Gute Beispiele aus der deutschen Tourismuswirtschaft und den Regionen

im Spiegel des Arbeitsprogramms „Tourismus und nachhaltige Entwicklung“ der UN-Kommission für Nachhaltige Entwicklung (CSD)

ÖKOLOGISCHER TOURISMUS IN EUROPA E.V.

Impressum

Herausgeber
Ökologischer Tourismus in Europa (Ö.T.E.) e.V.
Am Michaelshof 8-10
D-53177 Bonn

T 0228/359008
F 0228/359096
info@oete.de
www.oete.de
www.zukunft-reisen.de

Verantwortlich
Rolf Spittler, Ö.T.E. e.V.

Titel
Nachhaltigen Tourismus als Zukunftsperspektive fördern –
Gute Beispiele aus der deutschen Tourismuswirtschaft und den Regionen im Spiegel des Arbeitsprogramms „Tourismus und nachhaltige Entwicklung“ der UN-Kommission für nachhaltige Entwicklung (CSD)

Redaktion
Annika Burger, Katrin Gebhard, Karolina Kovac, Stephanie Roth, Ö.T.E. e.V., Bonn

Gestaltung
Stefanie Freccia, Emigrant Media, Potsdam
www.emigrantmedia.com

Druck
Druckerei Eberwein, Bonn

Förderhinweis
Dieses Projekt wird gefördert von:

Umwelt Bundes Amt
Für Mensch und Umwelt

Bundesministerium für Umwelt, Naturschutz und Reaktorsicherheit

Die Förderer übernehmen keine Gewähr für die Richtigkeit, die Genauigkeit und Vollständigkeit der Angaben sowie für die Beachtung privater Rechte Dritter. Die geäußerten Ansichten und Meinungen müssen nicht mit denen der Förderer übereinstimmen.

Januar 2008

Gute Beispiele aus der deutschen Tourismuswirtschaft und den Regionen

im Spiegel des Arbeitsprogramms „Tourismus und nachhaltige Entwicklung“ der UN-Kommission für Nachhaltige Entwicklung (CSD)

Inhaltsverzeichnis

Impressum		2
Bildnachweis		5
Einleitung		6-7
Gute Beispiele		8-49
forumandersreisen	Tourismus und Entwicklungszusammenarbeit	8-9
Viabono	Die Umweltdachmarke im Tourismus	10-11
Deutscher Tourismusverband	Entwicklung und Vermarktung von Naturerlebnisprodukten	12-13
ECOCAMPING	Umweltmanagement für Campingunternehmen	14-15
Deutscher Hotel- und Gaststättenverband	Energiesparkampagne für Restaurants und Hotels	16-17
Verband Deutscher Naturparke	Vielfalt von Natur und Kultur erleben	18-19
Bundesvereinigung Kanutouristik	Qualitäts- und Umweltsiegel im Kanutourismus	20-21
Deutsche Bahn AG	Fahrtziel Natur	22-23
ReNatour	Reisen, die nicht die Welt kosten	24-25
REWE Touristik	Nachhaltigkeit im Pauschaltourismus	26-27
Kenners LandLust	Das familienfreundliche Biohotel	28-29
CAP-Integrations-gGmbH	CAP-Rotach: Eine integrative, barrierefreie Ferienanlage	30-31
Naturpark Frankenwald	Umweltgerechter Tourismus als Qualitätsbaustein	32-33
Tourismusregion Oberlausitz	Oberlausitz genießen	34-35
Müritz-Nationalpark	Müritz-Nationalpark-Partner	36-37
Schwarzwald Tourismus GmbH	KONUS Gästekarte	38-39
Landschaftspflegeverband „Westerzgebirge“	NATURA 2000-Touren im Westerzgebirge	40-41
Flussparadies Franken	Kanuwanderweg Obermain	42-43
Naturpark Nordeifel	Eifel Barrierefrei	44-45
Zweckverband „Naturpark Erzgebirge/Vogtland“	Auerhuhnschutz im Wintersportgebiet	46-47

Haus der Nachhaltigkeit	Informationszentrum im Pfälzerwald	48-49
Weitere gute Beispiele	Kurzbeiträge	50-55
Das Arbeitsprogramm „Tourismus und nachhaltige Entwicklung“ der UN Komission für Nachhaltige Entwicklung, 1999 (in englischer Sprache)		56-57
Das Ö.T.E.-Projekt „Nachhaltigen Tourismus als Zukunftsperspektive fördern“		58-59

Bildnachweis

Aggtelek Nationalpark (S. 53); Archiv Naturpark „Erzgebirge/Vogtland“ (S. 46, 47); Berkholz (S. 37); Bundesvereinigung Kanutouristik (S. 20, 21); CAP-Integrations-gGmbH (S: 30, 31); DTV (S. 12, 13); ECOCAMPING e.V. (S. 14, 15); Energiekampagne Gastgewerbe (S. 16, 17); Flussparadies Franken e.V. (S. 42 unten, 43 oben); forumandersreisen (S. 8, 9); Fotolia (U1 rechts); Frankenwald Tourismus (S. 32, 33); Fulda (S. 36 oben); Gebhard, Katrin (S. 51, 58, U3); Jumaidi, Indra (S. 6, 7, U4); Kenners LandLust (S. 28, 29); Koculak, Thomas (S. 48); LRA Regen / Wibmer, Christina (S. 22); Liebich, Angela (S. 34 oben); Marquardt, Stefan (S. 49); Naturpark Altmühltal (S. 18); Naturpark Nordeifel e.V. (S. 44, 45); Naturpark Saar-Hunsrück (S. 19 unten); Naturschutzstation Neschwitz (S. 35); Ochs, Thomas (S. 42 oben, 43 unten); Ö.T.E. (S. 52); photocase (S. 4); Popa, Horatiu (S. 50, 54); ReNatour (S. 24, 25); Res-taurant Wjelbik (S. 34 unten); REWE Touristik GmbH (S. 26, 27); Roth, Stephanie (S. 55); RVF Regionalverkehrsverbund Freiburg (S. 39 unten); Scheffler, Matthias (S. 40, 41); Schwarzwald Tourismus GmbH (S. 39 oben); Schweizerischer Nationalpark (S. 23); Silovsky, Vladimir (U1); TI Hornberg (S. 38); v. Kessel (S. 36 unten); VDN (S. 19 oben); Viabono GmbH (S. 10, 11)

Vorwort

Einleitung

Das 1999 beschlossene Arbeitsprogramm „Tourismus und nachhaltige Entwicklung“ der UN-Kommission für nachhaltige Entwicklung (CSD) fordert nationale Regierungen, Tourismuswirtschaft und Nichtregierungsorganisationen (NRO) auf, die Entwicklung umwelt-, sozial- und kulturverträglicher Formen des Tourismus zu fördern.

Im Jahr 2012 will die Kommission überprüfen, inwieweit die Vorgaben des Arbeitsprogramms umgesetzt wurden. Zur Bewertung der Umsetzung in Deutschland leistet das Ö.T.E.-Projekt „Nachhaltigen Tourismus als Zukunftsperspektive fördern“, in dessen Rahmen die vorliegende Broschüre erarbeitet wurde, einen wichtigen Beitrag. Das Projekt hat zum Ziel, die derzeit in Deutschland laufenden Aktivitäten und Initiativen für einen nachhaltigen Tourismus zu ermitteln und einzuordnen. Darüber hinaus werden Handlungsempfehlungen erarbeitet, wie die nachhaltige Entwicklung des Tourismus in Deutschland optimiert werden kann.

Auch wenn die Tourismus-Beschlüsse der CSD acht Jahre nach ihrer Verabschiedung in der alltäglichen Debatte nicht mehr besonders präsent sind, ist die Entwicklung nachhaltiger Angebote und Prinzipien im Tourismus weiter fortgeschritten. Es gilt nun, Inhalte und Arbeitsfelder zu identifizieren, die dem CSD-Arbeitsprogramm entsprechen.

Bereits im Frühjahr 2007 erschien dazu eine Broschüre mit guten Beispielen von regierungsunabhängigen Organisationen, wozu auch die Umwelt- und Entwicklungsorganisationen zählen. Die vorliegende Broschüre stellt nun lobenswerte Beispiele aus der Tourismuswirtschaft und den Regionen, darunter Naturparke und Nationalparke, vor. Hier haben sich in den vergangenen Jahren erfreuliche Initiativen und Aktivitäten entwickelt. Dabei ist festzustellen, dass mit der Berücksichtigung umwelt- und sozialverantwortlicher Belange meist automatisch eine Verbesserung der Qualität bei den Angeboten, aber auch im Unternehmensmanagement selbst stattfindet. Diese Angebote und Initiativen stehen für einen hohen Erlebnis- und Erholungswert, fördern den Genuss und das Wohlgefühl und sind darüber hinaus geeignet, Reisende ebenso zum Nachdenken und zu Verhaltensänderungen in ihrem privaten Umfeld anzuregen. Vor allem aber zeigen sie, dass ein nachhaltiger Tourismus alles andere als Einschränkung oder gar Verzicht bedeutet.

Der Hintergrund

Obwohl Tourismus weltweit einen bedeutenden Wirtschaftsfaktor darstellt, der erheblichen Einfluss auf soziale Gemeinschaften, kulturelle Werte und natürliche Ressourcen hat, fand sich zu Tourismus kein gesondertes Kapitel in der „Agenda21“, dem auf der ersten Weltkonferenz für Umwelt und Entwicklung im Jahr 1992 in Rio verabschiedeten Zukunftsprogramm für eine nachhaltige Entwicklung.

Die Generalversammlung der Vereinten Nationen beauftragte daher 1997 die für den „Rio-Folgeprozess“ eingerichtete „UN-Kommission für Nachhaltige Entwicklung“ (Commission on Sustainable Development, CSD), welche die Umsetzung der Agenda 21 begleitet, das Thema „Tourismus und nachhaltige Entwicklung“ auf die Tagesordnung einer ihrer jährlich stattfindenden Konferenzen zu setzen. Dies geschah zur 7. Konferenz im Jahr 1999 in New York.

Die Bundesrepublik Deutschland ist Mitglied der CSD; deshalb schalteten sich im Vorfeld dieser Konferenz auch deutsche Umwelt- und Entwicklungsorganisationen ein. Unter dem Dach des „Forums Umwelt & Entwicklung“ und koordiniert vom Ö.T.E. bildete sich ein Arbeitskreis „Tourismus“, der auf der Konferenz ein eigenes Positionspapier mit dem Titel „Tourismus und nachhaltige Entwicklung“ vorlegte.

Das Positionspapier leistete einen wichtigen Beitrag für die erfolgreiche Lobbyarbeit der in New York anwe-

senden Vertreter deutscher und internationaler Umwelt- und Entwicklungsorganisationen sowie von Kirchen und Gewerkschaften, die sich in den im Vorfeld der eigentlichen Sitzung der Regierungsvertreter stattfindenden Foren, Diskussionsrunden und Präsentationen für konkrete Schritte hin zu einer nachhaltigen Entwicklung des Tourismus einsetzten.

Das von den Regierungsvertretern der anwesenden Mitgliedsstaaten schließlich verabschiedete Arbeitsprogramm „Tourismus und nachhaltige Entwicklung" erwies sich als ausgesprochen anspruchsvoll und als Schritt in die richtige Richtung. Das Programm spiegelt in weiten Teilen auch die Auffassung der Umwelt- und Entwicklungsorganisationen wider. Es beinhaltet folgende Aufforderungen:

- Entwicklung und Umsetzung nationaler Strategien für eine nachhaltige Tourismusentwicklung
- Partnerschaftliche Zusammenarbeit und Beratung mit allen gesellschaftlich relevanten Gruppen bei der Entwicklung umwelt-, sozial- und kulturverträglicher Formen des Tourismus
- Bereitstellung geeigneter Verbraucherinformationen
- Erarbeitung von entsprechenden Leitlinien und Zielvorgaben
- Entwicklung geeigneter Managementsysteme in der Tourismuswirtschaft.

Das Arbeitsprogramm richtet sich in erster Linie an nationale Regierungen, aber auch konkret an weitere beteiligte Interessengruppen wie die regierungsunabhängigen Organisationen oder die Tourismuswirtschaft.

Initiativen der Tourismuswirtschaft und der Regionen

Die vorliegende Broschüre widmet sich nun den vielfältigen Aktivitäten und Initiativen aus der Tourismuswirtschaft und den Regionen. Zu letzteren gehören auch einige Beiträge aus Schutzgebieten.

Die Präsentation der Beiträge wurde so gewählt, dass verschiedenste Ansätze und Themenbereiche vertreten sind. Einige Beiträge stehen deshalb hier nur stellvertretend für viele weitere gute Initiativen mit ähnlichen Inhalten und Schwerpunkten.

Zu jedem Beitrag haben wir stichwortartig nach unserem Verständnis den Bezug zum CSD-Programm vermerkt, wobei wir uns bei den Formulierungen bemüht haben, den einen oder anderen Passus daraus konkreter und „griffiger" zu fassen.

Weitere Informationen, auch zu den internationalen Vorgaben zu Tourismus, finden Sie z. B. auf der Internetseite www.zukunft-reisen.de. des Ö.T.E.-Projektes, welches am Schluss dieser Broschüre kurz vorgestellt wird.

