe zu, bei ihren Partnern das Qualitätsbewusstsein zu steigern, im eigenen Verantwortungsbereich hohe Qualität zu gewährleisten und den Gesamtprozess der Qualitätssteigerung und -sicherung zu koordinieren (z.B. über eine Qualitätsoffensive). Hierzu gehört auch der regelmäßige Vergleich mit den Leistungen der Konkurrenz (Benchmarking).

Tourismusangebote in Naturparks sollten sich neben allgemeinen durch besondere Qualitätsmerkmale auszeichnen. Hierzu gehören u.a. starke regionale Bezüge, hoher Erlebniswert und Verträglichkeit für Natur und Landschaft. Durch eine intensive Kooperation zwischen Tourismusorganisation und Naturparkverwaltung kann diese Qualität sichergestellt und kontinuierlich weiterentwickelt werden. Mittel- bis langfristiges Ziel sollte die Entwicklung des jeweiligen Naturparks zu einer starken Marke sein.

Der kurze Weg zum Produkt

Für die Erstinformation über ein Zielgebiet wird das Internet immer wichtiger. Einem professionellen, aktuellen und serviceorientierten Internet-Auftritt der Region kommt daher hohe Bedeutung zu. Auch die schnelle Bearbeitung von E-Mail-Anfragen und die Verlinkung mit der Website des Naturparks sollten selbstverständlich sein.

Immer mehr Gäste wünschen Reisen aus einer Hand und einen möglichst unkomplizierten Zugang zum Produkt. Attraktive Pauschalangebote mit individuell kombinierbaren Bausteinen finden daher starken Zuspruch, besonders dann, wenn sie unter einer zentralen Servicenummer oder online buchbar sind.

Um die vorhandenen Mittel möglichst effizient einzusetzen, sollten die touristischen Angebote zielgruppengerecht kommuniziert werden (Sprache, Fotos, Medien, regionale Streuung etc.). Zum Standard sollte außerdem ein einheitliches Erscheinungsbild aller Kommunikationsmittel gehören (Corporate Design).



Beispiele

24-Stunden-Service

Der Naturpark Insel Usedom ist die erste Ferienregion im Bundesland Mecklenburg-Vorpommern, in der an sieben Tagen in der Woche rund um die Uhr touristische Informationen zu erhalten sind und Unterkünfte gebucht werden können. Außerhalb der Öffnungszeiten der Usedom Tourismus GmbH werden alle Anrufe automatisch an ein regionales Call-Center weitergeleitet. Seit Juni 2001 erfüllen die Mitarbeiter des Call-Centers mit Hilfe eines Online-Systems auch Buchungswünsche.

Kontakt:

Usedom Tourismus GmbH
Bäderstraße 5 · 17459 Seebad Ückeritz
Tel. 038375/234 10 · Fax 038375/221 52
info.tv.insel.usedom@t-online.de
www.usedom.de

Wellness-Wandertage

Wanderinteressierte Gäste haben im Naturpark Frankenwald die Qual der Wahl. Berühmte Routen wie der Rennsteig, acht Themenwege und ein großes Wegenetz bieten viele Möglichkeiten. Zentral buchbare Pauschalen wie z.B. „Wellness-Wandertage“ und „Wandern ohne Gepäck“ entlasten den Gast von der Urlaubsplanung. Sie sind zusammen mit einer Fülle weiterer Angebote und den rad- und wanderfreundlichen Unterkünften in der Broschüre „Aktivreisen & Wellness“ aufgelistet. Auch wer besonders an Natur und Landschaft interessiert ist, findet in dieser Broschüre hilfreiche Informationen: die Adressen der Naturpark-Informationszentren, Kurzbeschreibungen der Lehrpfade im Frankenwald und auch die Anschriften und Themenschwerpunkte der Natur- und Landschaftsführer.

**Kontakt:**

Frankenwald Tourismus Service Center
Adolf-Kolping-Straße 1 · 96317 Kronach
Tel. 09261/601 50 · Fax 09261/60 15 15
info@frankenwald-tourismus.de · www.frankenwald-tourismus.de

Ins Netz gegangen

Die Zeichen der Zeit verstanden haben die Tourismusverantwortlichen im Naturpark Altmühltal: Das Internetportal des Naturparks wurde für die Urlaubssaison 2002 nachahmenswert ausgebaut. Die klare Struktur, das gut aufbereitete und übersichtliche Informationsangebot sowie die Vernetzung bis in die Ortsebene hinein garantieren Surf-Genuss. Das userfreundliche Portal wurde beim Bundeswettbewerb „destination 2001“ des Deutschen Tourismusverbandes ausgezeichnet. Urlaubsvorfreude wird bei den virtuellen mit Kurzinformationen angereicherten Radel- oder Paddel-Touren geweckt: Bequemer kann Tourenplanung wohl nicht betrieben werden. Auf der Internetseite findet sich auch das aktuelle Gastgeberverzeichnis 2002 des Naturparks mit 600 Einträgen. Über eine erweiterte Suchfunktion kann in den verschiedenen Unterkunftsarten zusätzlich nach Unterkünften gesucht werden, die familienfreundlich/kindergerecht sind, Übernachtung für eine Nacht ermöglichen, über eine barrierefreie Ausstattung verfügen oder fahrradfreundlich sind.

Kontakt:

Zentrale Tourist-Information
Naturpark Altmühltal
Notre Dame 1 · 85072 Eichstätt
Tel. 08421/ 9876-0 · Fax 08421/9876-54
info@naturpark-almuehltal.de
www.naturpark-almuehltal.de

Rendezvous mit allen Sinnen

Dieses Versprechen steht im Mittelpunkt der eigenen Image- und Angebotsbroschüre des Naturparks Südschwarzwald. Die Angebote beziehen sich auf sechs Themenfelder mit besonderem Bezug zum Naturpark: Sport und Gesundheit, Wandern, Naturführungen, bäuerliches Leben und Produkte, Kultur und Museen, erlebbare Energien. Sie sollen Lust auf Natur machen. Verwiesen wird auch auf die Möglichkeiten zur Anreise mit der Bahn und die vielfältigen freizeitorientierten ÖPNV-Angebote in der Region. Beim Geldsparen hilft die Schwarzwaldcard: Sie schließt den Besuch von mehr als 100 der attraktivsten Ausflugsziele im Schwarzwald ein und bietet bei weiteren 1200 Angeboten Preisermäßigungen. Die gesparten Euro lassen sich genussvoll in den „Landschaftsschutz mit Messer und Gabel“ investieren, z.B. in Form von original Schwarzwälder Käse. Kurzinformationen zu Regionalinitiativen sowie nützliche touristische Tipps vervollständigen ein insgesamt rundes und zeitgerechtes Naturparkangebot.

**Kontakt:**

Naturpark Südschwarzwald e.V.
Haus der Natur Südschwarzwald
Dr.-Pilet-Spur 4 · 79868 Feldberg
Tel. 07676/93 36 10 · Fax 07676/93 36 11
naturpark@naturparksuedschwarzwald.bwl.de
www.naturpark-suedschwarzwald.de

Radfahren für Genießer

Unter diesem Titel bietet der Naturpark Wildeshauser Geest in Zusammenarbeit mit einem regionalen Radreisen-Veranstalter drei Radtouren mit und ohne Gepäcktransfer an. Die Touren „Wasser, Wind und Steine“, „Stadt, Land, Moorgeflüster“ und „Kulturgenuss und Flussromantik“ decken die breite Palette an sehens- und erlebenswerten natürlichen und kulturellen Besonderheiten des Naturparks ab. Die attraktiv gestaltete Broschüre enthält neben der detaillierten Beschreibung der Touren eine touristische Übersichtskarte, Hinweise zu Radkarten und Reiseführern sowie Buchungs-Informationen. Auch die fahrradfreundlichen Betriebe im Naturparkgebiet sind mit Telefonnummern und Preisangaben aufgeführt. Anreise-Tipps vervollkommen die Informationen. Die meisten Übernachtungsbetriebe sind auf Anfrage gerne bereit, die Urlauber am Bahnhof abzuholen.

Kontakt:

Zweckverband Wildeshauser Geest
Delmenhorster Straße 6 · 27793 Wildeshauser
Tel. 04431/853 51 · Fax 04431/854 32
info@naturparkwildeshausergeest.de · www.naturparkwildeshausergeest.de

Zufriedenheit garantiert

Im Rahmen der Qualitätsoffensive wurde im Naturpark Frankenwald eine bundesweit einmalige „Zufriedenheitsgarantie“ eingeführt. Die vom Frankenwald Tourismus Service Center initiierte Garantie gilt für einen Aufenthalt von mindestens vier Nächten. Gäste, die mit Ihrer Unterkunft nicht zufrieden sind, können auf Wunsch nach der ersten Nacht abreisen, ohne Stornogebühren zahlen zu müssen. Außerdem begleiten sie nur die Hälfte des vereinbarten Zimmerpreises. Bereits 80% der im zentralen Frankenwald-Katalog gelisteten Gastgeber haben sich der Aktion angeschlossen.

Kontakt:

Frankenwald Tourismus Service Center
Adolf-Kolping-Straße 1 · 96317 Kronach
Tel. 09261/601 50 · Fax 09261/60 15 15
info@frankenwald-tourismus.de
www.frankenwald-tourismus.de



Unterkunft und Gastronomie



Guter Service bringt Vorteile

Schlafen, Essen und Trinken zählen zu den Grundbedürfnissen des Menschen. Unterkunft und Gastronomie bilden daher die Basis des touristischen Angebotes einer Region. Im Unterschied zu den Anfangszeiten des Tourismus sind heute jedoch allein mit Basisleistungen keine Gäste mehr zu gewinnen. Die Ansprüche der modernen „Nomaden“ sind höher und vielfältiger als je zuvor (→ Seite 10 ff.). Bestimmte Standards, wie z.B. Zimmer mit WC und Dusche statt Etagenklö und fließend Wasser, werden heute als selbstverständlich vorausgesetzt. „Weiche“ Faktoren, die den Urlaub erleichtern und das Wohlbefinden steigern, gewinnen für die Urlaubsentscheidung an Bedeutung. Hierzu zählt zuallererst der gebotene Service. Die Qualität des Angebotes im Bereich Unterkunft und Gastronomie ergibt sich daher heute aus einer Vielzahl von Einzelbausteinen.

Qualität		
Bedienung	Speisen	Getränke
Reservierung	Service	Zusatzangebote
Gestaltung/Design	Zimmerausstattung	Zusatz-einrichtungen
Lage	Architektur	Außenanlagen

Chancen durch Spezialisierung

Konkurrenzfähig sind Angebote dann, wenn sie in möglichst allen Bausteinen überdurchschnittliche Qualität bieten. Das heißt jedoch nicht, dass alle Betriebe das gleiche Angebot haben sollten. Im Gegenteil: Entscheidend ist, ob die Bedürfnisse der jeweiligen Zielgruppe optimal erfüllt werden. Je nach Zielgruppe können diese Bedürfnisse sehr unterschiedlich sein: Wenn z.B. ein Hotel Familien mit kleinen Kindern als Gäste gewinnen will, reicht das Kinderzustellbett als Nachweis der Familienfreundlichkeit heute nicht mehr aus. Erfolgreiche Betriebe zeichnen sich dadurch aus, dass sie die Bedürfnisse ihrer Gäste in allen Angebotsbausteinen berücksichtigen. Allein in punkto „Verpflegung“ heißt dies in dem gewählten Beispiel, spezielle Kindergerichte anzubieten, Kinderstühle vorrätig zu haben, Malblocks und -stifte bereit zu stellen und anderes mehr.

Die Ansprüche von Gästen sind sehr unterschiedlich: Eltern freuen sich über Spielkameraden für ihre Kinder; ältere, ruhesuchende Gäste fühlen sich durch Kindergeschrei häufig gestört. Zur Vermeidung von Konflikten und letztendlich auch Buchungsrückgängen sollten die Zielgruppen innerhalb eines Betriebs daher möglichst kompatibel sein. Die von einem Einzelbetrieb angesprochene



Klientel sollte außerdem zu den Angeboten und Möglichkeiten der Region passen. Dies erhöht die Zufriedenheit der Gäste und erleichtert die touristische Positionierung des Naturparks am Markt.

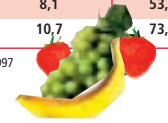
Der Reiz des Besonderen

Ein Hotel auf Mallorca unterscheidet sich heute oftmals nur unwesentlich von einem Hotel in Florida. Und das Jägerschnitzel schmeckt auch überall gleich.

Diese Austauschbarkeit touristischer Leistungen schreckt immer mehr Urlauber ab. Unterkünfte und Restaurants mit regionalem Charakter bieten Alternativen zum allgegenwärtigen Einheitsbrei. Frische Produkte aus dem Naturpark, zubereitet nach regionalen Rezepten, bringen die Gäste auf den Geschmack, reduzieren Transportwege tragen zum Erhalt der Kulturlandschaft bei (→ Seite 37). Zusätzliche Akzente können durch die Verwendung regionaler Baumaterialien (z.B. Holz, Schiefer) und -stile gesetzt werden.

Produkt	Je kg Ware			
	km nach Frankfurt	Kerosin in l	Kohlendioxid in kg	Stickoxide in g
Erdbeeren aus Israel	3.100	1,3	3,2	22,2
Bananen aus Kenia	7.100	3,1	8,1	53,0
Weintrauben aus Südafrika	10.000	4,3	10,7	73,5

Quelle: DEHOGA 1997



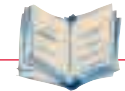
Das kostet nicht die Welt

Hochwertige Angebote müssen nicht die Welt kosten. Mit intelligentem Umweltmanagement gehen gerade in Unterkunfts- und Gastronomiebetrieben Ressourcenschutz und Kosteneinsparung Hand in Hand. Dies gilt insbesondere für die Bereiche Energie, Wasser und Abfall. Die Reduktion unnötiger Verbrauchsstellen, der Einsatz effizienterer Technik, die verstärkte Nutzung regenerativer Energieträger und die strikte Getrennsammlung und -entsorgung von Abfall sind wesentliche Ansatzpunkte für Veränderungen.

Menschlich gesehen

Guter Service wird für die Kundenbindung immer wichtiger. Der Gast der Zukunft will sich umsorgt fühlen. Dies erfordert aufmerksame und motivierte Mitarbeiter. Eine leistungsgerechte Bezahlung und regelmäßige Fortbildungen sind daher gut investiertes Kapital in einer ansonsten nicht gerade durch vorbildliche Arbeitsbedingungen gekennzeichneten Branche. Um die persönliche

Bindung der Gäste an das Haus zu fördern, sollte zumindest das Stammpersonal aus der Region selbst kommen. Nachhaltiger Tourismus bedeutet auch Schaffung qualifizierter Arbeitsplätze!



