Umsetzungsbeispiele zu Tourismus und Naturschutz: Kommunikation – Kooperation – Netzwerke

Zusammenarbeit der Akteure aus Tourismus und Naturschutz ist wesentliche Voraussetzung für Naturtourismus und die Entwicklung von erfolgreichen Naturerlebnis-Angeboten

Ergebnisse des 5. Workshops „Tourismus & biologische Vielfalt“

(Nürnberg, 30. November 2012)

Der 5. und letzte bundesweite Fach-Workshop „Tourismus & biologische Vielfalt“ fand unter dem Themenschwerpunkt „Kommunikation – Kooperation – Netzwerke“ statt. Nach einem Impulsvortrag über Rahmenbedingungen und Voraussetzungen für Regionalmanagement und Netzwerkbildung, der die Erfahrungen regionaler Umsetzungsarbeit systematisch zusammenfasste, und der Vertiefung der Grundlagen von regionaler Kooperation zwischen Tourismus und Naturschutz über Erfahrungen aus Netzwerkansätzen und Kooperationen, folgten Praxisbeispiele aus regionalen Netzwerken sowie Praxisbeispiele in der Kooperation mit Anbietern bzw. Gastgebern und bei der Angebotsentwicklung im Naturtourismus.

Der Impulsvortrag zu Voraussetzungen für Regionalmanagement und Netzwerkbildung bot eine systematische Darstellung allgemeiner Grundlagen sowie Hemmnis- und Förderfaktoren für Netzwerkinitiierung/-bildung und Netzwerkmanagement im Kontext Tourismus – Naturschutz – Regional Governance. Am Beispiel von (Kooperations-) Netzwerken wurde erläutert, wie Netzwerke entstehen (Vorphasen, Initiierungsphase) sowie die Phasen im Verlauf eines Netzwerkes aufgezeigt. Verdeutlicht wurde gutes Netzwerkmanagement als Qualitätsfaktor für Kooperationen, aber auch die Aufstellung und Einhaltung von vereinbarten Regeln. Die flachen Hierarchien von Netzwerken wurden als Vorteil herausgestellt und die Bildung von Netzwerkkompetenzen und -kapital als „geldwert“. Denn dadurch sei z.B. möglich, sich auch an die Durchführung größerer Vorhaben und Projekte zu wagen. Bei vielen Akteuren eher unbeliebt, aber dennoch notwendig und fruchtvoll sei die Durchführung einer Evaluation, um die gesteckten Ziele mit dem Erreichten abzugleichen, evtl. notwendige Anpassungen vorzunehmen und auch neue Ideen aufzugreifen.

Der Deutsche Verband für Landschaftspflege (DVL) e.V. verfügt durch seine bundesweite Präsenz über viele **Netzwerkansätze und Kooperationen, auch zu Naturschutz und Tourismus**. Aufgezeigt wurde, dass Tourismus die Landschaft braucht, aber auch Landschaft den Tourismus. Der Schlüssel dazu ist eine nachhaltige Regionalentwicklung. Sie bringt Naturschutz und Tourismus zusammen, indem sie zum Erhalt der Kulturlandschaft sowie zum Erhalt der biologischen Vielfalt beiträgt und Wertschöpfung aus naturschutzorientierten Projekten generiert. Durch ein Austarieren der Ansprüche kann erreicht werden, dass ein landschaftsbezogener Tourismus zur Wertschöpfung beiträgt, Arbeitsplätze schafft und sichert sowie die Wertschätzung und Identifikation der ansässigen Bevölkerung mit ihrer Region gefördert wird. Am Beispiel des „Juradistl-Lamms“ wird konkret

aufgezeigt, dass durch eine Direktvermarktung mit entsprechenden Angeboten in der Gastronomie weitaus höhere Preise und Umsätze erzielt werden können. Regionalität ist ein wachsender Faktor im ländlichen Tourismus, die mit den „klassischen“ Instrumenten der ländlichen Regionalentwicklung (LEADER, ILE) gefördert wird. Es gibt regionale Entwicklungsprozesse, in denen Naturschutz systemimmanent ist (Naturparke, Biosphäre, Großschutzgebiete) und dessen Regionen im Tourismus stärker werden wollen. Für den Erhalt der Kulturlandschaft durch eine nachhaltige Regionalentwicklung stehen vor allem als Förderinstrumente der ELER für den Erhalt und die Verbesserung des ländlichen Erbes flächendeckend sowie Maßnahmen zu Umweltschutz/Landbewirtschaftung innerhalb des LEADER kulissenbezogen zur Verfügung. Dabei bringt vorrangig LEADER Naturschutz und Tourismus zusammen. Auch bindet dieses Förderinstrument im Kontext Netzwerkarbeit viele Menschen aus der Region ein und motiviert zu eigenem Handeln im Sinne der Regionalentwicklung. Wichtig ist hierbei auch ein Regionalmanagement, welches über EFRE (flächendeckend) und ELER (LAG-Management, kulissenbezogen) förderfähig ist. Negativ zu beobachten ist aber, dass sich oftmals verschiedene Regionalmanagements (zu Energie, Landwirtschaft etc.) räumlich überlagern und - noch - keine oder zu wenige Kooperationen vorhanden sind.