Das Arbeitsprogramm „Tourismus und nachhaltige Entwicklung" haben wir in dieser Broschüre noch einmal zur Kenntnisnahme abgedruckt. Die digitale Version - wie auch alle weiteren Aktivitäten der CSD - können Sie in englischer Sprache nachlesen unter

www.un.org/esa/sustdev/csd/policy.

Das Redaktionsteam

Bonn, im November 2007

forumandersreisen – Tourismus und Entwicklungszusammenarbeit

CSD-Bezug

- Entwicklung von umwelt-, sozial- und kulturverträglichen Formen des Tourismus über einen integrierten Planungsansatz
- Erarbeitung von Leitlinien und Zielvorgaben
- Bereitstellung von Informationsgrundlagen für die Reisezielentscheidung von Verbrauchern durch Aufklärung über kulturelle, ökologische oder sonstige Werte
- Aufbau von Netzwerken

Angebote aus Entwicklungs- und Schwellenländern im forumandersreisen

Das forumandersreisen ist ein Unternehmens- und Wirtschaftsverband kleiner und mittelständischer Reiseveranstalter, der sich zum Ziel gesetzt hat, ein stärkeres Bewusstsein für die ökologischen, ökonomischen und kulturellen Auswirkungen des Reisens zu schaffen. Durch konkrete Angebote und Programme möchte er Impulse für einen „verträglichen“ und „sanften“ Tourismus setzen und diesen damit fördern.

Plattform für Nachhaltige Entwicklung durch Tourismus – PlaNET

Mit seinem Projekt „Plattform für Nachhaltige Entwicklung durch Tourismus – PlaNET“ will der Verband Angebot und Nachfrage von nachhaltigen Tourismusangeboten aus Entwicklungs- und Schwellenländern zusammenbringen. Das Projekt läuft von Dezember 2006 bis November 2008 und wird vom Evangelischen Entwicklungsdienst e.V. (EED) gefördert. Es listet geprüfte, marktfähige Tourismusprojekte und touristische Dienstleistungen aus Entwicklungs- und Schwellenländern auf einer neuen Vermarktungs- und Kommunikationsplattform auf. Oberstes Ziel des Projekts ist es, nachhaltig gestalteten, touristischen Produkten und Projekten aus diesen Regionen den Weg auf den europäischen Markt zu erleichtern. Hintergrund hierfür ist, dass sich die Produktauswahl deutscher Reiseveranstalter zur Gestaltung einer Pauschalreise überwiegend nach ökonomischen und qualitativen Kriterien eines touristischen Angebotes richtet. Ökologische und soziale Faktoren spielten bisher nur in sehr unzureichendem Maße eine Rolle. Den Anbietern touristischer Produkte aus Entwicklungs- und Schwellenländern fehlt oft das Know-How, ihre Angebote so darzustellen, dass sie von deutschen Veranstaltern in ihrer Auswahl berücksichtigt werden.

Einbindung kleiner nachhaltiger Tourismusprojekte

Deutsche Reiseveranstalter werden bei der Recherche und Prüfung von touristischen Produkten aus Entwicklungs- und Schwellenländern unterstützt und animiert, verstärkt Angebote aus kleinen nachhaltigen Tourismusprojekten mit einzubinden. Zusätzlich wird die Öffentlichkeit über positive und negative Auswirkungen des Reisens in Entwicklungs- und Schwellenländern informiert. Hauptmaßnahmen sind eine Nachfrageanalyse bei Reiseveranstaltern in Deutschland und eine Angebotsanalyse in Entwicklungs- und Schwellenländern. Des Weiteren wird der Kriterienkatalog des forumandersreisen für Anbieter aus Entwicklungs- und Schwellenländern erweitert sowie das Thema „Produktwahl und Einfluss auf Umwelt und Gesellschaft“ in der Öffentlichkeit im Zusammenhang mit konkret buchbaren Produkten der Veranstalter des forumandersreisen verstärkt in den Mittelpunkt gerückt.

In den Vordergrund gestellt

Durch das Projekt wird die Mitgliedspalette des forumandersreisen durch Anbieter aus Entwicklungs- und Schwellenländern erweitert und entwicklungspolitische Themen werden bei seinen Mitgliedern mehr in den Vordergrund gestellt. Zusätzlich wird Reiseanbietern in Deutschland sowie touristischen Dienstleistungsanbietern aus

Entwicklungs- und Schwellenländern die Möglichkeit gegeben, ihr Angebot den Kriterien des Nachfragemarktes in Deutschland anzupassen.

Der Verband forumandersreisen e.V.

Der als eingetragener Verein (e.V.) organisierte Dachverband wurde 1998 von zwölf Reiseveranstaltern gegründet und hat heute über 140 Mitglieder. Wichtigstes ökologisches Kriterium ist der Erhalt bzw. die Schonung natürlicher Ressourcen, was vor allem durch eine umweltfreundliche Anreise, ausgewählte Unterkünfte und naturbezogene Aktivitäten umgesetzt wird. Zu den sozialverträglichen Kriterien zählt in erster Linie Respekt gegenüber Gesellschaft, Kultur und Bedürfnissen der einheimischen Bevölkerung im Reiseland sowie deren Teilhabe an strukturellen und wirtschaftlichen Veränderungen im Rahmen des Tourismus.

Der Verband unterstützt seine Mitglieder bei der Umsetzung der Prinzipien des Dachverbandes insbesondere durch Grundlagenarbeit sowie Koordination und Bündelung der Kommunikation. Die Mitglieder haben sich zur Einhaltung eines umfangreichen Kriterienkatalogs verpflichtet, welcher eine Vielzahl konkreter Handlungsanweisungen und Empfehlungen umfasst. So werden z. B. keine Flüge unter 700 km Entfernung angeboten und bei Flügen über eine Reisedistanz von mehr als 2000 Kilometern darf der Aufenthalt nicht unter 14 Tagen betragen. Wenn möglich und sinnvoll müssen umweltschonende Transportmittel zum Reiseziel genutzt werden. Kleine, landestypische Unterkünfte mit einer engen Verbindung zur Regionalkultur werden bevorzugt. Die Einhaltung dieser Kriterien wird alle zwei Jahre überprüft.

Vielfältige Projekte des Verbandes

Zu den aktuellen Schwerpunktthemen des forumandersreisen gehören beispielsweise das Projekt „atmosfair“, das mittels einer freiwilligen, distanzabhängigen Abgabe für Flugreisen Klimaschutz-Projekte in Entwicklungsländern fördert. Des Weiteren existiert ein Pilotprojekt zu Corporate Social Responsability (CSR). Hierbei soll die Transparenz der Angebote des forumandersreisen durch Verbesserung der Messbarkeit seines Kriterienkatalogs und Erstellung von Nachhaltigkeitsberichten erhöht werden. Mit dem WWF konzipiert das forumandersreisen gemeinsam Reisen zu weltweiten WWF-Projekten. Schließlich wird mit dem Projekt „PlaNET“ der Kriterienkatalog für Dienstleistungsanbieter aus Entwicklungs- und Schwellenländern erweitert.

Kontakt

forumandersreisen e.V.

Dina Bauer
Postfach 500206
79028 Freiburg
T 0761/13776888
F 0761/13776889
dina.bauer@forumandersreisen.de
www.forumandersreisen.de

forumandersreisen

Viabono – Die Umweltdachmarke im Tourismus

CSD-Bezug

- Entwicklung und Umsetzung freiwilliger Initiativen im Bereich Umweltmanagement
- Erarbeitung von Leitlinien und Zielvorgaben
- Entwicklung von geeigneten Materialien (Flyer, Broschüren, Videos, Websites etc.) zur Bewusstseinsbildung

Qualität und Genuss statt moralischer Zeigefinger

Viabono steht für den Entschluss, eine starke neue Marke für alle zu schaffen, die Tourismusangebote mit dem „natürlichen Genuss" in Deutschland anbieten. Ziel von Viabono ist es, nachhaltigen Tourismus zu einem Produkt zu machen, das wiedererkennbar und emotional positiv aufgeladen ist, für hochwertige Angebote steht, beim Kunden Vertrauen genießt und außerdem - umweltpolitisch korrekt – Genuss ohne Reue verspricht. Viabono möchte den verstärkten individuellen Bedürfnissen der Reisenden nach unverfälschter Erholung für Leib und Seele in einer natürlichen Umgebung Rechnung tragen.

Umweltkennzeichnungen im Tourismus – Die Vorgeschichte von Viabono

Umweltorientierte Tourismus-Dienstleistungen erfolgreich am Markt zu etablieren ist kein leichtes Unterfangen. Um diesem Ziel ein wenig näher zu kommen, bemühte man sich schon in den 90er Jahren um ein entsprechendes einheitliches Umweltgütesiegel – lange Zeit jedoch vergeblich. Parallel zu dieser Debatte schritt eine kontraproduktive Umweltkennzeichen- und Gütesiegel-Inflation voran; so gab es 1998 rund 46 unterschiedliche touristische Umweltzeichen. Selbst Insidern ging der Überblick verloren. Das, was eigentlich bezweckt worden war – eine verstärkte Nachfrage für umweltorientierte Tourismusdienstleistungen zu initiieren – konnte nicht realisiert werden.

Vor diesem Hintergrund entstand im Jahre 1999 ein Konzeptpapier im Umweltbundesamt, das folgende Konsequenzen aus dem skizzierten Dilemma als Grundlage für das weitere Vorgehen einforderte:

- Reduktion der Zahl touristischer Umweltkennzeichen auf ein einheitliches, klares und verlässliches Symbol. Denn nur bei einer Bündelung besteht die Chance, von den Verbrauchern als einfach zu handhabende Orientierung wahrgenommen zu werden.
- Entwicklung einer Umweltkennzeichnung, die nicht nur an den sozialen, sondern auch an den individuellen Nutzen der Urlauber anknüpft. Der Slogan „Tu es der Umwelt zuliebe" reicht nicht aus. Umweltkennzeichnungen werden insbesondere dann für die Kaufentscheidung relevant, wenn sich der Konsument davon auch einen persönlichen monetären (z.B. bei Energieeinsparung bei Elektrogeräten) oder emotionalen (z.B. Erlebnis- oder Erholungsqualität, Wohlfühlen, Gesundheit, Prestigegewinn) Vorteil verspricht.

Die Umweltkommunikation geht neue Wege – von der Information zum Marketing

Für die Stärkung eines nachhaltigen Tourismus war ein neuer Ansatz nötig: Eine Form der Umweltkommunikation, die über die bisherige Art der Ansprache mit Informations- und Appellversuchen hinausgeht. Es galt u. a. auch, das selbst geschaffene Negativ-Image der Altbackenheit, der grauen Langeweile und des Verzichts abzustreifen und einen positiveren Ansatz zu verfolgen, der auf emotional ansprechende Art an die Wünsche und Sehnsüchte der Urlauber (Qualität, Erholung, Erlebnis, Wohlbefinden) anknüpft und das Verharren in der kleinen Öko-Nische beendet.

Viabono – Dachmarke statt Gütesiegel

Dieses längst überfällige Umdenken hat einen Namen gefunden: Viabono. Viabono ist dabei kein weiteres der zahllosen Umweltgütesiegel, sondern geht weit über die Leistungen bestehender Umwelt-Kennzeichnungen hinaus. Die neue Marke bündelt hochwertige Reiseangebote unterschiedlichster Tourismusanbieter, die die anspruchsvollen (Umwelt-) Kriterien von Viabono erfüllen, unter einem einheitlichen Dach. Diesen Produkten kann Viabo-

no zusätzliche Gäste vermitteln. Dazu werden professionelle und moderne Marketingtechniken eingesetzt, in Form von Werbung, intensiver Öffentlichkeitsarbeit und Marketing-Kooperationen mit anderen starken Marken. Die ausgewählten Viabono-Lizenznehmer erfüllen die Ansprüche von Viabono beispielsweise durch kulinarische und kulturelle Vielfalt, durch entspannende Wellness-, Kur- und Heilangebote, durch ein Angebot an unverfälschten Natur-Erlebnissen, sinnlichen Erfahrungen oder sportlichen Aktivitäten sowie durch die Umsetzung verbindlicher und klarer umweltorientierter Vorgaben.

Der Weg zum Viabono-Partner

Viabono vergibt Lizenzen zur Markennutzung an geeignete Tourismusdienstleister. Die Markeneignung des zukünftigen Lizenznehmers wird anhand von anspruchsvollen, spezifischen Kriterienkatalogen für alle wichtigen touristischen Angebotsbereiche sowie weiteren Dokumenten, die zur Plausibilitätsprüfung herangezogen werden, durch die Viabono GmbH geprüft. Bei Erfüllung der definierten Viabono-Standards erfolgt die Aufnahme in den Kreis der Viabono-Lizenznehmer.
Ein mehrstufiges Qualitätssicherungsverfahren, das die unangekündigte Stichprobenprüfung, die konsequente Bestrafung und den Ausschluss von „schwarzen Schafen" sowie ein aktives Qualitäts- und Beschwerdemanagement mit Hilfe der Reisegäste umfasst, beugt dem Missbrauch der Marke vor und unterstützt ihre Glaubwürdigkeit.

2007 – Wo steht Viabono nach fünf Jahren?