ADAC (Hrsg.):
Kreative Wege zum besseren Angebot.
Eine Planungshilfe für Touristiker,
München 1995
Bezug: verlag@zentrale.adac.de,
www.adac-verlag-gmbh.de

DEHOGA (Hrsg.):
So führen Sie einen umweltfreundlichen
Betrieb, Bonn 1997
DEHOGA (Hrsg.):
CD-ROM Umweltschutz im Gastgewerbe.
Kosten senken durch Umweltschutz,
Bonn 2000
Bezug: interhoga-bonn@t-online.de,
www.interhoga.de

Deutscher Tourismusverband (Hrsg.):
7. Bundeswettbewerb „Vorbildliche
Campingplätze in Deutschland 2000“,
Bonn 2000
Bezug:
kontakt@deutschertourismusverband.de,
www.deutschertourismusverband.de

Reisen natürlich genießen... im Hotel

»Schloss Kröchlendorff«

Das im Naturpark Uckermärkische Seen gelegene Viabono-Hotel zeichnet sich durch eine hohe Kunden- und Umweltorientierung aus. Das imposante Schloss ist von einem sieben Hektar großen Park umgeben. Zwölf der achtunddreißig Zimmer sind behindertengerecht, zudem gibt es Nichtraucherzimmer. Ein eigener Gästebus, organisierter Transferservice und der hauseigene Kanu- und Fahrradverleih unterstützen die umweltgerechte Mobilität der Gäste vor Ort und ermöglichen ihnen vielfältige Aktivitäten. Die Küche zaubert je nach Wunsch Vollwertiges, Vegetarisches oder Regionales auf den (Naturholz) Tisch. Wem das Alles nicht reicht, der kann den nahen Hochseilgarten nutzen oder sich einer geführten Wanderung anschließen.



Kontakt:

Schloss Kröchlendorff
Kröchlendorff 22 · 17291 Gollmitz
Tel. 039856/60 90 · Fax 039856/609 44
kroechlendorff@outwardbound.de
www.schlosskroechlendorff.de

Camping am See – Alt Schwerin

Der an den Naturpark Nossentiner/Schwinzer-Heide angrenzende Viabono-Campingplatz liegt inmitten der Mecklenburgischen Seenplatte, der größten zusammenhängenden Seenlandschaft Europas. Er verfügt über alle Annehmlichkeiten eines 4 Sterne-Platzes, bietet umfangreichen Service und gewährleistet hohe Umweltverträglichkeit. Energie- und Wassersparmaßnahmen in den zugehörigen Einrichtungen sind genauso selbstverständlich wie Entleerungsmöglichkeiten für Abwasser- und Fäkal tanks und eine umweltgerechte Platzpflege.

Kontakt:

Camping am See – Alt Schwerin
An den Schaffttannen 1 · 17214 Alt Schwerin
Tel. 039932/420 73 · Fax 039932/420 72
info@camping-alt-schwerin.de
www.camping-alt-schwerin.de



Unsere Frankenwald-Küche – natürlich regional

Unter diesem Motto haben sich 25 Betriebe im Naturpark Frankenwald zusammengeschlossen. Sie verpflichten sich u.a., täglich mindestens ein Gericht anzubieten, das überwiegend aus regionalen Zutaten besteht. Die Speisen werden auf einer gesonderten Karte präsentiert. Nach Auskunft der beteiligten Gastronomen sind die Angebote sehr gefragt. Bei der Aktion handelt es sich um eine gemeinsame Initiative von Frankenwald Tourismus, Naturpark Frankenwald und den zuständigen Kreisstellen des Bayerischen Hotel- und Gaststättenverbandes.

Kontakt:

Frankenwald Tourismus Service Center
Adolf-Kolping-Straße 1 · 96317 Kronach
Tel. 09261/601 50
Fax 09261/60 15 15
info@frankenwald-tourismus.de
www.frankenwald-tourismus.de



Naturpark-Teller 2002

83 Gaststätten, Restaurants und Hotels aus 23 Mitgliedsgemeinden konnten durch den Naturpark Schwäbisch-Fränkischer Wald dafür gewonnen werden, einen „Naturpark-Teller“ in ihrer Speisekarte anzubieten. Die Gastronomen garantieren, dass die Hauptzutaten der Naturpark-Gerichte aus regionaler Produktion im Naturpark stammen und zudem der Schwerpunkt auf Lebensmittel der Saison gelegt wird. Alle „Naturpark-Teller“ enthalten einen Viertelliter Wein oder ein anderes Getränk aus der Region. Unter dem Slogan „Essen und Trinken aus der Region für 11,- €“ wird in einer 28-seitigen Broschüre in einer Auflage von 35.000 Stück für die Aktion geworben. Die beteiligten Gastronomen sind mit der bereits seit drei Jahren laufenden Aktion sehr zufrieden.



Kontakt:

Naturpark Schwäbisch-Fränkischer Wald e.V.
Forsthaus Mönchsberg · 74535 Mainhardt
Tel. 07903/13 31 · Fax 07903/75 39
www.naturpark-schwaebisch-fraenkischer-wald.de

Erlebniswelt auf dem Fischerhof

Die Fischerei Köllnitz e.G. hat sich mit Unterstützung des Naturparks Dahme-Heideseen seit 1990 als nachhaltig wirtschaftender Fischereibetrieb profiliert und sich mit den „Köllnitzer Fischerstuben“, dem Landhotel „Köllnitzer Hof“ und dem Fischereimuseum zu einem regionalen Schwerpunkt der Gastronomie, der Hotellerie und des Tourismus entwickelt. Neben Fang und Verarbeitung des Fisches erfolgt auch dessen Vermarktung vor Ort. In den „Köllnitzer Fischerstuben“ werden nahezu ausschließlich Produkte aus eigener Produktion angeboten. Die Auslastung des genossenschaftseigenen Hotels „Köllnitzer Hof“ liegt bei überdurchschnittlichen 40%. Neben der Steigerung der touristischen Attraktivität der Region wird die wirtschaftliche Tragfähigkeit der Genossenschaft gesichert.

Kontakt:

Naturpark Dahme-Heideseen
Dorfstraße 8 · 15752 Prieros
Tel. 033768/969 25 · Fax 033768/969 10

Der Stolperhof – natürlich ganz anders

Für den Stolperhof ist Ökologie keine Phrase – sondern eine Herausforderung zum Umdenken! Die schadstofffrei rekonstruierte alte Hofanlage liegt am Rand des kleinen Dörfchens Stolpe im Naturpark Insel Usedom. Das „ökologische Tourismusprojekt mit Pension, Gastronomie und Erlebnisbereich“ hat eine eigene Trinkwasserversorgung und eine Solaranlage zur Warmwasserbereitung. Gäste des Hofes genießen den kostenlosen Hol- und Bringservice und die Pommersche Küche. Die vierzehn behindertengerechten und allergikergerechten Kammern garantieren ein behagliches und störungsfreies Übernachten. Langeweile kann bei gutem und schlechtem Wetter kaum aufkommen, denn das Aktivitätsspektrum für kleine und große Leute auf dem Hof und in seiner Umgebung ist sehr umfangreich.

Kontakt:

Berit Poppe Tourismusagentur
Ausbau 1 · Stolperhof
17406 Stolpe auf Usedom
Tel. 038372/710 81 · Fax 038372/710 82
stolperhof@t-online.de
www.stolperhof.de



Beispiele

Beispiele

Sport und Freizeit



Urlauber in Bewegung

Nur die wenigsten Urlauber wollen heute ausschließlich Faulenzen, insbesondere Sportaktivitäten in Natur und Landschaft sind gefragter denn je. Erhebungen zeigen, dass Baden, Wandern, leichtere sportliche Aktivitäten und Fahrrad fahren die mit Abstand beliebtesten Urlaubssportarten sind. Alle übrigen Aktivitäten folgen mit weitem Abstand. Vor allem das Fahrradfahren hat seit Beginn der neunziger Jahre beispiellose Zuwächse zu verzeichnen.

Der Wunsch nach aktiver Erholung passt gut zum Angebotsprofil von Naturparks, deren attraktive Landschaften zum aktiven Entdecken einladen. Wandern und Radfahren sind ohnehin in vielen Naturparks die Hauptangebote, je nach Region vor allem ergänzt um Wasser- und Wintersportarten.

Sportliche Aktivitäten, die während der letzten drei Jahre* im Urlaub „sehr häufig“ oder „häufig“ ausgeübt wurden
(Basis: Bevölkerung ab 14 Jahre: 63,78 Mio.)

Im Meer/See baden	49%
Wanderungen unternommen	36%
Leichtere sportliche Aktivitäten	29%
Fahrradfahren	17%

* 1998-2000
Quelle: Reiseanalyse 2001

Markt im Wandel

Das vorhandene Nachfragepotenzial darf nicht dazu verleiten, die Hände in den Schoß zu legen. Der gesamte Sport- und Freizeit-Markt hat sich seit Beginn der achtziger Jahre grundlegend gewandelt. Wichtigster Ausdruck dieser Veränderung ist die kaum noch überschaubare Vielfalt an Sportarten und Sportartvarianten. Parallel zur Differenzierung der Nachfrage steigen die Erwartungen an die Qualität der gebotenen Leistungen.

Mit Angeboten von gestern sind die Gäste von morgen nicht mehr zu gewinnen. Auch hier gilt: Erfolgreiche Angebote sind auf abgrenzbare Zielgruppen bzw. Marktsegmente bezogen und bieten überdurchschnittliche Qualität entlang der gesamten Leistungskette (→ Seite 25). So erfordern zeitgemäße Wander- und Radelangebote u.a.:

- Abwechslungsreiche, vernetzte sowie klar und einheitlich beschilderte Wege
- Die Verknüpfung mit Natur und Kultur über Themenrouten
- Benutzerfreundliche Wander- bzw. Radkarten und -führer für das Gesamtgebiet des Naturparks unabhängig von Verwaltungsgrenzen
- Über den ganzen Naturpark verteilte Unterkünfte mit speziellem Service für Wanderer bzw. Radfahrer
- Attraktive ÖPNV-Angebote innerhalb des Naturparks (Wander-/Fahrradbusse)
- Bequeme Anreisemöglichkeiten mit öffentlichen Verkehrsmitteln
- Attraktive und zentral buchbare Pauschalen



Klare Schwerpunktsetzungen im Sportangebot erleichtern die Profilierung und die Sicherstellung überdurchschnittlicher Qualität.

Ein möglichst breites, aber qualitativ unzureichendes Angebot hat auch im Urlaubssport keine Perspektive. Aus Anbietersicht besonders interessant sind Sportaktivitäten, deren Ausübung nicht auf wenige Hauptsaisonwochen begrenzt ist oder die das Angebot in nachfrageschwächeren Zeiten aufwerten.

Ein fahrradfreundlicher Unterakunfts-Betrieb erfüllt mindestens folgende Kriterien (nach ADFC):

- Aufnahme radfahrender Gäste auch für nur eine Nacht
 - Abschließbarer Raum zur unentgeltlichen Aufbewahrung der Fahrräder über Nacht
 - Trockenmöglichkeit für Kleidung und Ausrüstung
 - Angebot eines reichhaltigen (vitamin- und kohlehydratreichen) Frühstücks oder einer Kochegelegenheit
 - Aushang, Verleih oder Verkauf von regionalen Radwanderkarten und -führern, von Bahn- und Busfahrplänen
 - Bereitstellung eines Fahrrad-Reparatursets für kleinere Reparatur- und Wartungsarbeiten
 - Informationen über die nächstgelegenen Fahrradwerkstätten
- www.bettundbike.de/kriterien

Die Seele baumeln lassen

Der Gesundheits- und Wellness-tourismus gehört zu den am stärksten wachsenden Marktsegmenten. Immer mehr Urlauber wollen gezielt die Seele baumeln lassen und etwas für ihr Wohlbefinden tun. Intakte Natur und Landschaft sind hierfür wichtige Rahmenbedingungen. In vielen Parks befinden sich daher auch Heilbäder und Kurorte, allerdings nicht immer mit zeitgemäßen Angeboten. Chancen für die Zukunft bestehen vor allem in der Kombination landschaftsbezogener Sportaktivitäten mit Entspannung und gesunder Ernährung. Ohne moderne Infrastruktur und klar profilierte Angebote werden sich auch hier keine Erfolge einstellen.



Verträglich für Natur und Landschaft



Mit den höheren Aktivitätszahlen und den erweiterten Raumsprüchen des Sports hat sich auch der Druck auf Natur und Landschaft deutlich erhöht. Störungen von Tieren, Tritt- und Erosionsschäden sowie die Zerschneidung von Lebensräumen sind vielerorts die Folgen.

Zahlreiche Beispiele aus Naturparks zeigen jedoch, dass sich Sport und Naturschutz durchaus vereinbaren lassen. Erfolg verspricht vor allem die Kombination von maßgeschneiderten Lenkungsmaßnahmen mit guter Information. Freiwillige Vereinbarungen zwischen Sport und Naturschutz können die Verbindlichkeit der Regelungen weiter erhöhen. Auch Nutzungsverbote können im Einzelfall sinnvoll sein, sollten jedoch begründet und nicht überstrapaziert werden. Konflikte lassen sich vor allem dann lösen bzw. häufig sogar vermeiden, wenn sich die Verantwortlichen aus Sport, Tourismus, Naturschutz, Forst etc. frühzeitig und regelmäßig untereinander abstimmen.

Jeder Sport an jedem Ort kann nicht das Ziel von Naturparks sein. Zeitgemäße, gesunde und zugleich natur- und landschaftsverträgliche Sportangebote können jedoch die Attraktivität von Naturparks weiter erhöhen und zur Schärfung ihres Profils beitragen.



Allgemeiner Deutscher Fahrrad-Club (Hrsg.): Handreichung zur Förderung des Fahrradtourismus, 2. Auflage, Bremen 1998
Bezug: kontakt@adfc.de

Dreyer, Axel; Krüger, Arnd (Hrsg.): Sporttourismus. Management- und Marketinghandbuch, München 1995

Europäische Beobachtungsstelle LEADER/AEIDL (Hrsg.): Wandertourismus im ländlichen Raum, Heft Nr. 12 der Reihe Innovation im ländlichen Raum, Brüssel 2001,
Download:
www.rural-europe.aeidl.be/rural-de/biblio

Schemel, Hans-Joachim; Erbguth, Wilfried: Handbuch Sport und Umwelt, 3. Auflage, Aachen 2000

Radfahren im Netz

Auch Radler greifen bei der Suche nach Tourenvorschlägen zunehmend auf das Internet zurück. Unter www.radfahren-im-frankenwald.de präsentiert der Naturpark Frankenwald im deutschlandweiten Radportal www.radfahrenin.de sein Angebot für Radtouristen. Der Nutzer findet nicht nur Übersichtskarten, Höhenprofile und Routenbeschreibungen, sondern auch fahrradfreundliche Hotels und Pensionen, Sehenswürdigkeiten sowie Radverleihe und -werkstätten. Durch die Verknüpfung des Radportals mit der Datenbank des Frankenwald Tourismus Service Center ist garantiert, dass sämtliche Informationen zu Unterkünften und Sehenswürdigkeiten ständig aktuell sind.

Kontakt:

Frankenwald Tourismus Service Center
Adolf-Kolping-Straße 1 · 96317 Kronach
Tel. 09261/601 50 · Fax 09261/60 15 15
info@frankenwald-tourismus.de
www.frankenwald-tourismus.de



Beispiele

Auf neuen Wegen

Wie in anderen Mittelgebirgen auch, ist die Markierung des Wanderwegenetzes im Schwarzwald wenig einheitlich und informativ. In einem gemeinsamen Pilotprojekt im Hotzenwald haben der Schwarzwaldverein und der Naturpark Südschwarzwald ein neues Wegekonzept erarbeitet und erprobt. Es beinhaltet u.a. eine einheitliche Markierungssystematik, die Koordination der Wegeausweisung und vertragliche Vereinbarungen zur Pflege der Markierungen. Das Konzept soll langfristig auf den gesamten Schwarzwald übertragen werden.