Kooperationen sind für den Erfolg des grenzüberschreitenden Naturparks Nagelfluhkette ganz entscheidend, der daher ein gutes Praxisbeispiel für regionale Netzwerke darstellt. Mit verschiedenen Akteursgruppen wurden z.B. sensible und weniger sensible Regionen identifiziert und ein Besucherlenkungskonzept erstellt, - und nur in letzteren werden Angebote für Tourismus entwickelt. Bemerkenswert ist, dass Vorarlberg auf österreichischer Seite seine Tourismusstrategie und seine Landwirtschaftsstrategie gegenseitig aufeinander bezieht und Regionen zur Entwicklung einer TOP-Infrastruktur ausweist, aber auch absolute „Ruhezonen“. Die touristischen Angebote stehen unter einer gewissen Exklusivität, bei der der Naturpark und seine Sehenswürdigkeiten im Zentrum stehen. So können z.B. begleitet von einem ausgebildeten Naturparkführer maximal jeweils sieben Gäste auf einer Exkursion mit „Außerirdischen Einblicken und Allgäuer Einsichten“ viele Perspektiven und die „Perlen“ des Naturparks erleben. Sehr hilfreich - auch für die Bewerbung - sind dabei die vielen Fachleute (Hoteliers, Förster etc.) unter den qualifizierten Gästeführern. Auch zum Thema „Kulinarik“ bieten sich viele Initiativen an, über deren Einbindung besondere regionale Spezialitäten verschiedenster Art angeboten und verköstigt werden können. Wichtige Voraussetzungen für qualitativ hochwertige und ansprechende Angebote sind eine gründliche Vorbereitung und Planung, die Einbindung aller Akteure und die Ausbildung von Naturparkführern. Indem die Akteure zusammengebracht werden zeigt sich, dass diese oft einfach erstmal voneinander wissen müssen, um gemeinsam arbeiten zu können.

Ein spezifisches Thema, aber auf andere Naturnutzungen übertragbar, ist der **Höhlenschutz im Naturpark Fränkische Schweiz**. Das dortige Höhlenkonzept versucht den Spagat zwischen Naturschutz und Tourismus. Für den Naturschutz sind Höhlen Winterquartiere für Fledermäuse, Lebensraum für eine umfangreiche Kleinfauna, Lebensraum für spezialisierte Pflanzen, Klima-Archive und vorgeschichtliche Siedlungsplätze. Die Höhlen sind aber auch

beansprucht durch intensive Befahrungen, Ablagerung von Müll, Ruß, mechanische Zerstörungen, Bodeneingriffe und Raubgrabungen sowie Farbschmierereien etc. Im Naturpark gibt es ca. 2.000 Naturhöhlen, was den Handlungsbedarf verdeutlicht. Über ein Besuchermonitoring an einer großen unerschlossenen Höhle wurde deutlich, dass freie Besucher und Gruppen (im Gegensatz zu geführten) die größten Probleme bereiten. Daraufhin wurde ein Konzept entwickelt, bei dem sowohl der optimale Schutz der Höhlen, als auch die Ansprüche einzelner Besucher sowie Gruppen und des Tourismus insgesamt zufrieden gestellt werden sollen. Das Höhlenkonzept sieht daher sowohl Maßnahmen zur Schaffung von „Freizeithöhlen" z.B. zum Feiern vor, aber auch die Reglementierung der Befahrung von anderen Großhöhlen. Letztere werden z.B. beschränkt auf bestimmte Höhlen, geeignete Tourismusanbieter sollen zu „Partner des Naturparks" werden und Führungen nur durch geprüftes Personal erfolgen. Die Umsetzung des Höhlenkonzeptes erfolgte über eine intensive Vernetzung mit den Akteuren aus Naturschutzbehörden, Tourismusbüros, Höhlenforschung, Forstbehörden, Naturschutzverbänden und Eventanbieter. Zentrale Schnittstelle dabei ist das Informationszentrum des Naturparks für die Öffentlichkeitsarbeit und vor allem gegenüber den Besuchern.