Nach fünf Jahren bestätigt sich: Das Viabono-Konzept ist aufgegangen. Viabono ist es gelungen, sich fest auf dem Tourismus-Markt zu etablieren und das Vertrauen der Verbraucher und der Touristiker zu gewinnen. Annähernd 500 Viabono-Mitglieder setzen die Idee des nachhaltigen Reisens heute engagiert in die Tat um – die meisten davon Familienunternehmen.

Viabono – Eine umfassende Gemeinschaftsinitiative

Am 18. März 2002 wurde der Viabono Trägerverein in Berlin gegründet. Dem Verein gehören heute die folgenden 18 Mitglieder an:

- Allgemeiner Deutscher Automobil-Club e.V. (ADAC)
- Bruderhilfe e.V. Automobil- und Verkehrssicherheitsclub (BAVC)
- Bund für Umwelt und Naturschutz Deutschland e.V. (BUND)
- Bundesverband der Campingwirtschaft in Deutschland e.V. (BVCD)
- Bundesverband forumandersreisen e.V. (far)
- Bundesvereinigung Kanutouristik e.V. (BKT)
- Deutscher Heilbäderverband e.V. (DHV)
- Deutscher Hotel- und Gaststättenverband e.V. (DEHOGA)
- Deutscher Landkreistag (DLT)
- Deutscher Naturschutzring e.V. (DNR)
- Deutscher Städte- und Gemeindebund (DStGB, über Gemeinde Nettersheim)
- Deutscher Tourismusverband e.V. (DTV)
- Deutsches Jugendherbergswerk e.V. (DJH)
- Landesamt f.d. Nationalpark Schleswig-Holsteinisches Wattenmeer
- NaturFreunde Deutschlands e.V. (NFD)
- Naturschutzbund Deutschland e.V. (NABU)
- Ökologischer Tourismus in Europa e.V. (Ö.T.E.)
- Verkehrsclub Deutschland e.V. (VCD)

Die beteiligten Tourismus-Verbände haben - falls vorhanden - ihre Umweltwettbewerbe eingestellt und empfehlen für eine optimale Marktplatzierung ihren umweltorientierten Mitgliedern die Teilnahme bei Viabono.

Damit ist Viabono eine der mitgliederstärksten und die am schnellsten wachsende Tourismus-Kooperation in Deutschland – ein Zeichen dafür, dass Viabono genau den Trend der Zeit aufgespürt hat.

Dafür sprechen auch die hohen Zugriffszahlen auf www.viabono.de: Das „Reiseportal für Naturgenießer" wird in 2007 über 750.000 Besucher verzeichnen. Zudem erreicht die junge Marke Viabono bereits einen beachtlichen Bekanntheitsgrad: Rund sechs Millionen Deutschen ist laut der Herbstreiseanalyse 2005 F.U.R. (Forschungsgemeinschaft Urlaub und Reise e.V.) der Name Viabono ein Begriff.

Kontakt

Viabono GmbH

Stephan Krug
Friedrich-Ebert-Straße, Haus 51
51429 Bergisch Gladbach
T 02204/842370
F 02204/842375
info@viabono.de
www.viabono.de

Viabono®
Reisen natürlich genießen

Deutscher Tourismusverband – Entwicklung und Vermarktung von Naturerlebnisprodukten

CSD-Bezug

- Entwicklung von geeigneten Materialien (Flyer, Broschüren, Videos, Websites etc.) zur Bewusstseinsbildung
- Entwicklung von umwelt-, sozial- und kulturverträglichen Formen des Tourismus
- Schaffung und Durchführung von Aus- und Weiterbildungsangeboten

Angebote für Naturgenießer

Die Nachfrage nach Urlaub und Reisen in Deutschland weist eine positive Tendenz auf. Die Erfahrungen der Tourismusbranche in den vergangenen Jahren zeigen außerdem, dass es für den Gast ein selbstverständlicher Anspruch geworden ist, im Reisegebiet intakte Natur erleben und genießen zu können. Gleichermaßen wächst auch der Anspruch des Gastes, sich während seiner „schönsten Tage“ in eine – auch ökologisch basierte – komfortable „Qualitäts-Wohlfühlatmosphäre“ zu begeben. Das touristische Produkt sowie das Tourismus-Marketing müssen sich auf diese Ansprüche einstellen. Vor diesem Hintergrund gilt es verstärkt, Angebote für Naturgenießer bzw. Naturerlebnisurlaube zu erstellen. Für touristische Organisationen und Leistungsträger stellt dies eine nicht immer einfache Gratwanderung zwischen Umwelt- und Naturschutz einerseits sowie gästeorientiertem Naturerlebnis andererseits dar.

Das Projekt ‚Praxisleitfaden Naturerlebnisprodukte‘

Der Deutsche Tourismusverband e.V. (DTV) hat im September 2005 den Praxisleitfaden für die Entwicklung und Vermarktung von Naturerlebnisprodukten im Deutschlandtourismus herausgegeben. Ziel und Zweck des Projektes war es, Tourismusorganisationen und Leistungsträgern in praxisorientierter und nachvollziehbarer Weise Anleitungen zur Erstellung und Vermarktung attraktiver, am Prinzip der Nachhaltigkeit ausgerichteter, buchbarer Naturerlebnisprodukte zu geben. Touristische Anbieter werden angehalten, das jeweils Besondere der Region, des Ortes oder Betriebes zu betonen und im Produkt entsprechend herauszustellen. Um die Praxisbezogenheit und die Anwenderfreundlichkeit des Leitfadens auch tatsächlich zu gewährleisten, umfasste das Projekt während seiner Entwicklung Pretests bei touristischen Leistungsträgern, Kommunen und Regionen vor Ort.

Entwickelt wurde die Broschüre von der Hamburger Tourismus, Sport- und Freizeitagentur KONTOR 21 und dem Garmisch-Partenkirchener Alpenforschungsinstitut (AFI). Fachlich begleitet wurde das Projekt durch ein bundesweites Expertengremium aus Vertretern des DTV, des Bundesministeriums für Umwelt, Naturschutz und Reaktorsicherheit (BMU), des Bundesamtes für Naturschutz (BfN), der Deutschen Bahn, der Deutschen Zentrale für Tourismus (DZT), des Deutschen Hotel- und Gaststättenverbandes (DEHOGA), des Deutschen Städte- und Gemeindebundes (DStGB), des Kuratoriums Sport und Natur sowie des Kooperationspartners Viabono (siehe Beitrag Viabono in dieser Broschüre). Förderung erfuhr das Projekt durch das BfN mit Mitteln des BMU.

Der Praxisleitfaden

Der Leitfaden „Natur – Erlebnis – Angebot. Entwicklung und Vermarktung“ gibt Kommunen, Regionen und Leistungsträgern Anregungen für eine qualitäts- und kundenorientierte Gestaltung und Vermarktung von naturnahen touristischen Qualitätsprodukten an die Hand.
Neben einer Marktübersicht zeigt der Praxisleitfaden beispielhaft die Entwicklung erfolgversprechender touristischer Produkte und Baukastensysteme auf und verschafft einen Überblick über aktuelle und absehbare Standards. Er beschreibt aktuelle Angebote wie „Natur auf der Spur“, „Wohnen und Schlafen“ oder „Ohne Auto mobil“ und skizziert mögliche Zielgruppen. Er stellt Best-Practice-Beispiele aus Deutschland bzw. vergleichbaren Naturräumen im Ausland vor und thematisiert Problemfelder der Produkterstellung. Ferner verhilft der Leitfaden dem Leser zu einer Übersicht über erforderliche Genehmigungsverfahren und damit verbundene rechtliche Rahmenbedingungen und fasst in Form von Checklisten die wesentlichen Aspekte zusammen, die für die Entwicklung und Vermarktung von Naturerlebnisangeboten von Bedeutung sind. Der Leitfaden erfreut sich noch immer einer regen Nachfrage, so dass im Jahr 2007 mit finanzieller Unterstützung vom Bundesamt für Naturschutz eine zweite Auflage herausgegeben wurde.

www.naturerlebnisangebote.de

In Ergänzung zur Broschüre wurde auch eine interaktive Online-Version entwickelt. Unter www.naturerlebnis-angebote.de werden Regionen, Kommunen und Leistungsträger bei der Entwicklung und Vermarktung von Naturerlebnisprodukten der Themenkomplexe Langlauf, Wandern, Reiten, Nordic-Walking, Radfahren und Kanufahren unterstützt. Vor allem Neueinsteigern bietet die Internetseite mit zahlreichen Best-Practice-Beispielen Anregungen und konkrete Ideen.

Der innovativ gestaltete Internetauftritt ermöglicht es den Anwendern, individuelle und gezielt auf sie zugeschnittene Informationen abzurufen sowie sich spezifische Nutzerprofile mit entsprechenden Checklisten und Empfehlungen erstellen zu lassen. Ein Quality-Guide hilft dem Nutzer mittels interaktiver Fragebögen, Naturerlebnisangebote nach verschiedenen Qualitätskriterien zu prüfen und gibt Hinweise zu Verbesserungsmöglichkeiten. Mit Hilfe eines Pauschalen-Assistenten können sich potenzielle Anbieter ihre persönlichen Naturerlebnis-Angebotspakete erstellen lassen. Der Pauschalen-Assistent unterstützt den Nutzer bei der Auswahl von Teilleistungen, der Berechnung des Angebotspreises bis hin zur individuellen Angebotsbeschreibung. Um auch in Zukunft dem Anspruch des Gastes am Erleben und Genießen intakter Natur gerecht zu werden, passt der DTV gemeinsam mit Viabono die Inhalte den aktuellen Entwicklungen und Trends im Naturtourismus an.

Workshops

Das BfN führte im Herbst 2006 auf Initiative der Projektträger einen Auftakt-Workshop über Produktgestaltung und Vermarktung von Naturerlebnissen für Touristiker auf der Insel Vilm durch. Neben Vorträgen wurden modellhaft in Arbeitsgruppen Produkte für Naturerlebnisse entwickelt. Wichtige Hilfestellung boten hierbei der Praxisleitfaden sowie die interaktive Internetseite www.naturerlebnisangebote.de. Weitere Seminare für die Akteure aus den Bereichen Tourismus und Naturschutz der Regionen folgten im Auftrag des BfN durch die Viabono GmbH im Sommer und Herbst 2007 in Hessen, Sachsen, Thüringen sowie am Bodensee.

Der Deutsche Tourismusverband hofft, dass das Projekt den Verantwortlichen in den Tourismusorganisationen und den touristischen Leistungsträgern auch weiterhin eine wertvolle Hilfe sein wird und mit dazu beiträgt, landschaftsverträgliche touristische Produkte nachhaltig zu entwickeln und zu vermarkten.

Der Leitfaden „Natur – Erlebnis – Angebot. Entwicklung und Vermarktung“ kann gegen Erstattung der Versandkosten in der DTV-Geschäftsstelle oder bei der Viabono GmbH kostenlos angefordert werden.

Kontakt

Deutscher
Tourismusverband e.V.

Dirk Dunkelberg
Bertha-von-Suttner-Platz 13
53111 Bonn
T 0228/98522-15
F 0228/98522-28
dunkelberg@
deutschertourismusverband.de
www.deutschertourismusverband.de

DTV
DEUTSCHER TOURISMUSVERBAND E.V.

ECOCAMPING – Umweltmanagement für Campingunternehmen

CSD-Bezug

- Entwicklung von freiwilligen Management-Systemen
- Erarbeitung von Leitlinien und Zielvorgaben
- Schaffung und Durchführung von Aus- und Weiterbildungsangeboten
- Maßnahmen zur Förderung und Einsatz umweltgerechter Technologien

Nachhaltige Verbesserung der ökologischen Verträglichkeit

ECOCAMPING-Umweltmanagement ist ein integriertes Managementsystem, das die Organisation und Verbesserung von Umwelt- und Naturschutz, Sicherheit und Qualität auf Campingplätzen unterstützt. Mit der Auszeichnung „ECOCAMPING-Umweltmanagement“, die vom Verein ECOCAMPING vergeben wird, unterstreichen die Unternehmen ihr Engagement für umwelt- und klimafreundliche Erholung. Oberstes Ziel ist die Qualifizierung der Unternehmer und ihrer Mitarbeiter sowie die Verbesserung von Image und Akzeptanz der Campingwirtschaft, vor allem auch gegenüber Politik und öffentlicher Verwaltung. Des Weiteren soll der Umsatz der Campingplätze durch Kosteneinsparungen, verbesserte Organisation, Kundenbindung und Gewinnung von Neukunden optimiert werden. In der Praxis bedeutet das die Steigerung der Gästezufriedenheit durch eine höhere Servicequalität, Vermeidung von Abfällen, effiziente Energie- und Wassernutzung sowie Vermeidung von belastenden Abwässern. Darüber hinaus sollte der Platz naturnah gestaltet und gepflegt sowie umweltschonend gereinigt werden und Verkehrsbelastungen vermieden werden. Ebenso wichtig ist der Einbezug regionaler Produkte bei Verarbeitung und Verkauf sowie die Gestaltung naturnaher Freizeitangebote. Positiver Begleiteffekt des Umweltmanagements ist, dass die Übernachtungspreise durch die erzielten Einsparungen für die Gäste stabil gehalten werden können.