Kontakt:

Naturpark Südschwarzwald e.V.
Haus der Natur Südschwarzwald
Dr.-Pilet-Spur 4 · 79868 Feldberg
Tel. 07676/93 36 10 · Fax 07676/93 36 11
naturpark@naturparksuedschwarzwald.bwl.de
www.naturpark-suedschwarzwald.de

**Sporttourismus mit Konzept**

Der Naturpark Südschwarzwald ist die bedeutendste Sporttourismus-Region in Baden-Württemberg und in wesentlichen Teilen zugleich ein schützenswerter Naturraum. Das von der Deutschen Sporthochschule Köln im Auftrag des Naturparks erarbeitete Entwicklungskonzept soll dazu beitragen, Sport- und Erlebnisräume in intakter Landschaft langfristig zu erhalten und die sporttouristischen Angebote den Bedürfnissen der einheimischen Bevölkerung und der Gäste bestmöglich anzupassen. Das Konzept wurde unter Einbeziehung Geographischer Informationssysteme erarbeitet. Basierend auf einer umfangreichen Analyse wurden u.a. bestehende Standorte bewertet, Gebiete mit Lenkungsbedarf ermittelt und Entwicklungsräume vorgeschlagen. Das Konzept soll in den noch zu erarbeitenden Naturparkplan integriert werden.

Kontakt:

Naturpark Südschwarzwald e.V. · Haus der Natur Südschwarzwald
Dr.-Pilet-Spur 4 · 79868 Feldberg · Tel. 07676/93 36 10 · Fax 07676/93 36 11
naturpark@naturparksuedschwarzwald.bwl.de
www.naturpark-suedschwarzwald.de

Frisch gespurt

Der im Naturpark Schwarzwald Mitte/Nord gelegene Rohrhardsberg wird für Sommer- und Wintersport genutzt und ist zugleich Lebensraum bedrohter Tierarten (z.B. Auerwild). Durch die Erarbeitung und Umsetzung eines differenzierten Schutz- und Nutzungskonzeptes in enger Abstimmung von Forst-, Naturschutz-, Tourismus- und Sportvertretern wurden sensible Wald-Habitats geschützt und ausgeweitet, ohne die sportliche Attraktivität des Gebietes zu reduzieren. Von besonderer Bedeutung in diesem Zusammenhang sind die Maßnahmen zur naturverträglichen Lenkung des Skilanglaufs, wie Verlegung und Aufgabe von Loipen, Trassen- und Schneisenverbreiterung in belastbaren Bereichen, gute Loipenpräparierung und Aufstellung von Informationstafeln mit Überblick über das Wege- und Loipennetz an allen Parkplätzen im Bereich des Rohrhardsberges und eindeutige Wegweisung im Gebiet.

Kontakt:

Naturpark Schwarzwald Mitte/Nord e.V.
Landratsamt Freudenstadt
Herrenfelder Straße 14 · 72250 Freudenstadt
Tel. 07441/92 05 21 · Fax 07441/92 04 21
info@naturparkschwarzwald.de
www.naturparkschwarzwald.de

**Mountainbiking ohne Konflikte**

In Zusammenarbeit mit dem „Forum Zukunft Oberfranken“ wurden im Frankenwald zwei Mountainbiking-Zentren geschaffen: Eines am Rennsteig und eines in dem Gebiet Döbraberger/Rodachtal/Steinachtal. Das Streckennetz für Mountainbiker hat eine Gesamtlänge von 350 km und erstreckt sich über 8.000 Höhenmeter. Bei der Planung wurden sowohl die sportliche Attraktivität als auch die Verträglichkeit für Natur und Landschaft berücksichtigt. Sämtliche Streckenverläufe sind daher mit Vertretern der Forstwirtschaft und des Naturschutzes abgestimmt. Neue Wege mussten nicht angelegt werden. Das Routennetz und weitere wichtige Informationen für Mountainbiker sind in einem Kartensatz und einer Begleitbroschüre enthalten.

**Kontakt:**

Frankenwald Tourismus Service Center · Adolf-Kolping-Straße 1 · 96317 Kronach
Tel. 09261/601 50 · Fax 09261/60 15 15
info@frankenwald-tourismus.de · www.frankenwald-tourismus.de

Beispiele

Wasserwandern mit System

Die Wasserwanderstrecke im Bereich der sehr attraktiven Uckermärkischen Seenlandschaft verläuft durch sensible Lebensräume von z.B. Bachmuscheln, Bachneunaugen und Eisvögeln. Da sich die Zahl der Kanuten seit 1994 verdreifacht hat, nahmen die negativen Auswirkungen des Tourismus stark zu. Zur Konfliktreduzierung wurde ein Lenkungs- und Infoleitsystem entwickelt. Es umfasst Infotafeln, Wegweiser, Pegelinformationen, einen Shuttle-Service, Angebote von Alternativtouren und Biwakplätzen sowie die permanente Gebietskontrolle durch die Naturwacht. Naturparkverwaltung, Kanuvermieter, Campingplatzwarte, Kanuverband und Tourismusvereine arbeiten kontinuierlich zusammen. Die Konflikte zwischen Naturschutz und Kanusport konnten nachweislich gemindert werden.

Kontakt:

Naturpark Uckermärkische Seen · Zehdenicker Straße 1 · 17279 Lychen
Tel. 039888/645 30 · Fax 039888/645 55
gisela.esbach@munr-lags.brandenburg.de
www.brandenburg.de/land/mlur/n/b_auf44b.htm



Natur und Landschaft



Landschaft als Kapital

Lästebefragungen in Naturparks zeigen, dass Natur und Landschaft das eigentliche touristische Kapital der Parke sind. Besucher kommen in erster Linie, um die Landschaft zu genießen. Der Wunsch nach intakter Natur und Umwelt ist aber auch generell unter bundesdeutschen Urlaubern weit verbreitet. So legen 50% von ihnen besonderen Wert auf unverbaute Landschaft und 46% wünschen sich den „Schutz und Erhalt der Natur am Urlaubsort“ (Reiseanalyse 2002). Sogar 60% stimmen der Aussage „eher“ oder „vollkommen“ zu, nur dort Urlaub zu machen, „wo die Umwelt wirklich noch intakt ist“ (Reiseanalyse 2000). Auch wenn sich diese Ansprüche derzeit kaum in realem Buchungsverhalten niederschlagen, so weisen sie zumindest auf Zukunftschancen ökologisch intakter Zielgebiete hin.

Die deutschen Naturparke bieten gute Voraussetzungen, um die Sehnsucht nach reizvollen und intakten Landschaften zu erfüllen. In ihnen finden sich Laub-, Nadel- und Mischwälder, Flüsse und Seen, Heiden Moore, Feucht- und Trockenbiotop, Grünland, Äcker und Weinberge. Die zumeist kleinräumig und abwechslungsreich strukturierten Naturparklandschaften regen zum Entdecken an und bieten Lebensräume für nahezu alle in Deutschland beheimateten Tier- und Pflanzenarten.

Angebote statt Verbote

Naturparke streben einen Ausgleich von Naturschutz und Tourismus an. Dieser Ausgleich sollte nur in Ausnahmefällen über ordnungsrechtliche Regelungen vorgenommen werden. Besser geeignet ist in der Mehrzahl der Fälle die Lenkung der Besucher mittels attraktiver Angebote. Grundsatz sollte hierbei sein, reizvolle Einblicke in die Natur zu gestatten, sensible Zonen aber dennoch von Störungen frei zu halten. Das Spektrum von Maßnahmen zur Besucherlenkung ist breit. Lenkende Funktion besitzen u.a. Wegeführung und -qualität, Beschilderung, Karten und Broschüren, Beobachtungseinrichtungen, Parkplätze, Bushaltestellen, Informationspunkte und natürliche Hindernisse. Mit Hilfe eines Besucher-Monitorings, d.h. der Erfassung der Besucherströme in zeitlicher und räumlicher Hinsicht, sollte der Erfolg von Lenkungsmaßnahmen regelmäßig überprüft werden.

Schutz durch Nutzung

Naturparke dienen dem Erhalt, der Entwicklung und der Wiederherstellung von Kulturlandschaften, die sich durch vielfältige Nutzungen und eine große Arten- und Biotopvielfalt auszeichnen. Das charakteristische Bild und die ökologische Vielfalt dieser Landschaften sind das Ergebnis der historisch gewachsenen Bewirtschaftung durch den Menschen. Die stark rückläufige Nutzung ertragsärmerer Flächen und die Aufgabe tradierter Bewirtschaftungsformen haben gravierende Konsequenzen: Offenlandbereiche verbuschen und entwickeln sich später zu Wald. Auch auf Bewirtschaftung angewiesene Waldformen wie Hutewälder gehen verloren. All das reduziert auch den Reiz der Landschaft für die Bevölkerung und Besucher. Mit dem Verlust dieser besonderen Lebensräume verschwinden auch viele Tier- und Pflanzenarten.

Die Aufrechterhaltung der Bewirtschaftung wenig ertragreicher Flächen mit Hilfe von Förderprogrammen kann nicht die alleinige Lösung sein. Ergänzend sollte verstärkt nach Absatzmöglichkeiten für auf diesen Flächen erwirtschaftete Produkte gesucht werden. Häufig bietet gerade der Tourismus interessante Perspektiven. Heubäuer und Pflegeserien aus Bergwiesenheu, Milchprodukte und Fleisch aus extensiver Milchvieh- und Weidewirtschaft oder auch Brot aus ökologischem Getreideanbau können bei gutem Marketing gerade unter Gästen ihre Abnehmer finden, vermitteln sie doch den besonderen Charakter der Region. Schutz durch Nutzung lautet daher das Motto für Naturparke.

Aus der Region für die Region

Hochwertige Produkte aus der Region sind nicht nur frischer und schmecken besser, sondern haben infolge der kurzen Transportwege auch eine wesentlich bessere Ökobilanz als „weitgereiste“ Importprodukte (→ Seite 29). Ihr Vertrieb beschränkt sich derzeit überwiegend auf den Ab-Hof-Verkauf und Bauernmärkte mit insgesamt überschaubaren Verkaufsmengen. Soll das im Bundesnaturschutzgesetz und im VDN-Leitbild formulierte Ziel einer dauerhaft natur- und umweltverträglichen Landnutzung in Naturparks realisiert werden, so ist vor allem der Aufbau effizienter regionaler Vertriebsstrukturen unumgänglich. Aufgrund ihrer regionalen Kompetenz könnten Naturparke ein solches Vorhaben initiieren. Unverzichtbare Partner wären neben den Landwirten die Unterkunfts- und Gastronomiebetriebe aus der Region.

Urlaub auf dem Bauernhof

LGrundlage einer nachhaltigen Landnutzung ist ein solides wirtschaftliches Fundament der einzelnen Betriebe. Zusätzlichen Erwerbsmöglichkeiten kommt hier eine nicht unerhebliche Bedeutung zu. Weit verbreitet sind Angebote für „Urlaub auf dem Bauernhof“. Dieser Urlaubstyp unterliegt grundsätzlich denselben Anforderungen wie andere Beherbergungsformen auch (→ Seite 28 ff). Qualitätssteigerung, zielgruppengenaue Angebote und stärkere Serviceorientierung lauten daher auch hier die Gebote der Stunde. Aufgrund ihrer Bedeutung für den Erhalt der Kulturlandschaft sollten landwirtschaftliche Betriebe mit touristischen Zusatzangeboten besonders unterstützt werden. Dies kann z.B. durch deren Einbindung in Rad- und Wanderrouten, spezielle Fortbildungs- und Beratungsangebote oder auch eigene Angebotsbroschüren für Urlaub auf dem Bauernhof geschehen.



Bundesamt für Naturschutz (Hrsg.):
Naturschutzrelevante Produktions- und Vermarktungskriterien ausgewählter Regionalprodukte, BfN-Skripten 33, Bonn 2001
Bezug: pbox-bfn@bfn.de

Bundesamt für Naturschutz (Hrsg.):
Biodiversität und Tourismus. Konflikte und Lösungsansätze an den Küsten der Weltmeere, Berlin 1997

Deutscher Verband für Landschaftspflege (Hrsg.):
Regional-Post. Forum der deutschen Regionalinitiativen
(Zeitschrift, erscheint viermal jährlich)
Bezug: www.lpv.de

Deutsche Vernetzungsstelle LEADER II (Hrsg.):
Strategien zur nachhaltigen Inwertsetzung ökologisch wertvoller Gebiete, Frankfurt a.M. 2000
Bezug: www.leaderplus.de

Riekens, Sibylle:
Besucherlenkung im naturnahen Raum. Lösungsvorschläge für den Konflikt zwischen Erholung und Naturschutz, Rüsselsheim 1996



Gelenkte Erlebnisse

Der Naturpark Steinhuder Meer ist aufgrund seiner Nähe zu Hannover ein stark frequentiertes Naherholungsgebiet. Zugleich sind das „Meer“ und die angrenzenden Feuchtgebiete Lebensraum für eine Vielzahl von Brut-, Rast- und Standvögeln, darunter zahlreiche bedrohte Arten. Ein ausgeklügeltes Besuchermanagement inklusive eines Zonierungskonzeptes ermöglicht es, die Sport- und Erholungsansprüche mit dem Schutz der Feuchtgebiete zu vereinbaren. Die Zonen, in denen Wassersport, Radfahren und Wandern Vorrang haben, sind genauso festgelegt wie die Bereiche, in denen sich die Natur ohne Störungen entfalten kann. Beobachtungstürme und ausgewiesene Wege ermöglichen den Besuchern dennoch Einblicke in sensible Naturräume.

Kontakt:

Naturpark Steinhuder Meer
Hildesheimer Straße 20 · 30169 Hannover
Tel. 0511/989 22 11 · Fax 0511/989 12 31 28
info@naturpark-steinhuder-meer.de
www.naturpark-steinhuder-meer.de



Beispiele

Nutzung von Bergwiesen

Charakteristisch für den Naturpark Erzgebirge/Vogtland sind dessen Bergwiesen. Ziel des vom Naturpark in Kooperation mit den regionalen Landschaftspflegeverbänden durchgeführten Projektes ist es, diese Elemente der Kulturlandschaft langfristig zu erhalten und zu entwickeln. Erster Schritt hierzu waren die Kartierung und Katalogisierung der Bergwiesen des Mittleren Erzgebirges. In Abstimmung mit Eigentümern bzw. Flächennutzern wurden anschließend für besonders bedeutende Gebiete Nutzungskonzepte erstellt. Zusätzlich wurden die Partner bei der Beantragung von Fördermitteln unterstützt.

Kontakt:

Zweckverband Naturpark
Erzgebirge/Vogtland
Schloßplatz 8 · 09487 Schlettau
Tel. 03733/62 21 06 · Fax 03733/62 21 07
naturpark@tira.de
www.naturpark-erzgebirge-vogtland.de

Weiderindfleisch aus der Ökoregion

Das Projekt im Naturpark Oberer Bayerischer Wald dient der Pflege der Kulturlandschaft durch eine wirtschaftlich rentable Nutzung. Die Offenhaltung der Landschaft durch extensive Beweidung mit einer begrenzten Rinderzahl pro Hektar erhält die Artenvielfalt der typischen Flora bzw. stellt diese wieder her. Zudem werden durch die Verarbeitung und Vermarktung des qualitativ hochwertigen Rindfleischs in der Region geschlossene Stoffkreisläufe gefördert. Das Projekt ist Teil des vom Bayerischen Umweltministerium geförderten Arten- und Biotop-schutzprogramms „Ökoregion Lam-Lohberg“. Die Umsetzung des Projektes haben der Markt Lam, die Gemeinde Lohberg, der Landkreis Cham und der Naturparkverein gemeinsam auf den Weg gebracht. Zur Zeit nehmen ca. 30 Landwirte und Gastronomen an dem Projekt teil. Ihre Erlöse liegen deutlich über den ansonsten zu erzielenden durchschnittlichen Erträgen.