Eine Beispiel für gelungene Naturerlebnisangebote im Naturpark Schwäbisch-Fränkischer Wald ist die **Christopherus Lebens- und Arbeitsgemeinschaft** mit ihrem Erfahrungsfeld der Sinne Eine+Alles. Als Werkstatt für behinderte Menschen soll das Angebot nicht nur die Integration fördern und Gäste in eine abgelegene Region locken, sondern bietet auch ca. 20 Menschen mit Behinderung einen Arbeitsplatz, vorwiegend im Service für die Gäste. Die übrigen Werkstätten wurden sukzessive zu „Zulieferern" des Erfahrungsfeldes ausgebaut (Bäckerei, Küche, Wäscherei usw.). Auch konnten einige neue Werkstattbereiche im Zusammenhang mit den Angeboten für die Erfahrungsfeld-Besucher aufgebaut werden. Die Philosophie „Begegnung statt Berührungsängste" und „Inklusion `by the way`" zeigt Erfolg: 2011 konnte die Anlage 60.000 Besucher zählen. Dabei bietet das Erfahrungsfeld der Sinne – eines von bundesweit 17 – viele Möglichkeiten für die Gäste: von Spielen, Staunen, Entdecken, Bilden an zahlreichen Stationen und Installationen sowie in verschiedenen Programmangeboten über Natur- und Kulturerlebnisse sowie Angebote zur Sensibilisierung der Wahrnehmung und die Schulung der sozialen Kompetenz bis hin zu „Entschleunigung" und „Besinnung". Vernetzt ist das „Erlebnisfeld" über die Kooperation mit der Schwäbischen Waldbahn (Kombiticket), regelmäßigen Projekten mit lokalen und regionalen Partnern (Modenschauen, Weidenkathedrale) sowie über die langjährige Kooperation mit dem Naturpark Schwäbisch-Fränkischer Wald.

Ziel des **Projektes NEEGAN** war es, qualitativ hochwertige Naturerlebnisreisen in Eifel und Ardennen zu erstellen. Im Vordergrund steht Nachhaltigkeit, Exklusivität und Inszenierung von Naturtourismus. Mit Projektbeginn stellten sich allerdings Probleme ein, die - vorher nicht eingeplante - umfangreiche Grundlagenarbeiten verursachten. Deutlich wurde, dass vor der eigentlichen Angebotsentwicklung eine kompetente SWOT-Analyse, eine noch präzisere Zielgruppendefinition sowie die Definition von Qualitätskriterien notwendig waren. Die Qualitätskriterien fassten dabei die Bereiche Unterkunft, Verpflegung, Beratung/Buchung, Guide sowie Produkt und Inszenierung zusammen. Auch hier wird - wie im Beispiel

Nagelfluhkette - eine gewisse Exklusivität vermittelt. Dabei kommen nur Angebote zum Zuge, welche aus naturschutzfachlicher Sicht unbedenklich und die von kundigen Gästeführern begleitet sind. Die entwickelten Angebote sollen nun als EifelNaturReisen vermarktet werden, damit die Gäste das Besondere der grandiosen Eifel-Natur erleben können. Die vier touristischen Projektpartner entwickelten den Plan, das Marketing schwerpunktmäßig auf der Grundlage eines Internet-Portals zu betreiben.

Im Rahmen der **Diskussionen** wurde weiterer Handlungsbedarf zur Etablierung des Naturtourismus und der Angebote in den Regionen deutlich. Den Regionen mangelt es an fachlicher Unterstützung bei der weiteren Professionalisierung in der Angebotsentwicklung. Zwar sind vielfach schon attraktive Angebote vorhanden, es bedarf aber zielgerichteter Fortbildungen, um überzeugend professionelle und touristisch vermarktbare Angebote zu entwickeln. Weit mehr Unterstützungsbedarf besteht aber in der Vermarktung der vorhandenen Angebote. Verfügen die Regionen über ein Bündel an attraktiven Angeboten, ist es teilweise sehr schwer, diese an den Kunden zu bringen und die richtigen Vermarktungswege zu finden. Die Kundengewinnung und die Erzeugung einer starken Nachfrage nach den Angeboten ist dabei ein zentrales Problem, insbesondere in naturtouristischen Regionen außerhalb von bekannten Großschutzgebieten. Hierbei besteht Handlungsbedarf zur Verbesserung der Vermarktung und um die Ansprache von Reiseveranstaltern zu erreichen. Jede Region muss eigenständig um Kunden werben. Eine zentrale Angebotsplattform zum Thema Naturtourismus wäre dabei schon eine bedeutende Weiterentwicklung, die die nachhaltigen Angebote stärken würde.

Die Veranstaltung war der Abschluss der Workshop-Reihe im Rahmen des vom Verband Ökologischer Tourismus in Europa (Ö.T.E.) e.V. durchgeführten Projektes „Tourismus fördert biologische Vielfalt“, das die Umsetzung der 2007 von der Bundesregierung beschlossenen „Nationalen Strategie zur biologischen Vielfalt“ im Bereich Tourismus und naturnahe Erholung unterstützt und vom Bundesamt für Naturschutz (BfN) mit Mitteln des Bundesumweltministeriums (BMU) gefördert wird.