Erste Schritte in die Praxis

Um diese einzelnen Bestandteile des ECOCAMPING-Umweltmanagements in die Praxis umzusetzen, hat es sich bewährt, Qualifizierung und Beratung mit dem Erfahrungsaustausch der Unternehmer untereinander zu kombinieren. In regionalen Kooperationsgruppen führen Campingunternehmer das integrierte Umweltmanagement ein. Sie besuchen gemeinsam Workshops zu den Themen Umweltmanagement, Abfall, Energie, Wasser und Reinigung, Platzgestaltung, Arbeits- und Betriebssicherheit sowie Servicequalität und Marketing. Durch die Workshops und zwei Vor-Ort-Beratungen wird sichergestellt, dass jeder Betrieb ein auf die individuellen Bedürfnisse angepasstes Umwelt- und Qualitätsmanagement aufbauen kann.

Die Campingplätze, die ein funktionierendes Managementsystem eingeführt haben, erhalten die Auszeichnung „ECOCAMPING-Umweltmanagement“. Diese Unternehmen können anschließend die Aufnahme in das ECOCAMPING-Netzwerk beantragen und werden daraufhin von ECOCAMPING weiter fachlich begleitet. Alle drei Jahre werden sie erneut vor Ort beraten und geprüft. Hierzu gehört ein umfassender Umwelt- und Qualitäts-Check, die Erstellung eines Plans für Verbesserungsmaßnahmen sowie die Erfolgskontrolle durch Erfassung wesentlicher Verbrauchsdaten wie Abfallmenge, Wasser- und Energie. Das kontinuierliche Monitoring dieser Daten ermöglicht eine nachhaltige Unternehmensentwicklung und stellt eine der Grundlagen für eine fortlaufende Betreuung der Unternehmen im ECOCAMPING-Netzwerk dar. Die Initiative entwickelt darüber hinaus innovative Tourismuskonzepte sowie Umweltbildungsangebote und führt Existenzgründungsberatungen durch.

Wer kann mitmachen?

Das ECOCAMPING-Umweltmanagement kann in jedem Campingunternehmen eingeführt werden. Für eine erfolgreiche Teilnahme spielen weder die Größe, der Anteil an unterschiedlichen Gästegruppen, die Betriebsform noch die bisherigen Aktivitäten im Umwelt- und Qualitätsbereich eine Rolle. ECOCAMPING setzt keine großen Investitionen voraus, sondern reagiert flexibel auf die Möglichkeiten des Unternehmens. Die Berater machen Vorschläge für Verbesserungsmaßnahmen in den Bereichen Umwelt- und Naturschutz sowie Sicherheit und Qualität. Aufgrund dieser entscheidet jedes Unternehmen selbst, welche Maßnahmen bis wann und von wem umgesetzt werden.

ECOCAMPING - grenzübergreifend

Mittlerweile sind 165 Campingplätze mit dem ECOCAMPING-Umweltmanagement ausgezeichnet. Diese liegen deutschlandweit in Baden-Württemberg, Bayern, Brandenburg, Bremen, Mecklenburg-Vorpommern, Niedersachsen, Nordrhein-Westfalen, Rheinland-Pfalz und Schleswig-Holstein, außerdem in Österreich, der Schweiz und Italien. Kontinuierlich bereiten sich weitere Campingplätze in Europa auf die Auszeichnung vor. Durch dieses europäische Netzwerk unterstützt ECOCAMPING eine grenzüberschreitende nachhaltige Campingwirtschaft. Darüber hinaus werden Campingunternehmer auf dem Weg zur Auszeichnung mit EMAS begleitet, der höchsten europäischen Zertifizierung im Bereich Umweltmanagement. Auch die Auszeichnung mit dem EU-Ecolabel wird von ECOCAMPING unterstützt und durch die Umweltbetriebsprüfer des Vereins vorbereitet.

Der Verein

ECOCAMPING ist seit dem Jahr 2002 als eigenständiger Verein aktiv. Die Idee wurde 1998 als Projekt der Internationalen Bodensee-Stiftung ins Leben gerufen. Mitglieder im ECOCAMPING e.V. sind die Umweltorganisationen Deutsche Umwelthilfe, Associazione Cultura Turismo Ambiente, ECOTRANS, Global Nature Fund und Bodensee-Stiftung sowie die Landesverbände der Campingunternehmer in Baden-Württemberg, Bayern, Brandenburg, Hessen, Mecklenburg-Vorpommern, Niedersachsen, Nordrhein-Westfalen, Rheinland-Pfalz/Saarland, Schleswig-Holstein sowie der Deutsche Camping Club, der Caravan Industrieverband Deutschland und der Deutsche Caravan Handelsverband.

Die ECOCAMPING-Projekte werden gefördert von Umwelt-, Sozial- oder Wirtschaftsministerien der Länder, der Deutschen Bundesstiftung Umwelt (DBU), der Gesellschaft für Technische Zusammenarbeit (GTZ), der Europäischen Union und weiteren öffentlichen und wirtschaftlichen Förderern.

Kontakt

ECOCAMPING e.V.

Carina Dambacher
Blarerstr. 56
78462 Konstanz
T 07531/28257-0
F 07531/28257-29
info@ecocamping.net
www.ecocamping.net

Deutscher Hotel- und Gaststättenverband – Energiesparkampagne für Restaurants und Hotels

CSD-Bezug

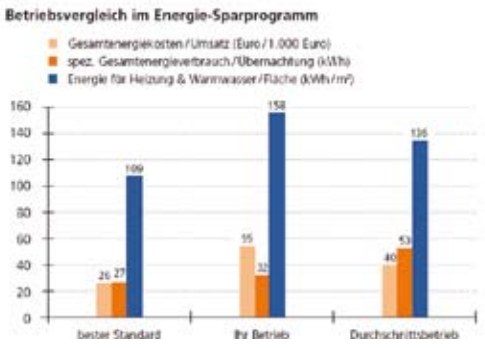
- Entwicklung und Umsetzung freiwilliger Initiativen im Bereich Umweltmanagement
- Maßnahmen zur Förderung und Einsatz umweltgerechter Technologien
- Entwicklung von geeigneten Materialien (Flyer, Broschüren, Videos, Websites etc.) zur Bewusstseinsbildung

Energiesparen im Gastgewerbe

Hoteliers und Gastwirte sind aktiv dabei, wenn es um den Klimaschutz geht: So will das Gastgewerbe die von ihm verursachten Treibhausgas-Emissionen um jährlich 100.000 Tonnen mindern. Mit diesem Ziel hat der Deutsche Hotel- und Gaststättenverband (DEHOGA) eine freiwillige Klimaschutzvereinbarung mit dem Bundesministerium für Umwelt, Naturschutz und Reaktorsicherheit (BMU) abgeschlossen. Das Ministerium fördert fünf Jahre lang eine breit angelegte Energiesparkampagne für Hotels und Gastronomiebetriebe. Diese Vereinbarung über die „Energiekampagne Gastgewerbe“ ist das erste Abkommen zum aktiven Klimaschutz außerhalb des produzierenden Gewerbes.

Klimaschutz im Team

Die Kampagne wird vom DEHOGA Bundesverband, den DEHOGA Landesverbänden und dem Hotelverband Deutschland (IHA) durchgeführt. Mit der Umsetzung der Kampagne wurde Adelphi Research beauftragt. Darüber hinaus findet im Rahmen der Kampagne eine Kooperation mit mehr als zehn Partnern aus der Wirtschaft statt, die ihre Fachexpertisen anhand von Beiträgen für die Internetseite oder in den Energie-Sparblättern einbringen.



Des Weiteren betreiben die Partner über gemeinsame Energie-Veranstaltungen oder Internetseiten-Verlinkungen aktives Marketing für die Kampagne. Die föderale Struktur des DEHOGA macht es möglich, das Netz der 17 Landesverbände für die Teilnehmerwerbung zu nutzen. Gemeinsam mit ihnen ist die Energiekampagne regelmäßig zu Gast auf Branchenmessen. Neben Informationsständen werden dabei Präsentationen abgehalten oder Diskussionsrunden zum Energiesparen durchgeführt. Die Teilnahme an der Kampagne ist für die Betriebe kostenlos und steht jederzeit neuen Interessenten offen. Der große Vorteil für die Teilnehmer ist, dass sie im Rahmen der Kampagne nicht nur etwas für den Klimaschutz tun, sondern auch ihre Energiekosten senken. Für die Betriebe entstehen dadurch sowohl Image- als auch Kostenvorteile. Drei Kernelemente bilden das Fundament der Kampagne:

- Energie-Sparblätter
- Energie-Sparprogramm
- Internetseite

.

Energie-Sparblätter – Information zu Einzelthemen

Küche, Beleuchtung oder Gästezimmer: Die Energie-Sparblätter beschäftigen sich mit einzelnen, besonders energieintensiven Bereichen in den Betrieben und geben einfache und kostengünstige Tipps zum Energiesparen, z. B. zu Themen wie Kochen, Kühlen oder Heizen. Darüber hinaus finden die Betriebe in den Info-Blättern auch Ratschläge und Hinweise zu größeren Investitionen, deren Kosten durch kontinuierliche Energieeinsparungen wieder wett gemacht werden. Die Energie-Sparblätter werden vierteljährlich an die teilnehmenden Betriebe versendet. Getreu dem Motto „Tue Gutes und rede darüber“ fördert die Kampagne ganz besonders den Kontakt zwischen den teilnehmenden Betrieben. In jedem Energie-Sparblatt wird ein Betrieb vorgestellt, der einzelne Maßnahmen bereits erfolgreich umgesetzt hat und bereit ist, über seine Erfahrungen Auskunft zu geben.

Individuelle Beratung mit dem Energie-Sparprogramm

Rund um die Uhr können die Teilnehmer ihre Energiewerte in ihrem persönlichen Energiesparkonto auf der Internetseite der Kampagne online eingegeben, Vergleichswerte abfragen und ihren Verbrauch kontrollieren.

Nach Eingabe der Energiedaten erhalten die Teilnehmer einen ausführlichen Energiebericht mit speziellen Einsparempfehlungen für ihren Betrieb. Die detaillierte Auswertungsfunktion des Programms ermöglicht die Erstellung von individuellen Energiekennzahlen, einen Vergleich des Energieverbrauchs über die Zeit sowie eine Gegenüberstellung mit ähnlichen Betrieben.

Vielseitig: Der Internetauftritt

Die Internetseite ist das zentrale Element der Kampagne. Hier erhalten die Teilnehmer ausführliche Informationen rund um das Thema Energie, wie z.B. Förderprogramme oder energiesparende Heizpumpen. Anschauliche Berechnungen, Grafiken und Hinweisschilder zum Download für die Nutzung im Betrieb ergänzen das Angebot.
Unter anderem bietet die Internetseite:

- Datenbank zu Förderprogrammen: Für größere Investitionen im Energiebereich, ermöglicht sie eine Detailrecherche zu Förderprogrammen von Ländern, Bund und der Europäischen Union.
- Fallbeispiele: Über die Fallbeispieldatenbank können sich Teilnehmer über Erfahrungen mit Energiesparmaßnahmen austauschen. Es besteht die Möglichkeit, nach Fallbeispielen zu suchen oder selber Berichte beizutragen.
- Energieberater-Datenbank: Hier können teilnehmende Betriebe Energieexperten in ihrer Region suchen. Das Ergebnis umfasst eine Liste von Energieberatern inklusive Kontaktdaten, Tätigkeitsbeschreibung und Referenzobjekten.
- Pumpen-Check: Mit diesem Test können die Teilnehmer herausfinden, ob sich bei der Pumpe im Heizungskeller Geld und Energie sparen lässt: Zum Beispiel durch Reduzierung der Laufzeit, Anpassung der Leistung oder durch eine neue Pumpe.
- BHKW-Rechner: In den BHKW-Rechner können die wichtigsten Daten des Betriebes eingegeben werden. Er liefert eine erste Schätzung über Auslegung und Wirtschaftlichkeit eines Blockheizkraftwerks (BHKW) für den Betrieb.
- Strom- und Gastarifrechner: Durch Information über die Anbieter für Strom und Gas der gewünschten Region sowie deren Tarife kann der günstigste Anbieter ausgewählt werden.

Kommunikation wird groß geschrieben

Informieren, Erklären, Motivieren: Kommunikation ist die Voraussetzung für den Erfolg der Kampagne. Dies betrifft sowohl den Erfahrungsaustausch zwischen den Betrieben, die Schulung und Motivation der Mitarbeiter als auch die Kommunikation mit den Gästen. Die Kampagne hat zur Unterstützung der Betriebe Hinweisschilder und Merkblätter zusammengestellt. Sie dienen als Vorlage, sind im Internet abrufbar und können entsprechend der Ansprüche des jeweiligen Betriebes modifiziert werden. Darüber hinaus stellt die Energiesparkampagne Trainingsmaterial für hausinterne Schulungen zur Verfügung. Durch Powerpoint-Vorträge und Zusatzinformation wird den Mitarbeitern das Thema Energiesparen näher gebracht. Zusätzlich erhalten die Betriebe regelmäßig einen Newsletter mit Informationen zur Kampagne und Terminhinweisen. Mit Hilfe von Interviews und Fallbeispielen dient der Newsletter auch dem Erfahrungsaustausch unter den Teilnehmern. Alle Teilnehmer haben sechsmal im Jahr die Gelegenheit, eine Energieberater-Hotline und ein moderiertes Diskussionsforum im Internet zu nutzen. Die Betriebe können sich so mit ihren Fragen gezielt an spezialisierte Berater wenden. Auch im Forum gibt es jederzeit die Möglichkeit, sich mit anderen Teilnehmern auszutauschen.