Kontakt:

Ökoregion Lam-Lohberg · Schulweg 4 · 93462 Lam · Tel. 09943/ 94 15 14
Fax 09943/ 94 15 22 · anfrage@oekoregion-lam-lohberg.de
www.oekoregion-lam-lohberg.de/weiderindfleisch



Käse-Route

Die Käserei hat im Schwarzwald eine jahrhundertealte Tradition. Saftige, kräuterreiche Wiesen und Weiden ermöglichen die Herstellung vielfältiger Käsesorten. Vom reifen Hartkäse, über Weichkäsesorten bis hin zu Frischkäsesorten ist auf den Hofkäseereien oder auf den Bauernmärkten in der Region Südschwarzwald alles zu entdecken. An der Käse-Route im Naturpark partizipieren 14 bäuerliche Hofkäseereien. Die Lage der Höfe kann einer Karte im Faltpapier zur Route entnommen werden. Des Weiteren erfährt man dort die Kontaktadressen der Höfe einschließlich der e-mail-Adressen sowie eine Kurzbeschreibung der jeweiligen Erzeugnisse, Öffnungszeiten, Hofführungen etc. An der Realisierung der Käse-Route waren der Bund Badischer Landjugend e.V., die Kurverwaltungen der Gemeinden Breitenau, Hinterzarten, Münstertal, Schluchsee und Titisee-Neustadt sowie der Verein Regionalmarkt Südlicher Schwarzwald beteiligt.

Kontakt:

Regionalmarkt Südlicher Schwarzwald e.V.
Geschäftsstelle · Rathausstraße 9 · 79872 Bernau/Schwarzwald
Tel. 07675/92 19 52 · Fax 07675/92 19 54
regionalmarkt-ssw@t-online.de · www.regionalmarkt-ssw.de



Beispiele

Frankenwald Brot

„Die Kunden kaufen es, weil es schmeckt“, sagt einer der Bäckermeister aus dem Naturpark Frankenwald über das „Frankenwald-Brot“. Dieses ist eines der „Produkte für unsere Umwelt“, zu denen auch noch Honig, Wildbret, Holz und Bergwiesenheu gehören. Die Herstellung der Frankenwald-Produkte unterliegt strengen Kriterien. So wird zum Beispiel das Getreide für das Frankenwald-Brot spritzmittel-frei, mit minimiertem Düngemittel-einsatz, naturschonender Fruchtfolge und unter ständiger Kontrolle in der Region angebaut. Das Projekt „Produkte für unsere Umwelt“ läuft unter der Federführung des Landschaftspflegeverbandes Frankenwald in Kooperation mit zahlreichen Partnern. Ziel ist die nachhaltige Erzeugung land- und forstwirtschaftlicher Produkte und deren Vermarktung in der Region. Dies dient dem Erhalt der typischen Kulturlandschaft des Frankenwaldes und der Sicherung von Arbeitsplätzen.

Kontakt:

Landschaftspflegeverband Frankenwald Landkreis Kronach e.V.
Naturschutzzentrum Mitwitz · Unteres Schloß · 96268 Mitwitz
Tel. 09266/82 52 · Fax 09266/64 42
naturschutzzentrum.mitwitz@t-online.de · www.oekologische-bildungsstaette.de



Klettern und Artenschutz

Um die charakteristische Landschaft der Fränkischen Schweiz wieder sichtbar zu machen, wurde das Projekt „Fels- und Hangfreistellungen“ im Naturpark Fränkische Schweiz – Veldensteiner Forst initiiert. Ein Gesamtkonzept dient als Umsetzungsgrundlage aller staatlich geförderten Einzelmaßnahmen, deren Träger die Naturparkgemeinden sind. Die touristische Aufwertung des Landschaftsbildes steht als gleichwertiges Ziel neben dem Arten- und Biotop-schutz. Dreh- und Angelpunkt ist die Schaffung eines übergreifenden Biotopverbundsystems von Mager-, Trocken- und Felsstandorten. In Folge der Maßnahmen ist allerdings eine Zunahme des in der Region traditionell beheimateten Klettersports zu verzeichnen. Der Naturpark bemüht sich daher um die Realisierung eines naturverträglichen Kletterkonzeptes. In einem Viertel des Naturparkgebietes wird bereits die einheitliche 3-Zonen-Regelung („Kletterverbot“, „Klettern im Status Quo“ und „Weitererschließung“) angewendet. Schilder und Übersichtstafeln mit Erklärungen sowie Verhaltensmaßregeln für Kletterer sind Komponenten des Konzeptes. In Planung ist ein Faltpapier zum Thema „Erlebensraum Fels“. Das erfolgreiche Projekt findet sowohl bei der örtlichen Bevölkerung als auch bei den Gästen große Resonanz.

Kontakt:

Naturpark Fränkische Schweiz-Veldensteiner Forst e.V.
Geschäftsstelle · Rathaus · 91278 Pottenstein
Tel. 09243/708 16 · Fax 09243/708 10
info@fsvf.de · www.fsvf.de

Kultur und regionale Identität



Land und Leute

Urlauber schätzen den Kontakt zu Land und Leuten, kurz: die Kultur der besuchten Region. 57% der Urlauber verbringen ihren Urlaub „am liebsten dort, wo man den ursprünglichen Charakter des Ortes fühlt“ (Reiseanalyse 1999). Und 31% gaben in derselben Befragung an, innerhalb der letzten drei Jahre häufig oder sogar sehr häufig kulturelle/historische Sehenswürdigkeiten besucht zu haben. Immerhin noch jeder achte Bundesbürger hat Interesse an Studienreisen (Opaschowski 2001).

Naturparke verfügen nicht nur über reizvolle Landschaften, sondern haben auch im kulturellen Bereich einiges zu bieten. Die Jahrhunderte währende Auseinandersetzung zwischen Mensch und Natur hat in der Landschaft, aber auch in Stadtbildern, Architektur, Kunst, Handwerk, Festen, Mentalität, Sitten und Gebräuchen etc. ihre Spuren hinterlassen. Diese Spuren machen für den Gast häufig den besonderen Reiz eines Gebietes aus und tragen wesentlich dazu bei, dass sich die Bevölkerung mit ihrer Region identifiziert. Zugleich bieten sie vielfältige Chancen zur Aufwertung und Erweiterung des touristischen Angebotes.



Tradition und Moderne

Der Erhalt von Baudenkmalern und die Pflege von Traditionen leisten einen wesentlichen Beitrag zur kulturellen Attraktivität eines Gebietes. Gäste genießen den Charme der Vergangenheit und den Gegensatz zum anonymen und hektischen Leben in Ballungsräumen. Dies darf jedoch nicht zu einem Einfrieren von Entwicklungen führen.

Kultur ist lebendig und immer in Bewegung. Der Umgang mit dem kulturellen Erbe sollte sich daher nicht auf nostalgische Verklärung der Vergangenheit reduzieren. Naturparke sollten sich stattdessen nach innen und außen als Gebiete präsentieren, die ihre Wurzeln kennen und pflegen, sich aber Innovation und Fortschritt nicht verschließen. Die Restaurierung und Umnutzung historischer Bausubstanz, moderne Architektur mit deutlich regionalem Bezug und Ausstellungen zeitgenössischer Kunst deuten mögliche Perspektiven der kulturellen Entwicklung im ländlichen Raum an.

Kultur statt Klischees

Kultur in Naturparken sollte authentisch sein und auf Klischees verzichten. Was zählt, ist auch hier das Besondere und Unverwechselbare. Dies können ein historischer Stadtkern, interessante Galerien, ein besonderes Fest und vieles andere mehr sein.

Souvenirs aus Taiwan gibt es überall, typische Produkte aus dem Naturpark sind hingegen einmalig. Eine mundgeblasene Weinkaraffe oder eine handgetöpferte Vase wecken bei jeder Benutzung Urlaubserinnerungen. Ein heimischer Obstbrand, würziger Käse oder naturreiner Blütenhonig lassen den Aufenthalt im Naturpark auch im Nachhinein noch auf der Zunge zergehen.

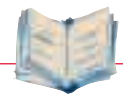
Verstaubte Museen und altbackene Angebote finden dagegen zunehmend weniger Anhänger. Auch auf dem kulturellen Sektor geht Qualität vor Quantität. Kulturelles Erlebnis mit allen Sinnen heißt die Zauberformel. Das originalgetreue Einfahren in ein Besucherbergwerk, das eigenhändige Spalten einer Schieferplatte im Museum oder das Mahlen von Getreide in einer restaurierten Wassermühle sind nur einige Beispiele hierfür. Konzerte, Theater und Feste in Schlössern oder Burgen lassen bekannte Sehenswürdigkeiten in einem ganz anderen Licht erscheinen.

Für viele Naturparkbesucher ist die Verknüpfung von Landschafts- und Kulturgenuss besonders reizvoll. Themenwanderungen und -routen (z.B. Mühlenweg, Schlössertour oder „Auf den Spuren von ...“) sind für diese Gäste passende Angebote.

Professionell und besucherfreundlich

Selbst der größte Kulturliebhaber ist verärgert, wenn er unverhofft vor verschlossener Tür steht. Kundenfreundliche Öffnungszeiten sind daher auch für Museen und Sehenswürdigkeiten ein Muss. Zum Besucherservice gehören außerdem eine gute Beschilderung, aktuelle Kultur-Informationen im Internet und eine Angebotsübersicht im Katalog bzw. in einer gesonderten Broschüre. Eine Kultur-Card, die zu einem günstigen Pauschalpreis den Besuch der wichtigsten Sehenswürdigkeiten in der Region ermöglicht, kann weitere Anreize schaffen.

Wichtig ist, dass die kulturellen Angebote in sich stimmig sind und zum touristischen Gesamtangebot passen. Insbesondere Events mit überregionaler Ausstrahlungskraft besitzen einen erheblichen touristischen Werbewert. Umso sorgfältiger sollte allerdings auch ihre Auswahl erfolgen. Denn nur so lässt sich ein unverwechselbares Profil schaffen.



Dreyer, Axel (Hrsg.):
Kulturtourismus, 2. Aufl., München 2000
Becker, Christoph;
Steinecke, Albrecht (Hrsg.):
Kulturtourismus in Europa –
Wachstum ohne Grenzen, Trier 1993
Bezug: www.eti.de

Nicht nur die Gretchenfrage...

wird während der Faust-Festspiele Kronach in der nunmehr achten Spielzeit im Jahr 2002 gestellt. Der Erfolg der Inszenierungen im Naturpark Frankenwald gründet auf einem sehr volksnahen Konzept: Berühmte Theaterklassiker, u.a. Faust I und II, werden straff gekürzt als gefühlsbetontes und bildstarkes Theater dargeboten. Die Festspiele werden im passenden Ambiente auf der Festung Rosenberg – einer der größten erhaltenen Festungsanlagen Europas – aufgeführt. Die Nachfrage von Besuchern aus dem ganzen Bundesgebiet steigt von Jahr zu Jahr. 2001 betrug die Auslastung neunzig Prozent.

**Kontakt:**

Frankenwald Tourismus Service Center
Adolf-Kolping-Strasse 1 · 96317 Kronach
Tel. 09261/601 50 · Fax 09261/60 15 15
info@frankenwald-tourismus.de
www.frankenwald-tourismus.de

Flyer »Museen und Galerien«

Im Naturpark Insel Usedom wurde im Februar 2002 in Zusammenarbeit von vier Museen ein gemeinsamer Flyer herausgegeben. Der Gast wird durch die dichte Museumslandschaft Usedom geführt, indem er auf eine kompakte, aber sehr ansprechende Art und Weise Informationen erhält. Dazu gehören die Adressen und Öffnungszeiten von 24 Museen und Galerien auf der Insel Usedom und in ihrer Umgebung. Die vier Träger und Kooperationspartner sind ausführlicher dargestellt. Die herausgebenden Museen werben mittels des Flyers für die gesamte Region und gucken somit weit über den Tellerrand ihrer eigenen Einrichtung hinaus. Die Veröffentlichung des Flyers soll den Beginn einer längerfristigen Zusammenarbeit markieren.

Kontakt:

HTI Historisch Technisches Informationszentrum Peenemünde
Im Kraftwerk · 17449 Peenemünde
Tel. 038371/50 50 · Fax 038371/50 51 11
hti@peenemuende.de · www.peenemuende.de

Historisch Technisches Informationszentrum Peenemünde

Das Historisch Technische Informationszentrum (HTI) in Peenemünde im Naturpark Insel Usedom befindet sich auf dem Gelände der 1936 gegründeten ehemaligen Heeresversuchsanstalt. Im Auftrag der Wehrmacht wurden hier zur Zeit des Nationalsozialismus neuartige Waffen entwickelt, darunter die sogenannten „Vergeltungswaffen“, die als V1 und V2 traurige Berühmtheit erlangten. Die V2 gilt heute als Vorläufer sowohl aller militärischen Langstreckenraketen als auch der zivilen Weltraumträger. In der Ausstellung wird das Thema so präsentiert, dass sich dem Besucher Fragen nach der Verantwortung von Technik und Wissenschaft gegenüber dem Menschen und der Natur stellen. Die Geschichte des militärischen Sperrgebietes wird aus vielfältiger Sicht (z.B. hochspezialisierter Wissenschaftler, Zwangsarbeiter) ergreifend dargestellt. Das HTI gehört mit 300.000 Gästen pro Jahr zu den am meistbesuchten Museen in Deutschland.

**Kontakt:**

HTI Historisch Technisches Informationszentrum Peenemünde
Im Kraftwerk · 17449 Peenemünde · Tel. 038371/505-0 · Fax 038371/505-111
hti@peenemuende.de · www.peenemuende.de

Alte Scheunen in neuem Glanz

Das Scheunenviertel in Steinhude im Naturpark Steinhuder Meer war ein sanierungsbedürftiges Ensemble aus ehemals sieben Scheunen, freien Scheunengrundstücken und einem zentralen Platz, der als Festplatz diente. Die Stadt Wunstorf hat die „Revitalisierung des Scheunenviertels in Steinhude“ als dezentrales Projekt zur Weltausstellung EXPO 2000 verwirklicht. Die bestehenden Scheunen wurden sorgfältig renoviert und fehlende Gebäude adäquat ergänzt. Drei Scheunen – die ältesten des jetzigen Ensembles – wurden aus dem Neustädter Land ins



Scheunenviertel umgesetzt. Heute sind in den insgesamt 13 Scheunen u.a. die Naturpark-Informationsstelle, ein Spielzeugmuseum, Galerien und Gastronomie untergebracht. Der Platz zwischen den Scheunen wird für Märkte und andere Veranstaltungen genutzt.