Erste Ergebnisse

Zu Beginn der Kampagne war es Ziel, pro Jahr 1000 Gastronomen und Hoteliers für die Energiekampagne zu gewinnen: Diese Zahl wurde bereits weit überschritten: Etwa anderthalb Jahre nach Start nehmen bereits 3428 Betriebe teil (Stand 17.10.2007). Die Teilnehmer setzen sich zusammen aus 1541 Hotels, 408 Gasthöfen, 118 Pensionen, 1067 Gaststätten sowie 294 sonstigen Betrieben.

Kontakt

Energiekampagne Gastgewerbe
c/o DEHOGA Bundesverband

Am Weidendamm 1 A
10117 Berlin
T: 030/726252-0
F: 030/726252-42

Adelphi Research

Rainer Mutschler
Caspar-Theyss-Str. 14a
14193 Berlin
T 030/8900068-62
F 030/8900068-10

energiekampagne@dehoga.de
www.energiekampagne-gastgewerbe.de

Energiekampagne Gastgewerbe

DEHOGA BUNDESVERBAND

Verband Deutscher Naturparke – Vielfalt von Natur und Kultur erleben

CSD-Bezug

- Entwicklung von geeigneten Materialien (Flyer, Broschüren, Videos, Websites etc.), die einen unmittelbaren Beitrag zur Bewusstseinsbildung bestimmter Zielgruppen leisten
- Bereitstellung von Informationsgrundlagen für die Reisezielentscheidung von Verbrauchern durch Aufklärung über kulturelle, ökologische oder sonstige Werte sowie Sicherheits- und Gesundheitsrisiken in touristischen Zielgebieten
- Entwicklung und Umsetzung freiwilliger Initiativen im Bereich Tourismusplanung und -management zur Unterstützung einer nachhaltigen Entwicklung des Tourismus

Naturparke in Deutschland laden ein

Aufgabe des Verbandes Deutscher Naturparke (VDN) ist es, die Naturparke auf ihrem Weg zu nachhaltig entwickelten Vorbildlandschaften des ländlichen Raumes zu fördern. Angestrebt wird eine Balance zwischen intakter Natur, wirtschaftlichem Wohlergehen und guter Lebensqualität. Dabei wird auch der Tourismus in Naturparken durch Öffentlichkeitsarbeit sowie durch Initiativen zur Etablierung eines nachhaltigen touristischen Angebots, die in Kooperation mit verschiedensten Partnern durchgeführt werden, unterstützt.

Für Besucher haben die 98 Naturparke in Deutschland mit ihrer einzigartigen Natur viel zu bieten. Zur Erkundung auf eigene Faust gibt es ausführliches Informationsmaterial. Im Mittelpunkt stehen aber geführte Touren – mal zur Tier- und Pflanzenwelt oder zur Landschaftsgeschichte, aber auch zu geologischen, archäologischen und kulturellen Aspekten.

Qualitätsoffensive Naturparke

Die „Qualitätsoffensive Naturparke“ soll die Naturparke darin unterstützen, sowohl die Qualität ihrer Arbeit und Angebote zu erhöhen als auch eine bessere Unterstützung für ihre Arbeit in Wirtschaft, Gesellschaft und Politik zu gewinnen. Sie wurde in enger Abstimmung mit den Naturparken und in Kooperation mit EUROPARC Deutschland (ED) entwickelt. Gefördert wurde sie vom Bundesamt für Naturschutz (BfN) mit Mitteln des Bundesumweltministeriums (BMU).

Kern der Qualitätsoffensive ist ein Kriterienkatalog, der die Anforderungen an Naturparke aufschlüsselt und auch die Erwartungen und Bedürfnisse der Besucher berücksichtigt. Das touristische Angebot und Marketing werden zum Beispiel anhand der Sport- und Aktivangebote, der touristischen Infrastruktur, der Informationsmöglichkeiten, der Barrierefreiheit und der Maßnahmen zur Werbung beurteilt. Das Vorhandensein eines Besucherlenkungskonzeptes und Angebote der Umweltbildung werden ebenso bewertet, wie der Erhalt kultureller Traditionen und die Vermarktung regionaler Produkte. Nicht zuletzt ist der Bereich der Kooperation mit Partnern u.a. touristischen Leistungsträgern im Kriterienkatalog von Bedeutung.

Bis September 2007 haben bereits 53 Naturparke an der Qualitätsoffensive teilgenommen. Die Beurteilung ist bisher durchgehend positiv: Die Selbsteinschätzung der Naturparke über ihre Stärken und Schwächen zusammen mit einer zusätzlichen Evaluation durch speziell geschulte Qualitäts-Scouts geben Impulse für die künftige Arbeit. Auch die Zusammenarbeit der Naturparke untereinander und mit Partnern in der Region wird begrüßt und fördert die qualitative Entwicklung.

Angebotsbroschüre für barrierefreies Naturerleben

Die Nationale Koordinationsstelle Tourismus für Alle e.V. (NatKo) und der VDN haben gemeinsam die erste Broschüre über barrierefreies Naturerleben in Naturparken herausgegeben. Die 100 Seiten umfassende Broschüre enthält Angebote aus 39 Naturparken und wurde auf der Internationalen Tourismus-Börse (ITB) 2007 in Berlin vorgestellt.

Die Natur zu erleben ist ein Grundbedürfnis eines jeden Menschen. Menschen mit Behinderungen, Familien mit Kindern sowie deren Angehörigen und Freunden ist das häufig nicht gemeinsam möglich, weil die vorhandenen Angebote für sie oft nur eingeschränkt nutzbar sind. Dass es auch anders geht, zeigen viele Naturparke. In den letzten Jahren haben sie Angebote geschaffen, die es allen Menschen ermöglichen, die Natur und Kulturlandschaften zu entdecken. Hierzu zählen barrierefreie Wanderwege, Exkursionen mit Gebärdendolmetscher, tastbare Reliefkarten, Schifffahrten für Rollstuhlfahrer, Duft- und Tastgärten für Blinde sowie barrierefreie Besucherzentren.

VDN und NatKo sind sich bewusst, dass gerade die Unberührtheit der Natur und die topographischen Begebenheiten in Naturparken nicht mit DIN-Normen und einheitlichen Maßen zu erfassen und zu beschreiben sind. Die Broschüre soll Zugänglichkeit auf praktische und kreative Weise schaffen und den Besucher vorab über die Begebenheiten informieren. Somit bietet die Broschüre einen ersten Überblick über barrierefreie Angebote in Naturparken und erleichtert die Planung eines Kurzurlaubs oder Ausflugs.

Nationale Naturlandschaften

Mit den „Nationalen Naturlandschaften“ wurde von den beiden Dachverbänden der Großschutzgebiete in Deutschland - ED und VDN - eine Plattform geschaffen, um die Naturparke, Nationalparke und Biosphärenreservate in Deutschland erstmals gemeinsam zu vermarkten. Die Dachmarke bietet die herausragende Chance, dass die Großschutzgebiete in der Öffentlichkeit deutlich stärker wahrgenommen werden als bisher und einen höheren Stellenwert in der öffentlichen Meinung erhalten. Vergleichbare Beispiele aus den USA und Großbritannien zeigen, dass ein gemeinsamer nationaler Auftritt sowohl den einzelnen Schutzgebieten, dem Naturschutz im Allgemeinen und nicht zuletzt den Regionen, in denen die Schutzgebiete liegen, von Nutzen ist. In diesen Ländern sind die Schutzgebiete eine Marke mit einem hohen gesellschaftlichen und wirtschaftlichen Wert geworden. Damit verbunden ist die Chance, durch neue Partnerschaften und neue Finanzierungsmöglichkeiten künftig besser in der Lage zu sein, die genannten Aufgaben zu leisten und Entwicklungen zu initiieren, ohne Politik und Gesellschaft aus ihrer Verantwortung für Natur und den Großschutzgebieten zu entlassen.

Buchreihe „Natur erleben“/ Reisebroschüre „Reisen in die Naturparke“

Die vom VDN initiierte Buchreihe „Natur erleben“ stellt erstmals alle Nationalen Naturlandschaften im Zusammenhang dar, gegliedert nach einzelnen Bundesländern. Bisher erschienen sind Bände zu Nordrhein-Westfalen, Baden-Württemberg, Bayern und Mecklenburg-Vorpommern. Publikationen zu den übrigen Bundesländern werden folgen.

Die gesamte Buchreihe wird elf Bände mit einer Gesamtauflage von 275.000 Exemplaren umfassen. Herausgegeben wird die Buchreihe gemeinsam von VDN und ED. Die Buchreihe lädt dazu ein, mit den 98 Naturparken, 14 Nationalparken, und 14 Biosphärenreservaten die schönsten Landschaften praktisch vor der Haustür zu entdecken. Die reich bebilderten Bände führen zu den schönsten Orten und Ausflugszielen und informieren über Tiere und Pflanzen sowie über Geschichte und Kultur. Abwechslungsreiche Routenvorschläge für Wanderungen, Fahrrad-, Kanu- und Inlinetouren ermöglichen ein aktives Naturerleben sowie die Regeneration von Körper und Geist. Zu den Besonderheiten der Regionen, die es zu entdecken gilt, zählen auch regionaltypische Produkte und gastronomische Angebote. Das Unterkunftsverzeichnis enthält Angebote der Kooperationspartner Deutscher Wanderverband, Deutsches Jugendherbergswerk, Viabono, ECOCAMPING und NaturFreunde Deutschland. Buchbare Reiseangebote aus den Naturparken sind außerdem in der vom VDN 2007 erstmalig veröffentlichten Broschüre „Reisen in die Naturparke 2007“ zu finden. Diese Broschüre wird jährlich aufgelegt.

Kontakt

Verband Deutscher Naturparke (VDN) e.V.

Martina Porzelt
Görresstraße 15
53113 Bonn
T 0228/9212864
F 0228/9212869
porzelt@naturparke.de
www.naturparke.de,
www.nationale-naturlandschaften.de

VDN
VERBAND DEUTSCHER NATURPARKE e.V.

Nationale Naturlandschaften

Bundesvereinigung Kanutouristik - Qualitäts- und Umweltsiegel im Kanutourismus

CSD-Bezug

- Entwicklung und Umsetzung freiwilliger Initiativen im Bereich Umweltmanagement
- Erarbeitung von Leitlinien und Zielvorgaben
- Schaffung und Durchführung von Aus- und Weiterbildungsangeboten

Nachhaltige Nutzung der Kanugewässer

Mit der Einführung des Qualitäts- und Umweltsiegels durch die Bundesvereinigung Kanutouristik e.V. (BKT) wurden im deutschen Kanutourismus erstmals Qualitätsstandards für gewerbliche Kanuanbieter festgelegt. Diese Standards sichern einerseits eine naturverträgliche und nachhaltige Nutzung der Gewässer durch den Kanutourismus, andererseits fördern sie eine professionelle Betriebsführung der gewerblichen Kanuanbieter. Der Einsatz geschulten Personals, das die Kanutouristen an umwelt- und naturgerechtes Verhalten auf und am Wasser heranführt und auf die Einhaltung gesetzlicher Bestimmungen achtet, ist ein Beispiel für die Umsetzung der Kriterien, die bei der Betriebsprüfung bewertet werden. Kanutouristen bietet das Siegel eine Orientierungshilfe, um umweltfreundliche und qualitätsgeprüfte Betriebe zu erkennen, wobei für die Touristen insbesondere auch Sicherheitsaspekte von Interesse sind.

Eine bundesweite Initiative

Die Einführung des Qualitäts- und Umweltsiegels im Kanutourismus, welche unter der Leitung der BKT im Zeitraum zwischen Mitte März 2004 und Ende Dezember 2006 realisiert wurde, ist als bundesweite Initiative für die Umsetzung eines natur- und umweltverträglichen Kanutourismus zu verstehen. Zu den Partnern zählten die Viabono GmbH, der Deutsche Kanu-Verband (DKV), der Verband Deutscher Naturparke (VDN), der Deutsche Tourismusverband (DTV) sowie Landestourismusverbände. Die Durchführung der Qualitätsinitiative wurde aktiv vom Bundesministerium für Umwelt, Naturschutz und Reaktorsicherheit (BMU) sowie dem Bundesamt für Naturschutz (BfN) gefördert.

Zunächst fand eine bundesweite Sensibilisierung und Aufklärung der kanutouristischen Betriebe über die Notwendigkeit der Einführung eines Qualitäts- und Umweltsiegels im Kanutourismus statt. Zeitgleich wurde für interessierte Betriebe ein an Viabono-Kriterien (siehe Beitrag Viabono in dieser Broschüre) angelehnter, um branchenrelevante Themen erweiterter Kriterienkatalog erarbeitet und mit den Vertretern der projektbegleitenden Arbeitsgruppe diskutiert. Des Weiteren wurde die Lizenzausbildung zum Kanutouristiker in Abstimmung mit dem DKV konzipiert und einmal jährlich durchgeführt. Bislang wurden 46 Betriebe mit dem Qualitäts- und Umweltsiegel im Kanutourismus ausgezeichnet. Über 70 Teilnehmer haben die Lizenzausbildung zum Kanutouristiker erfolgreich abgeschlossen. Das Qualitäts- und Umweltsiegel wird nun von der BKT vergeben und betreut. Die Mitgliedschaft in der BKT ist jedoch nicht Voraussetzung für den Erhalt des Siegels.

Praxisorientierte Professionalisierung der Branche

Die umfassende, praxisorientierte Schulung richtet sich an Inhaber und Mitarbeiter kanutouristischer Betriebe. Inhaltlich werden vor allem folgende Schwerpunktthemen behandelt: Grundkenntnisse rechtlicher Rahmenbedingungen, Ökologie und Naturschutz im Kanutourismus, Techniken im Kanufahren (Methodik und Didaktik), Kanutourismus und Marketing sowie gruppendynamische Prozesse. Die Absolventen der Schulung sind befugt, Mitarbeiter und Kollegen zu Kundenbetreuern und Tourenbegleitern auszubilden. Erstmals wurde hierdurch eine Multiplikatorenschulung konzipiert, die zur Professionalisierung der Branche beitragen soll.

Viabono®
Natürlich Kanufahren
BKT geprüfte Qualität

Die Überprüfung und Lizenzierung der Betriebe erfolgt durch unabhängige Sachverständige der Industrie- und Handelskammer (IHK) direkt vor Ort. Darüber hinaus werden in lizenzierten Betrieben Stichproben durchgeführt, um die Einhaltung der Kriterien zu überprüfen. Marketing und Öffentlichkeitsarbeit begleiten und bewerben das Siegel. Neben einer breit angelegten, bundesweiten Pressearbeit sowie Themen- und Zielgruppenprospekte für Veranstaltungen und Messen werden Workshops und Fachvorträge in kanutouristischen Regionen veranstaltet, um Interessenten über Inhalte und Ziele des Siegels zu informieren.
Für die lizenzierten Betriebe gibt es jeweils ein „Starterset" bestehend aus Infoflyern, einer Umweltplakette für das Boot sowie einer Urkunde und einem Ausweis über die erfolgreich abgeschlossene Lizenzausbildung zum Kanutouristiker. Eine Fachpublikation richtet sich insbesondere an Vertreter des Naturschutzes sowie an Behörden, Verbände und politische Entscheidungsträger, um die Ziele des Siegels und die Hintergründe des Projekts ausführlich darzustellen.

Langfristige Sicherung des Kanutourismus

Das Ziel, ein Qualitäts- und Umweltsiegel im Kanutourismus zu etablieren, stellt nach wie vor eine große Herausforderung dar. Das Siegel soll nicht nur ein Vermarktungsinstrument sein, sondern den Kanutourismus auch langfristig sichern. Daher wurden umfangreiche Kriterien, wie beispielsweise der Nachweis über eine Genehmigung für gewerbliche Personenbeförderung oder auch entsprechend notwendige Versicherungen auferlegt. Diese Kriterien bilden den Rahmen zur Ausübung und Kontrolle für einen naturverträglichen, sicheren und qualitativ hochwertigen Kanutourismus.
Eine Modifizierung des Kriterienkatalogs vereinfacht mittlerweile das Verfahren: Bei Erfüllung von 16 Pflichtkriterien erhält der Betrieb das Basissiegel, darüber hinaus kann er die im Tourismus bewährte Sterneklassifizierung beantragen. Hauptbestandteil bleibt die oben erwähnte Multiplikatorenschulung. Die Zusammenarbeit mit neutralen Gutachtern hat sich bewährt und bleibt bestehen. Zusätzlich passt sich die Initiative dem aktuellen Trend im Deutschlandtourismus an, Qualität in allen Bereichen zu steigern und auszuzeichnen.

In Diskussionen um Gewässerreglementierungen bietet das Qualitäts- und Umweltsiegel aufgrund seiner Anforderungen eine Lösung, die Interessen des Natur- und Umweltschutzes mit den touristischen Interessen zu verbinden. So können der Erhalt der befahrbaren Gewässer als auch die Existenz der dort ansässigen touristischen Leistungsträger langfristig gesichert werden. In drei Rechtsverordnungen der Landkreise Ober Donau, Enz und Celle (Heidebäche) wurden bereits Qualitätsstandards für gewerbliche Kanuanbieter festgelegt, was als Erfolg im Sinne des naturverträglichen Kanutourismus und als ein wichtiger Schritt in Richtung langfristige Sicherung der Branche zu bewerten ist.

In einem Kooperationsprojekt an der polnischen Krutynia (Masuren), an dem die BKT beteiligt ist, werden in diesem Jahr kanutouristische Anbieter nach den Richtlinien der BKT ausgebildet, um auch dort Qualitätsstandards einzuführen.

Kontakt

Bundesvereinigung
Kanutouristik e.V.

Anja Gretzschel
Hannah-Arendt-Str. 3-7
35037 Marburg
T 06421/1689160
F 06421/1689161
info@kanutouristik.de
www.kanutouristik.de

BKT
Bundesvereinigung
Kanutouristik

Deutsche Bahn – Fahrtziel Natur: Erholen. Erleben. Erhalten.

CSD-Bezug

- Bereitstellung von Informationsgrundlagen für die Reisezielentscheidung von Verbrauchern durch Aufklärung über kulturelle, ökologische oder sonstige Werte
- Aufbau von Netzwerken

Mit der Bahn in die Natur

Unter dem Namen „Fahrtziel Natur“ bietet die Deutsche Bahn Naturbegeisterten die umweltfreundliche Anreise in ausgewählte Großschutzgebiete in Deutschland und in der Schweiz. Sie verbindet somit nachhaltigen Tourismus mit sanfter Mobilität und kann auch weniger ausgelastete Strecken im regionalen Bereich sowie im touristischen Verkehr stärken. Dafür haben sich im Markt für Umwelt und Tourismus die Partner Deutsche Bahn AG, Bund für Umwelt und Naturschutz Deutschland (BUND), Naturschutzbund Deutschland (NABU), Verkehrsclub Deutschland (VCD) und World Wide Fund For Nature Deutschland (WWF) zu einer Kooperation zusammengeschlossen. Die Umwelt- und Verkehrsverbände engagieren sich in diesem Zusammenschluss für den Erhalt wichtiger Landschaften und sorgen innerhalb der Großschutzgebiete für die aktive Information der Besucher. Vielfältige Synergieeffekte bietet die Kooperation vor allem auch für die regionalen Partner, die von „Fahrtziel Natur“ mittels Marketingmaßnahmen gezielt gefördert werden. Derzeit bewirbt „Fahrtziel Natur“ Großschutzgebiete in 16 Regionen in Deutschland und in der Schweiz, in Form von Biosphärenreservaten, Naturparken und Nationalparken. Die Träger der Kooperation arbeiten mit den jeweiligen Schutzgebietsverwaltungen und Tourismusorganisationen, Landesverwaltungen und Verkehrsunternehmen eng zusammen. So können sich Natururlauber über die Regionen informieren, touristische Angebote einsehen und Tickets für die Anreise mit der Deutschen Bahn sowie weitere touristische Leistungen buchen.

Schneller Weg zum Ticket und buchbare Naturerlebnisangebote

Kernstück von „Fahrtziel Natur“ ist der Internet-Auftritt unter www.fahrtziel-natur.de. Hier findet der Besucher, unterteilt nach Regionen, Hintergrundinformationen zu den Gebieten und Ausflugstipps sowie buchbare Eintages- und Mehrtagesangebote. Voreingestellt ist bei fast allen Angeboten der Zielbahnhof mit direkter Verlinkung zur Reiseauskunft der Deutschen Bahn, über die Bahntickets per Mausklick bestellt werden können. Ziel ist es, ein zentrales, komprimiertes und nutzerfreundliches Komplettangebot an Informationen und Buchungsmöglichkeiten für Naturreisende bereitzustellen. Besonders engagierte Anbieter gewähren Bahnfahrern 10 % Rabatt auf ihr Angebot und meistens ist ein kostenloser Abholservice vom Bahnhof enthalten.

Parallel zur Internetpräsentation koordiniert „Fahrtziel Natur“ weitere Werbe- und Kommunikationsmaßnahmen:

- Gesamtbroschüre “Exotische Reiseziele in Deutschland“ mit den wichtigsten Informationen und Kontaktdaten aller Schutzregionen; gesonderte Broschüre

mit ausführlicher Bewerbung jährlich wechselnder Gebiete - im Jahr 2007 des Schweizerischen Nationalparks und des Biosphärenreservats Flusslandschaft Elbe. An Bahnhöfen machen Plakate auf die Kooperation aufmerksam.

- Kooperationen mit Kundenmagazinen und Fachzeitschriften steigern den Bekanntheitsgrad. Rege Beteiligung an Gewinnspielen lässt auf großes Interesse schließen.
- Zielgruppenorientierte Anzeigen in ausgesuchten Printmedien mit Naturmotiven als Wiedererkennungseffekt und Blickfang.
- Hohe Medienpräsenz durch organisierte „Fahrtziel Natur"-Pressereisen.
- Organisation von Messeauftritten sowie Aktionstagen direkt im Großschutzgebiet.
- Förderung spezieller Projekte der beteiligten Umweltverbände, entsprechend der Zielsetzung der Kooperation, wie „Mobil ohne Auto im Biosphärenreservat Flusslandschaft Elbe" (BUND) und „Zu(g)kunft für den Tourismus – Perspektiven für verträgliche Mobilität und sanften Tourismus in den Fremdenverkehrsregionen" (VCD Bayern).
  Ziel: Finden neuer Wege zur Angebotsverbesserung des öffentlichen Personennahverkehrs (ÖPNV) in den Regionen und bei der Anreise.
- Marketingaktion „Mit einem Länder-Ticket drei Nationalparks entdecken" (Pilotprojekt mit DB Regio Südost): Informationsflyer über kostengünstige Erreichbarkeit der Nationalparke Hainich, Harz und Sächsische Schweiz mit nur einem Länder-Bahnticket, sowie Gebietsbeschreibungen, Wandertipps und ein Gewinnspiel. Ziel: Interessante Reise- und Ausflugsziele in den Schutzgebieten bewerben und nützliche Informationen für die Reiseorganisation zur Verfügung stellen.

Entwicklung der Kooperation

Entstanden ist „Fahrtziel Natur" im Jahr 2001 mit dem Ziel, die Bahnreise für Natururlauber attraktiver zu gestalten und den damals jungen Markt naturbezogener Komplett-Reiseangebote zu bedienen. Im Fokus steht die Zielgruppe der Naturliebhaber mit einer Vorliebe für Outdoor-Aktivitäten. Während zu Beginn vier Nationalparke im Norden Deutschlands beworben wurden, werden im Jahr 2007 bereits 15 Regionen in Deutschland sowie der Schweizerische Nationalpark, der älteste Nationalpark der Alpen, präsentiert.
Die Kooperation will ausgewählte Großschutzgebiete in Deutschland und in der Schweiz als Urlaubs- und Ausflugsziele fördern und bewerben sowie die Akzeptanz von umweltfreundlicher Anreise und regionaler Mobilität mit der Bahn und dem ÖPNV stärken.

Mit Bus und Bahn im Nationalpark Bayerischer Wald unterwegs

Ein Urlaubsziel, das man bequem mit „Fahrtziel Natur" erreichen kann, ist der Bayerische Wald. Auch in der Region selbst kommen die Besucher umweltfreundlich von Ort zu Ort, denn der Nationalpark Bayerischer Wald bietet interessante und erfolgreiche Konzepte für den öffentlichen „Wander-Nahverkehr". Mit dem Bayerwald-Ticket, dem Fahrschein für Bus und Bahn, lassen sich die wichtigsten Ziele der Nationalpark-Region gut erreichen und „Igelbusse" bringen die Besucher in die Wandergebiete als auch zu den Besuchereinrichtungen. Darüber hinaus müssen Wanderer nicht unbedingt zum Ausgangspunkt zurückkehren, denn die „Waldbahn" verbindet nicht nur die meisten Nationalpark-Gemeinden sondern ist auch an das Fernverkehrsnetz der Deutschen Bahn angeschlossen. Bei der Urlaubsreise in den Bayerischen Wald kann also problemlos auf das Auto verzichtet werden.

Fahrtziel Natur – eine Erfolgsstory

Das Engagement der Kooperation ist beim europäischen Wettbewerb „Umweltfreundlich Reisen in Europa" mit dem 1. Preis in der Kategorie Verkehrs- und Transportunternehmen ausgezeichnet worden.

Kontakt

DB Vertrieb GmbH
Fahrtziel Natur

Susanne Greve
Stephensonstr. 1
60326 Frankfurt
T 069/26559408
F 069/2657540
fahrtziel-natur@bahn.de
www.fahrtziel-natur.de

ReNatour – Reisen, die nicht die Welt kosten

CSD-Bezug

- Entwicklung von umwelt-, sozial- und kulturverträglichen Formen des Tourismus
- Bereitstellung von Informationsgrundlagen für die Reisezielentscheidung von Verbrauchern durch Aufklärung über kulturelle, ökologische oder sonstige Werte

Umwelt- und sozialverträgliches Reisen

ReNatour bietet seit 1994 als Reiseveranstalter für umwelt- und sozialverträglichen Tourismus nachhaltige Reiseangebote im In- und Ausland. In seinen Reisekatalogen kommuniziert ReNatour „ohne Zeigefinger" soziale Aspekte und zeigt Möglichkeiten für umweltfreundliches Reisen auf. Im Vordergrund steht jedoch stets das Produkt, also die Reise mit ihrem Spaß- und Erholungswert. Zielgruppe sind Einzelreisende, Paare und Familien. Bezüglich des Preisniveaus wird darauf geachtet ein Reiseprogramm für eine breite Schicht anzubieten.