Kontakt:

Naturpark Steinhuder Meer · Hildesheimer Straße 20 · 30169 Hannover
Tel. 0511/989-2211 · Fax 0511/989-123128
info@naturpark-steinhuder-meer.de · www.naturpark-steinhuder-meer.de
www.scheunenviertel-steinhude.de

Auf den Spuren der Römer

Der seit Herbst 2001 im Naturpark Schwäbisch-Fränkischer Wald bestehende Limespfad führt die Besucher auf die Spuren der Römer. Der Obergermanisch-Rätische Limes ist das größte Bodendenkmal Europas und soll 2004 als Weltkulturerbe in die UNESCO-Liste bedeutender Bauwerke aufgenommen werden. Unter dem schützenden Dach des Fränkischen Waldes sind im Naturpark eindrucksvolle Überreste dieser römischen Grenzbefestigung erhalten geblieben. Durch die vorbildliche Zusammenarbeit zwischen dem Fremdenverkehrsverein Mainhardt, den Gemeinden, Forstämtern und dem Naturparkverein entstand der drei Landkreise durchquerende 50 km lange Wanderweg. Zwölf anschauliche Info-Tafeln, Wälle, Ruinen von Kastellen, rekonstruierte Wachtürme, Meilensteine und Pilsaden liefern ein abwechslungsreiches Zeugnis der römischen Vergangenheit der Region.

Kontakt:

Naturpark Schwäbisch-Fränkischer Wald e. V.
Forsthaus Mönchsberg · 74535 Mainhardt
Tel. 07903/13 31 · Fax 07903/75 39
naturpark.sfw@t-online.de · www.naturpark-schwaebisch-fraenkischer-wald.de



Beispiele

Flößerregion Frankenwald

Von Ende Mai bis Anfang September treiben fast jeden Samstag mehr als zwanzig Flöße mit Steuermann und Besatzung die wilde Rodach im Naturpark Frankenwald hinab. So spritzig und turbulent ging's beim Flößen allerdings nicht immer zu. Die Ursprünge der Flößerei im Frankenwald reichen Jahrhunderte zurück. Stämme aus dem Frankenwald wurden bis nach Rotterdam geflößt. Im Flößermuseum in Unterrodach werden die Geschichte und die herausragende historische Bedeutung dieses harten Broterwerbs umfassend dargestellt. Der Besucher erfährt in dem ehemaligen Flößerherrenhaus u.a. Wissenswertes über den Arbeitsalltag des Flößers. Heute lebt das Flößen als touristische Attraktion wieder auf. „Freizeit-Flößer“ erhalten nach erfolgreichem Bestehen der „Rodachtaufe“ das Flößerdiplom.

Kontakt:

Frankenwald Tourismus Service Center, Adolf-Kolping-Straße 1 · 96317 Kronach
Tel. 09261/601 50 · Fax 09261/60 15 15
info@frankenwald-tourismus.de · www.frankenwald-tourismus.de



Information und Bildung



Wachsende Ansprüche

Naturparke umfassen Landschaften von besonderer Vielfalt, Eigenart und Schönheit, die über Jahrhunderte hinweg von Menschenhand geprägt worden sind. Zu ihren selbstgesteckten Aufgaben zählt es, mit Hilfe von Informations- und Erlebnisangeboten das Verständnis für Natur und Kultur der Region zu fördern.

Das Spektrum der Angebote ist breit. Es beinhaltet u.a. Broschüren, Informationstafeln, Informationszentren, Führungen und Veranstaltungen. Die Ansprüche an die Qualität dieser Informationsangebote wachsen. Im Medien- und Informationszeitalter geben sich immer weniger Besucher mit Mittellaß zufrieden.

Gleiches gilt für die Ansprüche an die Servicequalität in Naturparks. Hierunter fallen z.B. besucherfreundliche Öffnungszeiten von Informationszentren, eine zentrale Naturpark-Infoline, die Vorhaltung von Schlechtwetteralternativen für Führungen und nicht zuletzt die Freundlichkeit des Servicepersonals.



Lust auf Natur

Erfragt ist vor allem eine zeitgemäße Informationsvermittlung, die auf Anregungen statt Belehrungen und Faszination statt Langeweile setzt. Der erhobene Zeigefinger hat längst ausgedient. Anklang finden demgegenüber die Ansprache aller Sinne, die Anregung zu eigenen Aktivitäten und die Möglichkeit zum Entdecken von Zusammenhängen. Unverzichtbar ist zudem die attraktive und anregende Aufbereitung der Informationen.

Lehrpfade mit textlastigen und wenig ansprechenden Tafeln stoßen nur auf wenig Gegenliebe. Mehr Zuspruch finden Erlebnispfade, die die Besucher aktiv einbeziehen. Ähnliches gilt für Informationszentren. Attraktive Broschüren zeichnen sich durch knappe und präzise Texte, aussagekräftige Fotos und Graphiken, übersichtliche und zeitgemäße Gestaltung und ein nutzerfreundliches Format aus. Zu einem modernen Naturpark-Informationsangebot gehört ein aktueller, informativer und gut gestalteter Internet-Auftritt. Eine einprägsame Web-Adresse nach bundesweit einheitlichem Schema ([www.naturpark-\[name\].de](http://www.naturpark-[name].de)) und die gegenseitige Verlinkung mit der jeweiligen zentralen Tourismus-Website sollten eine Selbstverständlichkeit sein.

Maßgeschneiderte Angebote

Nicht jedes Angebot passt zu jedem Gast. Naturparke müssen sich zukünftig vermehrt Gedanken über eine stärkere Individualisierung und Zielgruppenorientierung ihrer Informationsangebote machen. So kann z.B. das Basisangebot an „Jedermann“-Führungen um spezielle Führungen für Schüler, Birdwatcher etc. ergänzt werden. Multimedia-Stationen in Informationszentren ermöglichen den Nutzern die individuelle Auswahl von Informationen. Wenn Zentren auch von Familien besucht werden sollen, müssen gesonderte Angebote für Kinder vorhanden sein. Die Aufzählung ließe sich fortsetzen.



Mit Training zum Erfolg

Die wachsenden Gästeansprüche in allen Feldern der touristischen Leistungskette (→Seite 25) stellen die Naturparke und ihre Partner vor hohe Herausforderungen. Qualifizierte Mitarbeiter sind wichtiger denn je. Nicht nur beim Naturpark selbst, sondern bei allen Leistungsträgern. Regelmäßige Fortbildung heißt daher das Gebot der Stunde.

Angesprochen sind zum einen die Naturpark-Mitarbeiter selbst. Zum anderen aber auch Kräfte aus den touristischen Marketingorganisationen, Unterkunfts- und Gastronomiebetrieben, Sportanbieter, Gesundheitsdienstleister, Handel etc. Nur wenn ihre Leistungen insgesamt ein rundes Bild ergeben, kann der Gast seinen Aufenthalt im Naturpark genießen.

Das Themenspektrum für Fortbildungen ist breit. Gastronomie-seminare zur regionalen Küche, Training von Naturpark-Messepersonal und „Urlaub auf dem Bauernhof“-Fortbildungen von Landwirten sind nur einige Beispiele. Vor allem aber kommt es darauf an, allen Leistungsträgern vor Ort den Naturpark und seine Angebote nahe zu bringen. Nur Gastgeber, die sich selbst mit dem Naturpark identifizieren, können auch ihre Gäste begeistern.

Mögliche Partner für Trainingsangebote sind z.B. die Tourismusinstitutionen, die regionalen Industrie- und Handelskammern sowie die Natur- und Umweltschutzverbände. Nicht vergessen werden sollte, dass Qualifizierungsmaßnahmen auch zur Sicherung von Arbeitsplätzen beitragen.



Ebers, Sybille; Laux, Lukas;
Kochanek, Hans-Martin:
Vom Lehrpfad zum Erlebnispfad. Handbuch
für Naturerlebnispfade, Wetzlar 1998

Küblböck, Stefan:
Zwischen Erlebnissegesellschaft und
Umweltbildung. Informationszentren
in Nationalparks, Naturparks und
Biosphärenreservaten, München 2001

Naturerlebnisdorf Nettersheim

Ein umfassendes Angebot zum Kennenlernen und Entdecken von Natur und Landschaft im Deutsch-Belgischen Naturpark Hohes Venn-Eifel bietet das Naturerlebnisdorf Nettersheim. Dauer- und Wechselausstellungen im Hauptgebäude, der „Alten Schmiede“, den „Werkhäusern“ und dem alten Bauernhaus mit angeschlossenem Garten veranschaulichen auf lebendige Art die Hintergründe und Wurzeln der Region. Erlebnis- und Entdeckungspfade führen durch das Dorf und zu den vielen Sehenswürdigkeiten. Das Zentrum für außerschulische Umwelterziehung ist auf Kindergruppen- und Schulklassenprogramme unter fachlicher Begleitung spezialisiert.

Kontakt:

Naturschutzzentrum Eifel
Römerplatz 8-10 · 53947 Nettersheim
Tel. 02486/12 46 · Fax 02486/78 78
nettersheim@eifel-online.de
www.nettersheim.de



Beispiele

»Natour-Haßberge«

Die Naturerlebnispfade im Naturpark Haßberge tragen dazu bei, das Verständnis für die Zusammenhänge zwischen Natur, Landschaft und Umwelt bei Kindern, Jugendlichen und Erwachsenen zu fördern und diese für die Thematik zu sensibilisieren. „Natour-Haßberge“ – dieser Erlebnisweg bei Königberg beinhaltet 13 unterschiedlich gestaltete interaktive Stationen: Vom Holzklangspiel, über den Tierweitsprung und den Sinnespfad bis hin zum Lauschplatz im Weidenzelt. Spielerisch und Neugier weckend wird so Begeisterung für den Natur- und Landschaftsschutz bei den verschiedenen Zielgruppen aufgebaut.

Kontakt:

Naturpark Hassberge e.V.
Am Herrenhof 1 · 97437 Haßfurt
Tel. 09521/272 24 · Fax 09521/271 01
info@naturpark-hassberge.de
www.naturpark-hassberge.de



»Winterakademie«

Für die Touristiker der Insel Usedom gibt es seit sechs Jahren die Möglichkeit, die besucherärmere Zeit im Winter für Weiterbildungen zu nutzen. Die sogenannte „Winterakademie“, die von der Industrie- und Handelskammer (IHK) zu Neubrandenburg in Kooperation mit der Regionalen Dienstleistungs- und Entwicklungsgesellschaft (REDEG) organisiert wird, bietet zahlreiche Kurse für die Beschäftigten der Tourismusbranche. Die Angebote reichen beispielsweise von Regionalgeschichte und „Gekonnt Gäste empfangen“ bis zu Fachenglisch. Finanziert werden die Kurse überwiegend aus dem Europäischen Sozialfond und dem Landesprogramm „Arbeit und Qualifizierung“.

Kontakt:

Industrie- und Handelskammer
zu Neubrandenburg
Johannesstraße 8b · 17034 Neubrandenburg
Tel. 0395/425 67 14 · Fax 0395/425 67 16
winterakademie@reded.de

Informations- und Umweltzentrum Naturpark Altmühltal

Von A wie Angeln bis Z wie Zimmersuche erhalten Urlauber im Informationszentrum des Naturparks Altmühltal die passende Antwort. Das Haus ist aber mehr als touristische Servicezentrale: Die barocke Kuppelhalle ist ein faszinierender Kunstraum, die Ausstellungen „Natur“ und „Kultur“ geben Aufschluss über die Altmühltalregion, im Biotopgarten und Naturerlebnisraum entdeckt man die Fauna und Flora im Naturpark. Anfassen, begreifen, fragen, staunen, verstehen oder einfach nur bewundern – im Informationszentrum begegnet man der Altmühltalregion auf intensive Weise. Feste Bestandteile der Aktivitäten des Umweltzentrums sind die Veranstaltungsreihe „Natur erleben für jung und alt“ und das Exkursionsprogramm „Geführte Wanderungen und Exkursionen auf Bestellung“. Weitere Mosaiksteine der Umweltbildung sind Aktionen, Seminare, Fortbildungen und Projekte. Zusätzliche Besucherattraktion ist der „Garten der Sinne“ – ein speziell für Geh- und Sehbehinderte angelegter Teil des Biotopgartens. Alle Angebote richten sich sowohl an die einheimische Bevölkerung als auch an die Urlaubsgäste im Naturpark.

Kontakt:

Informations- und Umweltzentrum
Naturpark Altmühltal
Notre Dame 1 · 85072 Eichstätt
Tel. 08421/987 60 · Fax 08421/98 76 54
umweltzentrum@naturpark-almuehltal.de
www.naturpark-almuehltal.de



Konzept zur Landschaftsinterpretation

Auf Initiative des Deutsch-Belgischen Naturparks Hohes Venn-Eifel und des Geo-Zentrums Vulkaneifel wurde ein grenzübergreifendes Gesamtkonzept zur Landschaftsinterpretation erarbeitet. Es zielt auf die Entwicklung hochwertiger und profilierter Naturerlebnisangebote. Schwerpunktthemen wie z.B. „Wasser“ oder „Vulkane“ sollen die inhaltliche Verknüpfung und in der Folge auch die Kooperation der bestehenden Informationseinrichtungen verbessern. Im Mittelpunkt der Angebote sollen die Faszination und Schönheit der Landschaft stehen. Durch die Konzentration der Angebote auf ohnehin erschlossene Gebiete soll zugleich ein Beitrag zur Besucherlenkung geleistet werden.

Kontakt:

Deutsch-Belgischer Naturpark Hohes Venn - Eifel
Steinfelder Straße 8 · 53947 Nettersheim
Tel. 02486/91 11 17 · Fax 02486/91 11 16
info@naturpark-hohesvenn-eifel.de
www.naturpark-hohesvenn-eifel.de

»Gemeinsam Natur erleben«

Unter diesem Slogan bietet der Naturpark Steinhuder Meer zwei naturkundliche Erlebnis Touren durch den Meerbruch und das Moor speziell für Gruppen bis 30 Personen an. Ein solcher erlebnisreich gestalteter Tag beinhaltet z.B. die Begrüßung durch einen Mitarbeiter des Naturparks im Infozentrum Steinhude, eine Filmvorführung zum Thema im modernen Naturparkkino, die Bootsfahrt zum Ausgangspunkt der Wanderung, die Führung durch das Schutzgebiet Meerbruch und einen gemütlichen Ausklang des Tages bei einem gemeinsamen Kaffeetrinken oder Abendessen in Steinhude.

Kontakt:

Naturpark Steinhuder Meer
Hildesheimer Straße 20 · 30169 Hannover
Tel. 0511/989 22 11 · Fax 0511/989 12 31 28
info@naturpark-steinhuder-meer.de · www.naturpark-steinhuder-meer.de



Verkehr und Umweltschutz



Der mobile Gast

Gäste wünschen eine möglichst schnelle, bequeme und unkomplizierte Anreise zu ihrem Ausflugs- oder Urlaubsziel und möchten vor Ort ausreichend mobil sein, um die Region entdecken zu können. Die Mehrzahl der bundesdeutschen Bevölkerung setzt dabei auf das Auto. 65% aller Tagesausflüge und 50% aller Urlaubsreisen werden mit dem PKW unternommen. Busreisen liegen mit 11 bzw. 10% auf Platz zwei. Bahn und Öffentlicher Personennahverkehr (ÖPNV) befördern zusammen 8% der Tagesausflügler, bei Urlaubern beträgt der Anteil der Bahnreisenden 7%. Immerhin ebenfalls 7% aller Tagesausflüge erfolgen per Fahrrad (Opaschowski 2001, Reiseanalyse 1999).

Angesichts der negativen Folgen des PKW-Verkehrs für die Umwelt (Ressourcenverbrauch, CO₂-Emissionen, Flächeninanspruchnahme) bieten die genannten Zahlen keinen Anlass zur Begeisterung. Die schlechte Erreichbarkeit mancher Naturparke mit der Deutschen Bahn und die fehlenden Angebote zur Fortbewegung in der Region wecken jedoch auch Verständnis für die Bevorzugung des Autos.

Weitere Schwachpunkte der Anreise mit öffentlichen Verkehrsmitteln können mehrmaliges Umsteigen, Wartezeiten auf Anschlusszüge und veraltetes Zugmaterial sein. Die Naturparkverwaltungen haben hierauf nur begrenzten Einfluss. Beispiele zeigen jedoch, dass Verhandlungen mit der Bahn z.B. zur Erprobung umsteigefreier Verbindungen erfolgreich sein können. Insbesondere die Aktion „Fahrtziel Natur“ der Deutschen Bahn (→Seite 50) bietet hier gute Anknüpfungspunkte.

Naturparkgäste wollen die Region erkunden. Dies erfordert Busverbindungen, deren Streckenführung und Fahrpläne sich an Freizeitbedürfnissen orientieren, also z.B. Ausgangspunkte von Wanderungen und Sehenswürdigkeiten ansteuern. Umwelttickets, die zu einem günstigen Pauschalpreis die Nutzung aller öffentlichen Verkehrsmittel im Naturpark ermöglichen, bieten zusätzliche Anreize.

Um dem Gast die Entscheidung für einen Urlaub ohne oder mit weniger Auto zu erleichtern, müssen ihm die Möglichkeiten zu umweltschonender Mobilität bekannt sein. Die Aufnahme von Verbindungen, Fahrplänen und Fahrradverleihen in Gastgeberverzeichnisse und Internet sollte daher selbstverständlich sein. Ein zusätzlicher Service ist der Verkauf und Versand von Bahn-, Bus- und Schiffstickets durch die Tourist-Information.



Unbeschwert Bummeln

Unbekannte Städte und Ortschaften lassen sich am besten zu Fuß entdecken. Der reichverzierte Torbogen, das elegante Schuhgeschäft und das versteckte Restaurant blieben ansonsten unbemerkt. Selbst dem überzeugtesten Autofahrer macht ein solcher Bummel ohne Lärm und Abgase entschieden mehr Spaß als an einer dicht befahrenen Straße. Auch die Unterkünfte sollten eher ruhig liegen.

Fußgängerzonen und Verkehrsberuhigung sind daher gerade in Naturpark-Ortschaften unverzichtbar. Daneben tragen auch ausreichend breite Fuß- und Radwege, gute Abstellmöglichkeiten für Fahrräder und ein klares Parkleitsystem zur Vermeidung unnötiger innerörtlicher PKW-Fahrten bei.

Naturschutz beginnt vor der Haustür. Innerörtliche Entsiegelungs- und Begrünungsmaßnahmen steigern das Wohlbefinden, verbessern die Luftqualität und schaffen zusätzliche Lebensräume für Tier- und Pflanzenarten.

Mit Energie zum Ziel

Nachhaltige Entwicklung verlangt einen effizienteren Umgang mit Ressourcen und die verstärkte Nutzung regenerativer Energien. Durch vorbildliche Lösungen in den eigenen Einrichtungen können Naturparke für die einheimische Bevölkerung und die Besucher ein Zeichen setzen. Die Möglichkeiten sind vielfältig, müssen aber auf den jeweiligen Einzelfall abgestimmt werden.

Die Solaranlage auf dem Dach des Informationszentrums kann den Warm-



wasserbedarf des angeschlossenen Cafés decken, eine gute Wärmedämmung reduziert den Energiebedarf für die Beheizung, der benötigte Strom stammt aus regenerativen Energiequellen („Grüner Strom“) und moderne Sanitärtechnik sorgt für einen geringen

Wasserverbrauch. Die getrennte Abfallsammlung sollte zumindest an Punkten mit hohem Besucheraufkommen selbstverständlich sein. Die Gäste der Naturpark-Einrichtungen sollten über die dort praktizierten Umweltschutzmaßnahmen möglichst anschaulich informiert und zur Nachahmung angeregt werden. Hierzu gehören u.a. Informationen über Einsparpotenziale und aktuelle Fördermöglichkeiten.



ADAC (Hrsg.):
Verkehr in Fremdenverkehrsgemeinden. Lösungsvorschläge für die Bewältigung von Verkehrsproblemen. Eine Planungshilfe für Ferienorte mit praktischen Beispielen, München 1993
Bezug: verlag@zentrale.adac.de

Verkehrsclub Deutschland (Hrsg.):
Naheholung. Neue Wege in den Urlaub, Bonn 2002
Bezug: www.vcd.org

Bundesumweltministerium (Hrsg.):
Erneuerbare Energien und Nachhaltige Entwicklung. Natürliche Ressourcen – umweltgerechte Energieversorgung, 3. Aufl., Berlin 2000
Bezug: www.bmu.de

Usedomer Bäderbahn

Die Usedomer Bäderbahn (UBB) verbindet innerhalb der Sommer-Saison im 30-Minuten-Takt und im Winter stündlich die wichtigsten Orte des Naturparks Insel Usedom untereinander sowie mit dem Fernbahnverkehr. Das komplette Streckennetz und die Bahnhöfe wurden erneuert. Die Fahrgastzahlen der UBB sind von 1992 bis 2001 von ca. 260.000 auf ca. 2,4 Mio. Passagiere gestiegen. Es ist geplant, die Bahnstrecke bis nach Stralsund und in das polnische Swinoujście zu verlängern. An Sommerwochenenden sind außerdem umsteigefreie Fahrten zwischen Berlin und Usedom geplant. Auch für mobilitätseingeschränkte

Menschen ist die Fahrt mit der UBB bequem und angenehm: Das Einsteigen in die modernen Fahrzeuge für körperlich Behinderte, mit Kinderwagen oder Fahrrädern ist problemlos möglich.

Kontakt:

Usedomer Bäderbahn
Am Bahnhof 1 · 17424 Heringsdorf
Tel. 038378/271 32 · Fax 038378/271 14
UBBGmbH@t-online.de



»Fahrtziel Natur«

In Kooperation mit den vier Umweltverbänden BUND, NABU, VCD und WWF stellt die Deutsche Bahn AG attraktive Ziele für Ausflüge und Urlaube in Deutschland vor. „Fahrtziel Natur“ führt in einige der schönsten Naturlandschaften Deutschlands. Zur Zeit sind dies unter anderem sieben Nationalparke, zwei Biosphärenreservate und der Naturpark Uckermärkische Seen. „Fahrtziel Natur“ vermittelt umfangreiche Informationen über die Gebiete und hilft bei der Routenplanung mit öffentlichen Verkehrsmitteln. Alle Gebiete sind gut mit der Bahn zu erreichen und vor Ort sorgen Busse für regionale Mobilität. In Kooperation mit Umweltverbänden und lokalen Tourismusorganisationen wird über zahlreiche Freizeitangebote wie z.B. Führungen, Eintagesangebote und Mehrtagestouren detailliert und aktuell informiert. Eine Ausweitung der Aktion auf weitere Großschutzgebiete ist erstrebenswert.

Kontakt:

Deutsche Bahn AG · Bahn-Umwelt-Zentrum · Schicklerstraße 5-7 · 10179 Berlin
Tel. 030/29 76 32 74 · Fax 030/29 76 33 26
fahrtziel-natur@bahn.de · www.fahrtziel-natur.de



»Frankenwald mobil«

Unter diesem Namen gibt es mittlerweile drei landkreisübergreifende Freizeitbuslinien im Naturpark Frankenwald. Ziel dieses Angebotes ist die Entlastung vom PKW-Verkehr. Die Freizeitbusse fahren an Wochenenden und Feiertagen und bringen Radler, Wanderer, Skater und Ausflügler zu den beliebtesten Punkten im Naturpark. Die Busse führen einen Anhänger für 25 Fahrräder mit sich. Ihre Fahrpläne sind aufeinander und auch auf die Fahrzeiten der Regionalbahnen abgestimmt. Preislich gestaffelte Tageskarten für Familien, Erwachsene und Kinder machen das Angebot zusätzlich attraktiv. „Frankenwald mobil“ wurde mit dem Bayerischen ÖPNV-Preis 2002 ausgezeichnet. Betreiber ist der Omnibus-Verkehr Franken (OVF) in Kooperation mit den beteiligten Landkreisen.

Kontakt:

Wirtschafts- und Strukturentwicklungsgesellschaft Landkreis Kronach mbH
Klosterstraße 13 · 96317 Kronach
Tel. 09261/62 63 12 · Fax 09261/62 63 15
w.fehn@wse-kronach.de
www.landkreis-kronach.de



Jugendherberge Mardorf

Die 1994 eröffnete Jugendherberge Mardorf ist mit 164 Betten der größte Unterkunftsbetrieb im Naturpark Steinhuder Meer. Die moderne Jugendherberge möchte einen aktiven Beitrag zum Schutz der Umwelt leisten. Im Bereich der Haustechnik geschieht dies u.a. durch Warmwasserbereitung mit Hilfe von Sonnenkollektoren, eine moderne Brennwertheizung, die Verwendung von Regenwasser für die WC-Spülung und den Einsatz wassersparender Sanitärarmaturen. Als einer von 15 anerkannten Umweltstudienplätzen des Deutschen Jugendherbergswerkes ist die Jugendherberge Mardorf auf umweltpädagogische Angebote spezialisiert. Ein hauseigener Umweltpädagoge garantiert interessante und praxisnahe Umweltbildungsangebote für Gruppen.

Kontakt:

Jugendherberge Mardorf · Wartweg 2 · 31535 Neustadt
Tel. 05036/4 57 · Fax 05036/15 54
jh-mardorf@djh-hannover.de, www.djhh.de/jugendherbergen/mardorf

Badeinsel Steinhude

Das Steinhuder Meer im gleichnamigen Naturpark ist Nordwestdeutschlands größter Binnensee. Im Süden des Sees befindet sich die 46.000 qm große künstlich geschaffene Badeinsel. Der neuerbaute Service-Pavillon umfasst Café, Bootshaus, Lagerräume und sanitäre Einrichtungen. Für seinen Betrieb wird ausschließlich auf vor Ort erzeugte regenerative Energien zurückgegriffen, hauptsächlich Sonnenenergie. Überschüssige elektrische Energie wird in das lokale Versorgungsnetz eingespeist. Ergänzt wird das Projekt durch Solar-Mietboote, die zu einer Rundfahrt auf dem für Freizeitboote mit Verbrennungsmotoren gesperrten Steinhuder Meer einladen. Das Vorhaben wurde im Rahmen des Wettbewerbs „Innovative Solarprojekte in Niedersachsen“ ausgezeichnet und war registriertes Projekt der EXPO 2000 in Hannover.

Kontakt:

EMR Elektrizitätswerk Minden-Ravensberg GmbH, Bereich Öffentlichkeitsarbeit
Bielefelder Straße 3 · 32051 Herford
Tel. 05221/18 30 · Fax 05221/18 33 69
emr@emr.de · www.emr.de



Beispiele

Müritz-Nationalpark-Ticket

Hinter dem Müritz-Nationalpark-Ticket mit der Müritz-, der Fischadler- und der Otter-Linie steht ein einzigartiger Verkehrsverbund von Bussen, Schiffen, Kanu und Fahrrad. Die Streckenführung der „Otter-Linie“ verbindet Europas besterhaltene Endmoränenlandschaft im Naturpark Feldberger Seenlandschaft mit dem Nationalpark. Die Ticketpreise variieren für verschiedene Zielgruppen und schließen Führungen und den kostenlosen Transport von Fahrrädern mit ein. Kanus werden kostenpflichtig transportiert. Insbesondere die 3- bzw. 7-Tages-Tickets werden Gästewünschen gerecht, denn sie müssen nicht an aufeinanderfolgenden Tagen genutzt werden. Außerdem sind sie nicht nur in Bussen und auf Schiffen zu erhalten, sondern auch in den Tourist-Informationen der Region sowie in größeren Hotels und auf Campingplätzen. Die Fahrt mit der „Otter-Linie“ lässt sich jeden Tag mit einer thematischen Wanderung verknüpfen. Die Angebote hierfür spannen einen weiten Bogen: Von Geomorphologie und Biologie über Kulturhistorie und Literatur bis hin zur Kulturlandschaftspflege.

Kontakt:

Zweckverband der Müritz-Nationalpark-Anliegergemeinden
Prenzlauer Straße 2 · 17258 Feldberg
Tel. 039831/250 27 · Fax 039831/208 07
zweckverband@nationalpark-mueritz.de
www.nationalparkticket.de

Wirtschaft und Soziales



Was kommt raus?

Die Einkommenswirkungen des Tourismus in einer Region werden vor allem von der Zahl der Besucher und der Dauer des Aufenthalts bestimmt. Nach einer aktuellen Untersuchung des DWIF gibt ein Übernachtungsgast vor Ort durchschnittlich 76,60 Euro pro Tag aus, wobei die Ausgabenhöhe je nach Beherbergungstyp und Region stark differiert (DWIF 2002).

Bruttoumsätze durch Übernachtungsgäste in Deutschland im Jahr 2000			
	Gewerbliche Betriebe über 8 Betten	Privatquartiere unter 9 Betten	Camping auf Touristik-Stellplätzen
Übernachtungen insgesamt	326,3 Mio	94,6 Mio	56,0 Mio
Ausgaben pro Kopf und Tag	93,30 €	48,30 €	26,90 €
Bruttoumsatz	30,5 Mrd. €	4,6 Mrd. €	1,5 Mrd. €

Quelle: DWIF 2002

Die Ausgaben verteilen sich hauptsächlich auf Unterkunft (34,8%) und Verpflegung im Gastgewerbe (33,4%). Daneben profitieren aber auch Handel (10,2%), Freizeit/Unterhaltung (5,4%), lokaler Transport (2,7%) und sonstige Dienstleistungen (13,5%). Ein Teil der Ausgaben wird unmittelbar zu Löhnen, Gehältern und Gewinnen (z.B. durch die Übernachtung im Hotel), ein weiterer Teil mittelbar (z.B. durch die Brötchenlieferung des Bäckers an das Hotel). Diese erste und zweite Umsatzstufe zusammen genommen, liegen die Einkommenswirkungen des

Übernachtungstourismus in Deutschland bei 59% des Nettoumsatzes bzw. 19,3 Mrd. Euro (ohne Hin- und Rückfahrt sowie Ausgaben im Vorfeld und Nachgang der Reise) (DWIF 2002).

Durchschnittlich 2,5% des Nettoumsatzes aus dem Tourismus fließen über die Gewerbesteuer und anteilige Lohn- und Einkommenssteuern an die Kommunen.

Welcher Gast soll's sein?

Die Ausgaben von Tagesausflüglern in Deutschland sind mit durchschnittlich 19,20 Euro (Basis 1993) erheblich geringer als die von Übernachtungsgästen. Aufgrund der hohen Zahl von 2,2 Milliarden Tagesausflügen pro Jahr liegt deren Gesamtumsatz allerdings deutlich über dem des Übernachtungstourismus. Tagesgäste sind Einkaufsgäste. 45% ihres Geldes geben sie für Einkäufe aus (7% für Lebensmittel und 38% für sonstige Waren), 37% werden für die Gastronomie aufgewendet (DWIF 1995).

Aufgrund der wesentlich höheren Wertschöpfung pro Gast und des geringeren Ressourcenverbrauchs pro Tag sind Übernachtungsgäste für Naturparke grundsätzlich interessanter als Tagesgäste. Insbesondere Naturparke in der Nähe von Ballungsräumen werden jedoch immer einen hohen Anteil an Tagesausflüglern haben. Auch diese Besucher haben einen Anspruch auf Erholung und sollten im Naturpark willkommen sein. Zu berücksichtigen ist auch, dass in manchen Regionen ein attraktives Einzelhandelsangebot nur mit Hilfe von Tagesbesuchern aufrecht erhalten werden.