Das Ein-Mal-Eins der ReNatour Reisen

Vorbereitung und Information

Ausführliche Kataloge sowie weiterführende Reiseinformationen für Reiseteilnehmer informieren über Umwelt- und Sozialthemen, wie beispielsweise über die Auswirkungen der für die Reise zur Wahl stehenden Transportmittel auf die Umwelt.

Die Anreise

Bei der Anreise setzt ReNatour auf alternative Anreise-Modelle wie Bahn und Fähre, so dass bei den Angeboten immer auf eine gute Erreichbarkeit mit der Bahn geachtet wird. Bei einigen Zielen gibt es sogar Preisnachlässe für die Anreise mit der Bahn.
Wenn der Flug jedoch nicht zu vermeiden ist, berücksichtigt ReNatour eine (Mindest) Aufenthaltsdauer, die in einem vernünftigen Verhältnis zur Entfernung steht. Darüber hinaus unterstützt ReNatour das vom Bundesministerium für Umwelt, Naturschutz und Reaktorsicherheit (BMU) initiierte Projekt „atmosfair", in dessen Rahmen Urlauber dazu beitragen können, die durch ihren Flug verursachten Schadstoff-Emissionen durch einen freiwilligen Obolus zu kompensieren. Das gespendete Geld fließt in Energiesparprojekte in Entwicklungsländern.
Generell ist es ReNatour ein Anliegen auch für Urlaub in der Nähe zu begeistern – nebenbei eine gute Möglichkeit, das Problem der langen Anfahrten zu lösen – weshalb etliche Ziele in Deutschland und in Nachbarländern angeboten werden.

Die Reiseangebote

ReNatour legt Wert auf eine regionale, gesunde und ausgewogene Küche. Wenn möglich, werden Lebensmittel aus biologischem Anbau verwendet und somit der Naturkosthandel unterstützt.

ReNatour nimmt bevorzugt Unterkünfte in seinen Katalog auf, die Energiesparmaßnahmen, Müllvermeidung und baubiologische Maßnahmen berücksichtigen. Auch das ReNatour-Büro in Nürnberg selbst ist ein Holz-Lehm-Haus, das diverse baubiologische, energie- und wassersparende Maßnahmen in sich vereint. Um den Erholungswert der Reisen zu fördern, bevorzugt ReNatour Angebote mit klarem Naturbezug. Als Gründungsmitglied des forumandersreisen achtet ReNatour darauf, dass auch alle weiteren von diesem Verband auferlegten Kriterien eingehalten werden (siehe Beitrag ‚forumandersreisen' in dieser Broschüre).

Verantwortung

ReNatour ist bestrebt, der Verantwortung eines Reiseveranstalters gerecht zu werden und engagiert sich daher auch politisch bei Umwelt- oder Sozialfragen in den Destinationen. So setzt sich ReNatour beispielsweise auf Korfu/Griechenland gegen das Ausbringen von Pestiziden mittels Flugzeugen ein und unterstützt eine Kampagne gegen das illegale Einleiten von Abwässern in Flüsse. In den Vogesen/Frankreich arbeitet der Reiseveranstalter in einem Gemeindeprojekt zur Erhaltung bäuerlicher Strukturen mit. Auf Lastovo/Kroatien beteiligt sich ReNatour an einer Initiative für bessere Müllentsorgung.
Um generell eine möglichst hohe Wertschöpfung im Reiseland zu erreichen, kooperiert ReNatour auch mit verschiedenen lokalen Umweltinitiativen. So soll der direkte Kontakt zu und die Kommunikation mit den Partnern vor Ort erleichtert werden. Auf Korfu konnte auf Initiative von ReNatour sogar ein erster Naturkostladen initiiert werden.

Auch für seine Mitarbeiter übernimmt ReNatour Verantwortung: So werden für alle Mitarbeiter Direktversicherungen mit Öko-Fonds abgeschlossen, flexible Arbeitszeitmodelle sind Standard.

Der Mühen Lohn

ReNatour hat sich zu einem wirtschaftlich erfolgreichen Nischenveranstalter mit ständig steigenden Umsatzzahlen und mittlerweile ca. 4000 Reisegästen pro Jahr entwickelt. Er erhielt verschiedene touristische und journalistische Auszeichnungen für besonders kreative Reiseangebote. Auch verschiedene Umweltpreise gingen an ReNatour, wie beispielsweise die Auszeichnung des EU-Wettbewerbs „Umweltfreundlich Reisen in Europa“ 2006, der NETS AWARD für Bahnreisende 2005, der Preis der TopTeamNaTour Bundesstiftung Umwelt 1999 sowie mehrfach die GOLDENE PALME von GEO SAISON.

Die Mischung macht’s

Reisen bei ReNatour zeichnen sich durch Kreativität und Vielfalt aus und zeigen verschiedenste Wege, wie das Thema ökologisches Reisen verstanden werden kann. Zwar sind bei Familienreisen oder meditativen Reisen auch Ziele im Programm, die de facto nur per Flugzeug erreichbar sind; viele Angebote liegen jedoch direkt vor der Haustür und locken mit einfallsreichen Ideen: Die Hersbrucker Schweiz in Franken wird mit Kajak, zu Fuß oder mit dem Rad entdeckt. Die Gäste können mit Mulis durch Frankreichs Südalpen wandern, mit Pferd und Planwagen durch die Vogesen oder die Altmark fahren oder aber die Masuren per Rad erkunden. Alternativen zur Fluganreise bietet ReNatour beispielsweise jedoch auch bei der Reise ins Honigtal auf Korfu: Mit einer Zwischenübernachtung in Venedig und mit einer eintägigen „Kreuzfahrt“ per Fähre kann auch hier eine umweltverträglichere Anreise gewährleistet werden. Für Winterurlauber wird ein Abholservice vom Bahnhof geboten – ein Service, der dazu führt, dass 50 Prozent der Gäste die Anreise mit dem Zug bevorzugen.

Auf gesunde und bewusste Ernährung sowie Einsatz einheimischer Lebensmittel – im Idealfall in Bio-Qualität – wird geachtet, wo immer es möglich ist. Das klappt in Griechenland genauso wie in der Biolandpension auf Pellworm oder unter afrikanischer Sonne auf Lanzarote.

Kontakt

ReNatour

Roland Streicher
Brunner Hauptstr. 2a
90475 Nürnberg
T 0911/890704
F 0911/890779
info@renatour.de,
roland.streicher@renatour.de
www.renatour.de

REWE Touristik – Nachhaltigkeit im Pauschaltourismus

CSD-Bezug

- Entwicklung von umwelt-, sozial- und kulturverträglichen Formen des Tourismus
- Erarbeitung von Leitlinien und Zielvorgaben

Engagement für nachhaltige Tourismusentwicklung

Die REWE Pauschaltouristik mit ihren Reiseveranstaltern ITS, Jahn Reisen und Tjaereborg engagiert sich für eine nachhaltige Tourismusentwicklung. Dabei stehen kulturelle Aktivitäten wie die Partnerschaft mit dem UNESCO-Welterbe und soziale Fragen wie der Kampf gegen die sexuelle Ausbeutung von Kindern genauso im Fokus wie die ökologischen Aspekte des Reisens. Die REWE Pauschaltouristik sucht die Zusammenarbeit mit allen Akteuren der Reisewelt und kann sich bei ihrem gesellschaftlichen Engagement mittlerweile auf ein weites Geflecht von Geschäftspartnern, Organisationen, Behörden, politischen Gremien, Verbänden, Nichtregierungsorganisationen und wissenschaftlichen Instituten stützen.

Die folgenden zwei Projekte sind Beispiele dafür, dass die REWE Pauschaltouristik die Herausforderung annimmt, auch im Rahmen des Massentourismus eine zukunftsfähige und nachhaltige Entwicklung mitzugestalten und mit der Buchbarkeit der folgenden zwei Produkte aktiv umzusetzen.

Nachhaltige Rundreisen in der Dominikanischen Republik – Zwei Angebote im Katalog von Jahn Reisen

Um einen ökologischen und sozial verträglichen Tourismus in der Dominikanischen Republik zu etablieren, entwickelte die REWE Pauschaltouristik für das Produkt Jahn Reisen die beiden Rundreisen „Kiskeya erleben“ und „Hispaniola Pur“. Die Rundreisen wurden im Rahmen des Projektes INVENT entwickelt.

INVENT - INnovative VErmarktungskonzepte Nachhaltiger Tourismusangebote

Bei dem vom Bundesministerium für Bildung und Forschung geförderten INVENT-Projekt haben Wissenschaftler des Öko-Institutes e.V. der Universität Lüneburg und des Institutes für sozial-ökologische Forschung (ISOE) gemeinsam mit Touristikern verschiedener Unternehmen Marketingstrategien und Angebote entwickelt, die ökonomische, ökologische und soziale Ansprüche eines nachhaltigen Tourismus im Massenmarkt berücksichtigen. Weitere Informationen unter: www.invent-tourismus.de

Beide Touren wurden in enger Zusammenarbeit mit den Partnern der REWE Touristik im Zielgebiet erstellt. So sollen ökologisch engagierte Hoteliers gefördert, klein- und mittelständische Strukturen im Hinterland gestärkt und das Land in seiner ganzen natürlichen und kulturellen Vielfalt präsentiert werden. Zur nachhaltigen Entwicklung des Landes sollen neue Kundengruppen, die sich auch für „Land und Leute“ und nicht nur für den Strandurlaub interessieren, begeistert werden. Die Voraussetzungen sind gegeben: Die Dominikanische Republik bietet über 30 Nationalparks, das höchste Gebirge der Karibik und

Kulturgüter aus der Kolonial- und Vorkolonialzeit. Für die Gestaltung der beiden Reisen „Kiskeya erleben“ und „Hispaniola Pur“ wurden vorzugsweise Übernachtungshotels mit vergleichsweise gutem Umweltstandard ausgewählt. Auf den Rundreisen werden auch Orte besucht, die bisher eher abseits der touristischen Routen lagen. Besonders bei „Hispaniola Pur“ wird das Essen in lokaltypischen, kleineren Lokalen ermöglicht, um breiteren Bevölkerungsschichten die Chance zu bieten, am Tourismus teilzuhaben und von ihm zu profitieren. Den Gästen wiederum wird der Kontakt zu den Menschen ihres Urlaubslandes erleichtert. Der besondere Reiz der Touren besteht darin, die noch unentdeckte Vielfalt der Dominikanischen Republik zu erleben. Bei all dem kommt aber auch die Entspannung nicht zu kurz, vielerorts laden Traumstrände zum Verweilen ein. Auf diese Weise wird das Image der Destination Dominikanische Republik um viele interessante Aspekte erweitert. Die Rundreisen sind besonders für erlebnisorientierte Gäste kreiert, die Natur, Kultur, Landestypisches und Entspannung in exotischer Umgebung suchen und dabei nicht auf Komfort verzichten wollen. Hierbei sollen Bedenken, dass Umweltschutz Verzicht bedeutet, ausgeräumt und so eine breitere Zielgruppenschicht für nachhaltigen Urlaub angesprochen werden.

Das INVENT-Projekt startete im Jahr 2003. „Kiskeya erleben“ und „Hispaniola Pur“ bilden dabei Ergebnisse des Gesamt-Projekts und werden seit der Wintersaison 2006/2007 angeboten.

Das Ferienhotel – Mit ökologischer und sozialer Verantwortung zum Erfolg

Mit dem Leitfaden „Das Ferienhotel – Mit ökologischer und sozialer Verantwortung zum Erfolg“ gibt REWE Hoteliers Tipps zur nachhaltigen Betriebsführung. Der Leitfaden zeigt konkrete Handlungsmöglichkeiten für alle Bereiche des Hotels wie beispielsweise Grünanlagen, Küche, Gästezimmer, Büro und Pool auf. Er behandelt Themen wie Wasser, Energie, Abfall, Bauökologie und ökologische Gartengestaltung sowie regionaler Einkauf, Schutz von Kindern vor sexueller Ausbeutung, Engagement für die Mitarbeiter sowie Kultur und Barrierefreiheit im Hotel.

Jede einzelne Maßnahme ist im Leitfaden nach Investitionsaufwand und Realisierungszeitraum gekennzeichnet. Dies ermöglicht dem Hotelier schnell, die für ihn passenden Maßnahmen zu finden. Mit vielen der vorgeschlagenen Umweltschutz-Maßnahmen lässt sich sogar Geld sparen. Ob kleine Pensionen oder große Hotel- und Appartementanlagen – der Leitfaden enthält Anregungen für alle Unterkünfte. Er ist im Herbst 2006 erschienen und stellt die erweiterte Fassung der Broschüre „Das umweltfreundliche Ferienhotel“ dar, von der bereits 18000 Exemplare in fünf verschiedenen Sprachen an Hotels in aller Welt geschickt wurden. Die Broschüre führte zu

einem breiten Dialog mit den Hotelpartnern von REWE. Ziel des Leitfadens ist es, die rund 5000 Hotel-Vertragspartner anzuregen, ihre Betriebe ökologisch und sozial verantwortlich zu führen, sie generell für das Thema Nachhaltigkeit zu sensibilisieren und den bereits begonnenen Dialog mit ihnen fortzuführen. Den Unternehmern wird signalisiert, dass die REWE Pauschaltouristik mit den Marken ITS, Jahn Reisen und Tjaereborg mit gut 2 Mio. Gästen im Jahr ein großes Interesse am Erhalt der Zielgebiete hat.