Gut für den Kreislauf

Erreicht werden etwa 95% der Warenkreisläufe in Deutschland überregional abgewickelt. Durch die räumliche Trennung der einzelnen Verarbeitungsstufen ist die Wertschöpfung innerhalb einer Region begrenzt. Eine sinnvolle Alternative bietet die stärkere Regionalisierung von Produktion und Verbrauch durch den Aufbau regionaler Wirtschaftskreisläufe. Eine hohe regionale Wertschöpfung wird vor allem dann erreicht, wenn regionale Rohstoffe (z.B. Holz) bzw. landwirtschaftliche Produkte (z.B. Milch) auch in der Region selbst weiterverarbeitet (z.B. zu Käse) und verkauft werden.

Der Tourismus kann einen wesentlichen Beitrag zur Förderung regionaler Kreisläufe leisten. Allein die begrenzte Nachfrage der Einheimischen würde für eine rentable Produktion häufig nicht ausreichen. Zudem beginnen die Einheimischen ihre eigenen Produkte oftmals auch erst dann zu schätzen und zu kaufen, wenn diese von den Gästen nachgefragt werden. Für Gäste sind vor allem regionale Lebensmittel und Handwerksprodukte von direktem Interesse. Aber auch die Nachfrage von Beherbergungsbetrieben und weiteren Leistungsträgern kann wichtige Impulse geben (z.B. die Bevorzugung regionaler Baustoffe oder von Handwerkern aus der Region).

Nur regionale Qualitätsprodukte aber können sich langfristig gegen industrielle Massenware durchsetzen. Zumindest im Nahrungsbereich sollten Produkte daher strenge Qualitätskriterien erfüllen und entsprechend gekennzeichnet sein.

Leben und arbeiten, wo andere Urlaub machen

Der Tourismus ist ein personalintensiver Wirtschaftszweig und bietet nur wenig Raum für Rationalisierungsmaßnahmen. Arbeitsplätze sind daher zwar grundsätzlich sicherer als in anderen Branchen, im Durchschnitt allerdings auch schlechter bezahlt und zu einem Teil saisonabhängig. Hohe Fluktuation ist insbesondere in Hotellerie und Gastronomie an der Tagesordnung. Ohne qualifiziertes und motiviertes Personal ist die Entwicklung eines nachhaltigen Tourismus jedoch nicht machbar. Zumindest mittelfristig ist daher mit deutlichen Impulsen zur Verbesserung der Arbeitsbedingungen zu rechnen.

Naturparke umfassen nicht nur attraktive Kulturlandschaften, sondern bieten durch ihre touristische Infrastruktur zusätzlich einen hohen Freizeitwert. Beide Merkmale werden sowohl für die Wohnortwahl des Einzelnen als auch für Standortentscheidungen von Unternehmen immer wichtiger. Die hohe Lebensqualität in Naturparks und die Arbeitsmöglichkeiten im Tourismus bieten Chancen, die Abwanderung insbesondere jüngerer Menschen aus dem ländlichen Raum zu verringern.



DWIF (Hrsg.):
Ausgaben der Übernachtungsgäste in Deutschland, München 2002
Bezug: www.dwif.de

Luft, Hartmut:
Organisation und Vermarktung von Tourismusorten und Tourismusregionen. Destination Management, Meßkirch 2001

Statistisches Bundesamt (Hrsg.):
Tourismus in Zahlen 2000/2001, Wiesbaden 2001
Bezug: staba@s-f-g.com

Bundesministerium für Wirtschaft und Technologie (Hrsg.):
Tourismus in Deutschland, Bonn 2000
Bezug und Download:
<http://www.bmwi.de/Homepage/Politikfelder/Mittelstandspolitik/Publicationen.jsp>

**Marketingkooperation
»Pro Frankenwald«**

Zusammen mit profilierten Unternehmen aus der Region hat das Frankenwald Tourismus Service Center (FTSC) im Jahr 2000 eine Marketing-Kooperation gestartet. Die beteiligten Unternehmen (z.B. Loewe, Coniferie Lauenstein, Höhlen Sprudel, brühl & sippold) weisen in ihren eigenen Informations- und Werbematerialien auf den Naturpark Frankenwald hin. Im Gegenzug wirbt das FTSC für seine Partner und bietet seinen Gästen Betriebsbesuche an. Mit dieser Aktion positioniert sich der Naturpark Frankenwald als Ziel für Qualitätsurlaub und spricht potenzielle neue Gäste an. Die beteiligten Unternehmen demonstrieren ihren Kunden und Mitarbeitern, dass sie in einer modernen Region mit hoher Lebensqualität angesiedelt sind.



Kontakt:
Pro Frankenwald
c/o Frankenwald Tourismus Service Center
Adolf-Kolping-Straße 1 · 96317 Kronach
Tel. 09261/601 50 · Fax 09261/60 15 15
mail@pro-frankenwald.de
www.pro-frankenwald.de

Beispiele



**Arbeitsplätze
durch Kundenorientierung**

Seit Oktober 2000 arbeitet das Frankenwald Tourismus Service Center (FTSC) mit einem regionalen Call-Center zusammen und bietet dem Gast so an sieben Tagen in der Woche von 9.00 - 21.00 Uhr Informations- und Buchungsmöglichkeiten. Die erfolgreiche Kooperation wurde durch die Einrichtung von Heimarbeitsplätzen realisiert. Die Mitarbeiterinnen des Call-Centers werden vom FTSC regelmäßig geschult und haben von ihrem Arbeitsplatz direkten Zugriff auf das zentrale Buchungs- und Reservierungssystem. Durch die verstärkte Kunden- und Regionalorientierung des FTSC wurden somit insgesamt sieben Arbeitsplätze gesichert.

Kontakt:
Frankenwald Tourismus Service Center
Adolf-Kolping-Straße 1 · 96317 Kronach
Tel. 09261/601 50 · Fax 09261/60 15 15
info@frankenwald-tourismus.de
www.frankenwald-tourismus.de

Regionalmarke »Bergisch pur«

Bergisch pur – das ist seit 1998 die Regionalmarke des Bergischen Landes und damit auch des Naturparks gleichen Namens. Eine Marke, die hohe Qualität, Verbrauchersicherheit, artgerechte Tierhaltung und Naturschutz verknüpft. Der Fokus liegt auf der Herstellung hochwertiger und gesunder Nahrungsmittel, die ohne umfangreiche Transporte zum Kunden kommen. Übergeordnetes Ziel ist die Stärkung der heimischen Wirtschaft. Die Produkte – Rind- und Lammfleisch, Weidemilchrind, Apfelsaft, Milch und Käse – sind vor allem ein Beitrag zum Erhalt der Bergischen Landwirtschaft und somit zum Schutz der regionalen Kulturlandschaft. Bestellungen können online aufgegeben werden. Wer die Produkte erst mal testen möchte, kann auf der Homepage Probierportionen aller Produkte bestellen.



Kontakt:
Bergisch Pur · Geschäftsstelle c/o Volker Dannenberg
Auf den Bruchwiesen 14 · 51643 Gummersbach
Tel. 02261/637 00 · Fax 02261/91 98 72 · info@bergischpur.de · www.bergischpur.de



Finanzierung
und
Literatur



Fördermöglichkeiten 56 - 61

Literatur 62

Fördermöglichkeiten

Angebote auf Länderebene

Die Bundesländer bieten eine große Vielfalt an tourismus- und naturparkrelevanten Förderprogrammen an. Die Darstellung aller Programme würde den Rahmen dieses Leitfadens sprengen und wäre außerdem vermutlich nach kurzer Zeit nicht mehr aktuell. Detaillierte Informationen zu Fördermöglichkeiten sind am besten im Internet zu finden. Die folgenden Übersichten enthalten daher für jedes der 13 Flächenländer die Homepage-Adressen der Wirtschafts-, Landwirtschafts- und Umweltministerien. Zusätzlich ist darunter – soweit vorhanden – für jedes Ministerium die direkte Adresse der zentralen Förderseite angegeben (Stand 04/2002).

Baden-Württemberg	
Ministerium für Ernährung und ländlichen Raum	www.mlr.baden-wuerttemberg.de www.landwirtschaft-mlr.baden-wuerttemberg.de/mlrfachinfo/mepl/mepl.htm
Ministerium für Umwelt und Verkehr	www.uvm.baden-wuerttemberg.de www.stiftung-naturschutz-bw.de
Wirtschaftsministerium	www.wm.baden-wuerttemberg.de
Bayern	
Bayerisches Staatsministerium für Landwirtschaft und Forsten	www.stmfl.bayern.de
Bayerisches Staatsministerium für Landesentwicklung und Umweltfragen	www.umweltministerium.bayern.de www.umweltministerium.bayern.de/agenda/wirtschaft_fib_inh.htm
Bayerisches Staatsministerium für Wirtschaft, Verkehr und Technologie	www.stmwvt.bayern.de
Brandenburg	
Ministerium für Landwirtschaft, Umweltschutz und Raumordnung	www.brandenburg.de/land/mlur www.brandenburg.de/land/mlur/politik/b_akt51.htm
Ministerium für Wirtschaft	www.brandenburg.de/land/mw www.brandenburg.de/land/mw/kp1-5-0.htm
Ministerium für Stadtentwicklung, Wohnen und Verkehr	www.brandenburg.de/land/mswv www.brandenburg.de/land/mswv/verkehr/foerderung.html
Hessen	
Ministerium für Umwelt, Landwirtschaft und Forsten	www.mulf.hessen.de www.mulf.hessen.de/landwirtschaft/foerd_landwirtschaft_fr_fl.htm
Ministerium für Wirtschaft, Verkehr und Landesentwicklung	www.wirtschaft.hessen.de www.wirtschaft.hessen.de/html/unternehmens_f_rderung.htm
Mecklenburg-Vorpommern	
Ministerium für Ernährung, Landwirtschaft, Forsten und Fischerei	www.mv-regierung.de/lm
Umweltministerium	www.um.mv-regierung.de www.um.mv-regierung.de/foerder/index.html
Wirtschaftsministerium	www.wm.mv-regierung.de www.lfi-mv.de www.gfv-mv.de

Niedersachsen	
Ministerium für Ernährung, Landwirtschaft und Forsten	www.niedersachsen.de/ML1.htm www.niedersachsen.de/ML9.htm www.forstnds.de
Umweltministerium	www.mu.niedersachsen.de www.mu.niedersachsen.de/pdf/foerder.pdf
Ministerium für Wirtschaft, Technologie und Verkehr	www.mw.niedersachsen.de
Sonstiges	www.its-nds.de/html/foerderlotse/foerderlotse.htm
Nordrhein-Westfalen	
Ministerium für Umwelt und Naturschutz, Landwirtschaft und Verbraucherschutz	www.murl.nrw.de www.murl.nrw.de/sites/arbeitsbereiche/landwirtschaft/titel.htm
Ministerium für Wirtschaft und Mittelstand, Energie und Verkehr	www.mwmev.nrw.de
Rheinland-Pfalz	
Ministerium für Wirtschaft, Verkehr, Landwirtschaft und Weinbau	www.mwvlw.rlp.de www.mwvlw.rlp.de/start/njframes.asp
Ministerium für Umwelt und Forsten	www.muf.rlp.de
Saarland	
Ministerium für Umwelt	www.umwelt.saarland.de www.umwelt.saarland.de/1830.htm
Ministerium für Wirtschaft	www.wirtschaft.saarland.de www.wirtschaft.saarland.de/1150.htm
Sachsen	
Staatsministerium für Umwelt und Landwirtschaft	www.smul.sachsen.de/de/wu www.sachsen.de/de/wu/foerderfibel
Staatsministerium für Wirtschaft und Arbeit	www.sachsen.de/de/wu/smwa www.sachsen.de/de/wu/smwa/wirtschaft/foerderung/index.html www.sachsen.de/de/wu/smwa/wirtschaft/tourismus/foerderung/index.html
Sachsen-Anhalt	
Ministerium für Raumordnung, Landwirtschaft und Umwelt	www.mrlu.sachsen-anhalt.de www.mrlu.sachsen-anhalt.de/foerderprogramme/index.htm www.lfi-lsa.de
Ministerium für Wirtschaft und Technologie	www.mwv.sachsen-anhalt.de www.lfi-lsa.de
Schleswig-Holstein	
Ministerium für ländliche Räume, Landesplanung, Landwirtschaft und Tourismus	www.schleswig-holstein.de/landsh/mlr (Pfad: Ländliche Räume – ziel.)
Ministerium für Umwelt, Natur und Forsten	www.schleswig-holstein.de/landsh/munf
Ministerium für Wirtschaft, Technologie und Verkehr	www.schleswig-holstein.de/landsh/mwvt
Thüringen	
Ministerium für Landwirtschaft, Naturschutz und Umwelt	www.thueringen.de/de/tmlnu
Ministerium für Wirtschaft, Arbeit und Infrastruktur	www.th-online.de

Angebote auf Bundesebene

Förderprogramme zur regionalen Entwicklung werden über die Bundesländer abgewickelt und sind daher direkt über die jeweiligen Landesministerien abrufbar. Dies gilt auch für die sogenannten Gemeinschaftsaufgaben (z.B. „Verbesserung der regionalen Wirtschaftsstruktur“ und „Verbesserung der Agrarstruktur und des Küstenschutzes“), über die die Bundesregierung an der Regionalpolitik mitwirkt. Weitere relevante Förderprogramme des Bundes beziehen sich vor allem auf erneuerbare Energien sowie modellhafte Lösungen im Bereich des Natur- und Umweltschutzes. Fördermöglichkeiten des Bundesumweltministeriums werden im Rahmen des Umweltforschungsplanes über das Bundesamt für Naturschutz und das Umweltbundesamt abgewickelt. Die Deutsche Ausgleichsbank und die Kreditanstalt für Wiederaufbau bieten ein breites Programm-Spektrum auf Darlehensbasis an. Die Deutsche Bundesstiftung Umwelt ist die größte Umweltstiftung in Deutschland.

Bundesamt für Naturschutz	
Kurzbeschreibung	Diverse Fördermöglichkeiten im Bereich des Naturschutzes: Sicherung und Entwicklung naturnaher Landschaften, Arten- und Biotopschutz, Entwicklung von naturschutzkonformen Regionalentwicklungs-, Pflege- und Bewirtschaftungskonzepten, naturverträglicher Sport und Tourismus
Förderarten	Forschungs- und Entwicklungsvorhaben (bis 100% Förderung) Naturschutzgroßprojekte (max. 75% Förderung) Entwicklungs- und Erprobungsvorhaben (max. 66 % Förderung)
Kontakt/Information	www.bfn.de/02/index.htm

Umweltbundesamt	
Kurzbeschreibung	Diverse Fördermöglichkeiten im Bereich des Umweltschutzes: Nachhaltiger Sport und Tourismus, Umweltberatung, Umweltkommunikation, nachhaltiger Konsum
Förderarten	Forschungs- und Entwicklungsvorhaben Modellvorhaben von Verbänden
Kontakt/Information	www.uba.de

Deutsche Ausgleichsbank	
Kurzbeschreibung	Diverse Programme zur Förderung u.a. von Existenzgründungen und Investitionen in den Bereichen Umwelt, Soziales, Bildung, Zukunftstechnologien
Förderarten	Kredit- und Beteiligungsprogramme
Kontakt/Information	www.dta.de

Kreditanstalt für Wiederaufbau	
Kurzbeschreibung	Diverse Programme zur Förderung von Umweltschutz- und Infrastrukturmaßnahmen
Förderarten	Kredit- und Beteiligungsprogramme
Kontakt/Information	www.kfw.de

Deutsche Bundesstiftung Umwelt	
Kurzbeschreibung	Förderung innovativer und beispielhafter Projekte in den Feldern Umwelttechnik, Umweltforschung/Naturschutz und Umweltkommunikation
Förderart und -quote	Zuschüsse, maßnahmenabhängig
Kontakt/Information	www.dbu.de

Tipps:

Fördermitteldatenbank des Bundes

Die Fördermitteldatenbank des Bundes bietet einen schnellen Überblick über Förderprogramme von EU, Bund und Ländern. Sie ist zu finden unter: <http://db.bmwi.de/bmwidb/lpext.dll?f=templates&fn=altmain.htm>

IHK-UMKIS-Fördermitteldatenbank

UMKIS ist das Umweltkommunikations- und -informationssystem der Industrie- und Handelskammern. Es erleichtert die Suche nach Förderprogrammen im Bereich des Umweltschutzes. Adresse: www.ihk-umkis.de

Broschüre „Wirtschaftliche Förderung“

Die kostenlos erhältliche Broschüre gibt einen guten Überblick über wirtschaftliche Förderprogramme unterschiedlicher Institutionen. Die klare Gliederung ermöglicht das schnelle Auffinden relevanter Programme. Bezug und Download: www.bmwi.de/Homepage/Politikfelder/Mittelstandspolitik/Publikationen.jsp

Förderdatenbank nachhaltige Regionalentwicklung

Die im Auftrag des Bundesamtes für Bauwesen und Raumordnung entwickelte Förderdatenbank gibt für alle Bundesländer Auskunft über Förderprogramme mit dem Schwerpunkt nachhaltige Regionalentwicklung: www.foerderdatenbank-regionalentwicklung.de

Stiftungen

Die deutsche Stiftungslandschaft ist weit verzweigt. Die Website www.stiftungsindex.de erleichtert den Überblick.



Angebote auf EU-Ebene

Nachfolgend sind die wichtigsten EU-Programme zur Förderung regionaler Entwicklung und des Natur- und Umweltschutzes aufgelistet. Vorhaben im Bereich des Tourismus sind in allen Programmen förderfähig. Die meisten dieser Programme werden in enger Kooperation mit den Bundesländern durchgeführt. Kontakte sollten daher zunächst zu den zuständigen Stellen der Länder aufgenommen werden. Die EU-Strukturfonds werden hier nicht gesondert aufgeführt, da ihre Mittel zu einem hohen Anteil für die Ziel 1 und Ziel 2- Förderprogramme verwendet werden.

Ziel 1- und Ziel 2-Förderprogramme	
Kurzbeschreibung	Programme zur finanziellen Unterstützung von Regionen mit Entwicklungsrückstand (Ziel 1) oder Strukturproblemen (Ziel 2); Förderschwerpunkte differieren von Bundesland zu Bundesland; Projekte mit touristischer Relevanz sind in fast allen Bundesländern förderfähig
Laufzeit	2000-2006
Gesamtbudget	158,3 Mrd. EUR
Förderquote	Maßnahmenabhängig, in Ziel 1-Gebieten max. 75%, in Ziel 2-Gebieten max. 50%
Antragsfristen	Nicht vorgegeben
Kontakt/Information EU	http://europa.eu.int/comm/regional_policy/index_de.htm
Kontakt/Information D	Förderschwerpunkte und Ansprechpartner in den Bundesländern unter: http://europa.eu.int/comm/regional_policy/country/prordn/index_de.cfm

LEADER+	
Kurzbeschreibung	Gemeinschaftsinitiative für die Entwicklung des ländlichen Raums, unterstützt die Entwicklung und Erprobung neuer integrierter Strategien der gebietsbezogenen ländlichen Entwicklung nach dem Bottom-up-Prinzip sowie gebietsübergreifende und transnationale Zusammenarbeit
Laufzeit	2000-2006
Gesamtbudget	2,02 Mrd. EUR
Förderquote	Maßnahmenabhängig, maximal 50%
Antragsfristen	Die Auswahl der Lokalen Aktionsgruppen (LAG) in den Bundesländern ist weitgehend abgeschlossen; in einigen Ländern gibt es evtl. einen zweiten und sogar dritten (Bayern) Aufruf für Bewerbungen; einzelne Projektanträge müssen über die jeweilige regionale LAG eingereicht werden
Kontakt/Information EU	http://europa.eu.int/comm/agriculture/index_de.htm www.rural-europe.aeidl.be/
Kontakt/Information D	Deutsche Vernetzungsstelle Leader + in der Bundesanstalt für Landwirtschaft und Ernährung www.leaderplus.de

INTERREG III	
Kurzbeschreibung	Gemeinschaftsinitiative für transeuropäische Zusammenarbeit zur Förderung einer ausgewogenen Entwicklung, Förderung der grenzübergreifenden (Ausrichtung A), transnationalen (Ausrichtung B) und interregionalen (Ausrichtung C) Zusammenarbeit in den Bereichen Beschäftigung, KMU, Umweltschutz, Verkehr etc.
Laufzeit	2000-2006
Gesamtbudget	4,875 Mrd. EUR
Förderquote	Maßnahmenabhängig, generell max. 50%, in Ziel 1-Gebieten max. 75%
Antragsfristen	Nach Region und Programm unterschiedlich
Kontakt/Information EU	http://europa.eu.int/comm/regional_policy/interreg3/index_de.htm
Kontakt/Information D	Förderschwerpunkte und Ansprechpartner in den Bundesländern zu INTERREG III A+B unter: http://europa.eu.int/comm/regional_policy/country/prordn/index_de.cfm zu INTERREG III C unter: www.bbr.bund.de

LIFE III	
Kurzbeschreibung	Umsetzung, Aktualisierung und Weiterentwicklung der Umweltpolitik der Gemeinschaft und der Umweltvorschriften, untergliedert in LIFE Natur (Arterhaltung und Regeneration von Lebensräumen) und LIFE Umwelt (Innovative Projekte im Umweltschutz), unter LIFE Umwelt werden auch Projekte zum nachhaltigen Tourismus gefördert
Laufzeit	2000-2004
Gesamtbudget	640 Mio. EUR
Antragsfristen	Einmal jährlich über die Bundesländer
Förderquote	Max. 50%
Kontakt/Information EU	http://europa.eu.int/comm/life/home.htm
Kontakt/Information D	LIFE Umwelt: http://europa.eu.int/comm/life/envir/natautho.htm LIFE Natur: Auf Landesebene sind für LIFE Natur die jeweiligen Obersten Naturschutzbehörden zuständig, Links zu allen Umweltministerien der Länder unter: www.bfm.de/09/0904.htm

Tipps:

Weitere Programme

Zusätzlich zu den aufgelisteten gibt es eine Fülle weiterer Programme, die im konkreten Fall für Naturparke und ihre Partner relevant sein können. Diese Programme sind über die Webseiten der jeweiligen Generaldirektionen auffindbar. Links zu allen Generaldirektionen unter: www.europa.eu.int/comm/dgs_de.htm

Newsletter

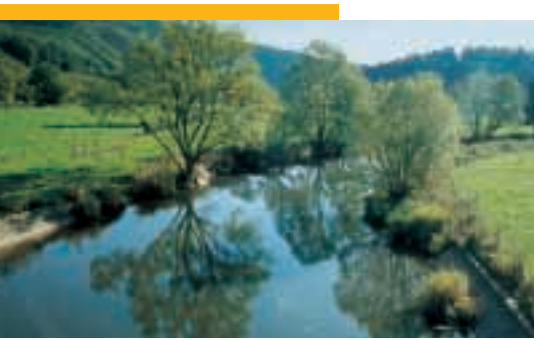
Der Newsletter der Generaldirektion Regionalpolitik kann kostenlos abonniert werden unter: http://europa.eu.int/comm/regional_policy/mailling/maillist/maill_de.htm

Magazin

Unter dem Titel LEADERforum erscheint dreimal jährlich ein sehr informatives Magazin der Deutschen Vernetzungsstelle LEADER+. Kostenlose Abonnements sind zu bestellen unter: leader@ble.de.

Beratung

Die EU-Info-Zentren informieren über Förderprogramme und bieten Unterstützung bei der Antragstellung an. Adressen finden sich im Internet unter: http://europa.eu.int/comm/enterprise/networks/eic/eic_germany.html



Literatur



Die folgende Übersicht ist kein Gesamtverzeichnis. Es werden ausschließlich Publikationen aufgeführt, die aufgrund ihres themenübergreifenden Charakters in den Literatur-Tipps der einzelnen Kapitel noch nicht genannt wurden, aber dennoch wichtige Informationen und Anregungen zum nachhaltigen Tourismus enthalten.

ADAC (Hrsg.): Deutschland-Tourismus. Innovativ die Zukunft gestalten. Eine Planungshilfe für Tourismuspraktiker, München 1999
Bezug: verlag@zentrale.adac.de

ADAC (Hrsg.): Service-Qualität im Tourismus. Grundsätze und Gebrauchsanweisungen für die touristische Praxis, München 1995
Bezug: verlag@zentrale.adac.de

Becker, Christoph; Job, Hubert; Witzel, Anke: Tourismus und nachhaltige Entwicklung. Grundlagen und praktische Ansätze für den mitteleuropäischen Raum, Darmstadt 1996

Bundesministerium für Wirtschaft und Technologie (Hrsg.): Tourismuspolitischer Bericht der Bundesregierung, Bonn 2000
Bezug und Download: www.bmwi.de/Homepage/Politikfelder/Mittelstandspolitik/Publikationen.jsp

Deutsches Wirtschaftswissenschaftliches Institut für Fremdenverkehr e. V. an der Universität München (Hrsg.): Tagesreisen der Deutschen, München 1995
Bezug: www.dwiif.de

Deutsche Vernetzungsstelle LEADER II in der Bundesanstalt für Landwirtschaft und Ernährung (Hrsg.): Marketing im Landtourismus, Frankfurt a.M. 1998
Bezug: www.leaderplus.de

Europäische Kommission (Hrsg.): Towards quality rural tourism. Integrated Quality Management (IQM) of rural tourist destinations, Brüssel 2000
Bezug: Europäische Kommission, Tourism Unit, Fax +32/2/295 69 69

EUROPARC Federation (Hrsg.): Loving them to death? Sustainable tourism in Europe's Nature and National Parks, Grafenau 2001
Bezug: office@europarc.org

Forschungsgemeinschaft Urlaub und Reisen e.V. (Hrsg.): Die Reiseanalyse RA 99, 00, 01, Urlaub + Reisen. Kurzfassung, Hamburg 1999, 2000, 2001
Bezug: www.fur.de

Freyer, Walter: Tourismus-Marketing. Marktorientiertes Management im Mikro- und Makrobereich der Tourismuswirtschaft, 2. Aufl., München 1999

Opaschowski, Horst W.: Wir werden es erleben. Zehn Zukunftstrends für unser Leben von morgen, Darmstadt 2002

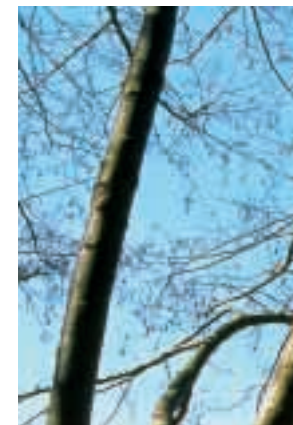
Romeiß-Stracke, Felizitas: Tourismus – gegen den Strich gebürstet. Essays, 2. Aufl., München 2001

World Tourism Organization (Hrsg.): Sustainable Development of Ecotourism. A Compilation of Good Practices, Madrid 2001
Bezug: www.world-tourism.org/cgi-bin/info-shop.storefront

World Tourism Organization (Hrsg.): The German Ecotourism Market, Madrid 2002-05-06
Bezug: www.world-tourism.org/cgi-bin/infoshop.storefront

Die Natur ist die große Ruhe gegenüber unserer Beweglichkeit.
Darum wird sie der Mensch immer mehr lieben, je feiner und beweglicher er werden wird.
Sie gibt ihm die großen Züge, die weiten Perspektiven und zugleich das Bild einer bei aller unermüdlichen Entwicklung erhabenen Gelassenheit.

Christian Morgenstern





Impressum

Bildnachweis

Andreas Schmidt-Wiethoff; Arbeitsgemeinschaft der Orte Steinhude, Mardorf, Hagenburg und Rehbürg-Loccum; Archiv Bayern Tourismus Marketing GmbH; Berit Poppe; Bettina Kreisel; Bild swiss-image.ch; Camping Alt-Schwerin; Christine Leithner; Confiserie Burg Lauenstein; DB AG / Klee; Deutsch-Belgischer Naturpark Hohes Venn-Eifel; Elektrizitätswerk Minden-Ravensberg GmbH; Elga Voss; Gesund & Fit Promotion GmbH; Frankenwald Tourismus Service Center; HTI Peenemünde; Jugendherberge Mardorf; Naturepix / Manfred Delpho; Naturpark Altmühltal; Naturpark Bergstraße Odenwald; Naturpark Schwäbisch-Fränkischer Wald; Naturpark Schwalm Netze; Naturpark Steinhuder Meer; Naturpark Südschwarzwald; Naturpark Uckermärkische Seen; Ökologische Bildungsstätte Oberfranken; RegioBus Hannover GmbH; Reinhard Feldtrapp; Samtgemeinde Landesbergen; Schloss Kröchlendorff; Thomas Wilken; Tourismusverband Hannover Region; Usedom Tourismus GmbH; Usedomer Bäderbahn; Verkehrsvereine Steinhude und Mardorf

Herausgeber:

Verband Deutscher Naturparke e. V. (VDN)
Niederhaverbeck 7 · 29646 Bispingen
info@naturparke.de · www.naturparke.de

Auftragnehmer:

KONTOR 21, Thomas Wilken
Altonaer Poststrasse 13a · 22767 Hamburg
Tel. 040/306851-0 · Fax 040/306851-23
mail@kontor21.de

Konzept, Text, Gestaltung:

Thomas Wilken, Angela Rosenlöcher,
Elga Voss

Druck:

v. Stern'sche Druckerei GmbH & Co KG,
Lüneburg

Papier:

RePrint (50% Altpapieranteil)

Förderung:

Gefördert vom Bundesamt
für Naturschutz (BfN) mit Mitteln des
Bundesministeriums für Umwelt,
Naturschutz und Reaktorsicherheit (BMU)

Fachbetreuung im BfN:

Beate Job-Hoben

Bezugsadresse:

Verband Deutscher Naturparke e. V. (VDN)
Niederhaverbeck 7 · 29646 Bispingen
info@naturparke.de · www.naturparke.de

Hinweis:

Eine Vervielfältigung ist für nichtkommerzielle
Zwecke und unter Hinweis auf die Quelle
gestattet.

Mai 2002





Naturparke und Tourismus



Anregungen zum Handeln



Finanzierung und Literatur

Verband Deutscher Naturparke e. V. (VDN)

Niederhaverbeck 7 · 29646 Bispingen · Telefon: 05198/98 70 33 · Fax: 05198/98 70 39 · info@naturparke.de · www.naturparke.de