Kontakt

REWE Touristik GmbH
Abteilung für Umwelt und Nachhaltigkeit

Andreas Müseler und
Sabine Hahn
Humboldtstr. 140
51149 Köln
T 02203/42502
F 02203/42359
andreas.mueseler@
rewe-touristik.com
sabine.hahn@
rewe-touristik.com
www.rewe-touristik.com,
www.its.de
www.jahn-reisen.de
www.tjaereborg.de

Kenners LandLust - Das familienfreundliche Biohotel

CSD-Bezug

- Maßnahmen im Bereich Tourismusplanung und -management zur Verflechtung der lokalen Wirtschaft und für den Einsatz lokaler Arbeitskräfte, Produkte und Fähigkeiten
- Maßnahmen zur Förderung und Einsatz umweltgerechter Technologien, die entsprechende nationale und internationale Standards erfüllen oder sogar übertreffen

Vom alten Bauernhaus zum Biohotel

Mit dem Ziel, ein ökologisches Wirtschaftsunternehmen zu gründen, das nachhaltig ausgerichtet ist und dabei wirtschaftlich arbeitet, ohne auf öffentliche Förderung angewiesen zu sein, bauten die Kenners 1999 ein altes Bauernhaus zum Hotel Kenners LandLust um.
Unter Verwendung baubiologischer Materialien entstanden Zimmer mit insgesamt 38 Betten sowie 21 Wohneinheiten. Das Hotel bietet eine frische Naturkostküche und ein vielfältiges Programm. Die Betreiber, Barbara und Siegfried Kenner, sind schon lange in Sachen Umweltverträglichkeit tätig. Daraus wuchs die Überzeugung, dass eine langfristige Veränderung der Gesellschaft zu mehr Nachhaltigkeit die Faktoren Ökologie, Sozialverträglichkeit und Ökonomie im Auge behalten muss.

Sanfte Erholung in geschützter Landschaft

Das Biohotel Kenners LandLust liegt in dem kleinen Dorf Dübbekold am Rande der Göhrde, einem großen naturnahen Waldgebiet in der Nähe von Lüneburg. Die weite Auenlandschaft der nur acht Kilometer entfernten Elbe wurde zum Biosphärenreservat Niedersächsische Elbtalaue erklärt. Gleichzeitig gehören große Teile der Umgebung dem Naturpark Elbufer-Drawehn an. Zusätzlich bieten die umliegenden Naturschutzgebiete geschützte Bereiche für viele Tiere und Pflanzen.

Einsatz biologischer Materialien und Produkte

Auf das Prinzip der Nachhaltigkeit wurde von Beginn an Wert gelegt, aber auch die speziellen Bedürfnisse der Gäste wurden beim Umbau von vornherein berücksichtigt. Neben Dämmmaßnahmen wurden vor allem Grundlagen zur Nutzung regenerativer Energien gelegt. Das alte Fachwerkhaus wurde mit einem modernen Anbau für Küche, Speise-, Seminar- und Wohnräume versehen und mit atmenden Baustoffen und Farben, geölten Holzoberflächen und Vollholzmöbeln ausgestattet. Die Doppel- und Einzelzimmer bieten neben modernem Komfort auch mit Dinkelspelz und Hirse gefüllte Naturkopfkissen sowie weiche, warme Wolldecken. Allergiker finden speziell für sie eingerichtete Räume, darüber hinaus stehen barrierefreie Zimmer zur Verfügung. Glashaus, Teeküche und Kaminzimmer laden zum Verweilen ein. Fünf Familieneinheiten machen den Aufenthalt für Eltern und Kinder besonders angenehm.
Auch in Hinblick auf die Lebensmittelauswahl ist der Einsatz von Bioprodukten oberstes Ziel des Hotels. Als Kooperationspartner und Lebensmittellieferanten stehen überwiegend lokale Erzeuger von Bioprodukten zur Verfügung. Produkte, die nicht regional erwerbbar sind, werden über den Naturkostgroßhandel bestellt. Die Versorgung besteht also durchgehend aus biologischer Erzeugung. Großer Wert wird dabei auf Transparenz für die Gäste gelegt: sie sollen wissen, woher ihr Essen kommt.

Spaß für die Kinder, Erholung für die Eltern

Das vielfältige Programm des Hotels bietet eine Mischung aus Spaß und Information sowohl für Kinder als auch Erwachsene. In der Saison von März bis November bietet das Hotel für Familien, die eine Woche bleiben, neun bis 20 Stunden Kinderbetreuung pro Woche an. In den „Kleinkindwochen“ können die Eltern auch Kinder vom Lauf- bis zum Vorschulalter an drei Tagen je drei Stunden in eine qualifizierte Betreuung geben. Für Schlechtwettertage verfügt das Hotel über zwei Spielzimmer, auch Vorlesezeiten werden angeboten. Die Kinderbetreuung bedeutet jedoch nicht nur eine erholsame Zeit für die Eltern, sie bietet den Kindern verschiedene thematische Programme, z.B. die „Waldzeit“ oder die „Indianerzeit“. In der Waldzeit bauen die Kinder mit der Naturschule ein kleines Forschercamp im Wald auf, besuchen die Elbe, lesen Tierspuren, lernen den Wald und die Wiesen kennen und spielen mit anderen Kindern. Das Camp kann auch außerhalb der Betreuungszeit mit den Eltern aufgesucht werden. So erhalten die Kinder Gelegenheit, ihre Eltern

in ihre Erlebniswelt einzubinden. Das insgesamt sehr abwechslungsreiche Programm macht die Kinder mit der Natur vertraut, baut Ängste ab und weckt Verständnis für die Zusammenhänge in unserer Umwelt. Die Teilnahme an dem Programm ist bei der Buchung von Halb- oder Vollpension kostenfrei. Aber auch für Erwachsene gibt es interessante Freizeitangebote. Auf geführten Wanderungen durch den Wald können sie mehr über die ökologischen Prozesse des Waldes und die Maßnahmen zum Schutz seiner natürlichen Vielfalt erfahren. In der Kartoffelwoche erleben die Gäste während der gemeinsamen Ernte Landwirtschaft hautnah. Kochkurse bieten die Möglichkeit, vor Ort Erlebtes auch zu Hause umzusetzen. Angebote im Bereich der Naturkosmetik und verschiedene Entspannungsbehandlungen kommen dem Bedürfnis der Gäste nach Erholung und Gesundheit nach.

BIO-Hotel und Viabono-Partner

Heute wird das Hotel erfolgreich als Lizenznehmer von Viabono und als Mitglied der BIO-Hotels betrieben. Die österreichische Initiative BIO-Hotels ist ein Zusammenschluss von Hotels, Gasthöfen und Pensionen in mittlerweile sieben europäischen Ländern. Die BIO-Hotels streben die ausschließliche Verwendung von Bio-Produkten und Naturkosmetik an; Ausnahmen müssen für den Gast klar ersichtlich sein. Die deutsche Umweltdachmarke Viabono wird als Lizenz vergeben. Die Kriterien von Viabono beziehen sich neben der Verwendung regionaler Produkte auf Umweltstandards und weitere nachhaltige Angebote z.B. im Bereich Mobilität (siehe Beitrag Viabono).

Wer wagt, der gewinnt

Nach nunmehr sieben Jahren arbeitet das Haus mit einer circa 70-prozentigen Auslastung - eine Leistung, die die anfänglichen Prognosen von 50 Prozent deutlich übertrifft. Dass die Lebensmittel zu 60 Prozent aus der Region bezogen werden, ist für die Betreiber ein besonderer Erfolg, da der regionale Handel einen wichtigen Faktor für die wirtschaftliche Entwicklung darstellt.

Produkte, die regional angebaut werden, sind einfach zu kontrollieren und schaffen heimische Arbeitsplätze. Darüber hinaus wird durch die kürzeren Transportwege die Umwelt geschont. Der Betrieb selbst sichert fünf Vollzeitstellen sowie diverse Aushilfsstellen und bildet seit August 2007 auch aus. Laut einer Studie der BIO-Hotels liegt die Gästezufriedenheit bei 95 Prozent und damit weit über dem Durchschnitt. Diese positive Entwicklung führt das Hotel auf die ökologische Konsequenz zurück, mit der das Projekt Kenners Landlust aufgebaut wurde. Dieser Erfolg spiegelt sich auch in der finanziellen Stabilisierung des Projekts wider.

Für die Zukunft geplant sind die Umstellung auf selbst erzeugte regenerative Energie für das gesamte Dorf, weitere Dämmaßnahmen sowie der Aufbau eines Carsharingpools, um die bereits hohe Quote der Bahnanreisenden (derzeit 25 Prozent der Gäste) weiter zu verbessern.

Kontakt

Kenners LandLust – das einfach andere BIO-Hotel

Barbara Kenner
Dübbekold 1
29473 Göhrde
T 05855/979300
info@kenners-landlust.de
www.kenners-landlust.de

Kenners Landlust

Viabono®
Reisen natürlich genießen

CAP-Integrations-gGmbH – CAP-Rotach: Eine integrative, barrierefreie Ferienanlage

CSD-Bezug

- Entwicklung von umwelt-, sozial- und kulturverträglichen Formen des Tourismus
- Maßnahmen im Bereich Tourismusplanung und -management zur Verflechtung der lokalen Wirtschaft und für den Einsatz lokaler Arbeitskräfte, Produkte und Fähigkeiten
- Maßnahmen zur Förderung und Einsatz umweltgerechter Technologien

Camping am Bodensee – ökologisch, barrierefrei und integrativ

„CAP Rotach“ am Bodensee ist ein Campingplatz der besonderen Art: Der Integrationsbetrieb, in dem behinderte und nichtbehinderte Menschen beschäftigt sind, bietet seinen Gästen eine barrierefreie Ferienanlage, die ein selbstverständliches Miteinander von behinderten und nichtbehinderten Gästen und Angestellten ermöglicht. Auf dem umwelt- und qualitätsorientierten Campingplatz werden ökologische, aber auch soziale Kriterien konsequent umgesetzt.

Chancen-Arbeit-Perspektiven in einem Integrationsunternehmen

CAP steht für Chancen-Arbeit-Perspektiven und beschreibt den gesetzlichen Auftrag der Integrationsfirma, sozialversicherungspflichtige Arbeitsplätze für schwerbehinderte und langzeitarbeitslose Menschen zu schaffen, dauerhaft zu sichern und damit den Einstieg in eine reguläre Erwerbstätigkeit zu fördern (entsprechend § 132 SGB IX).

Die CAP entstand als Gemeinschaftsprojekt der beiden Gesellschafter “Körperbehindertenförderung Neckar-Alb e.V.“ (KBF) in Mössingen und „Verein für sozialpädagogisches Segeln e.V.“ (VSS) in Reutlingen. Träger der Anlage, die aus einem Campingplatz, Ferienzimmern sowie einer öffentlichen Gaststätte besteht, ist die im Jahre 2002 gegründete „CAP-Integrations-gGmbH“ in Friedrichshafen. Die Firma beschäftigt 18 Mitarbeiter, davon neun schwerbehinderte Menschen, die zuvor arbeitslos oder in Behindertenwerkstätten beschäftigt waren. Hinzu kommen minderqualifizierte Mitarbeiter mit unterschiedlichen Vermittlungshemmnissen. Leitungsfunktionen übernehmen kaufmännische, pädagogische und gastronomische Fachkräfte.
Gefördert wurde die Initiative von den beiden Gesellschaftervereinen, der „Aktion Mensch“, dem Integrationsamt Baden-Württemberg (KVJS) sowie von weiteren Stiftungen, engagierten Firmen und Privatpersonen. Bei der Beschäftigungsförderung kooperiert die CAP mit der Agentur für Arbeit, dem Integrationsamt, mit Trägern der Sozialhilfe und verschiedenen Fachdiensten. Im Tourismusbereich bestehen Kontakte zu den örtlichen Tourist-Informationen und zu Verbänden, die sich für die Förderung eines barrierefreien und ökologisch verantwortlichen Tourismus einsetzen.

Eine Ferienanlage der Begegnung

Das dauerhaft konzipierte Projekt nahm seinen Tourismusbetrieb im April 2003 auf. Seitdem werden Gaststätte und Pension ganzjährig betrieben, der Campingplatz ist saisonal von Ostern bis Oktober geöffnet. In der integrativen, barrierefreien Ferienanlage sollen mobilitätseingeschränkte oder anderweitig behinderte Menschen gemeinsam mit den Gästen einen attraktiven, unproblematischen Urlaub verbringen. Dabei soll die Ferienanlage ein selbstverständliches Miteinander von behinderten und nichtbehinderten Gästen und Angestellten ermöglichen, Begegnungsängste abbauen und stattdessen gegenseitiges Verständnis und Akzeptanz wecken. Integration findet hier nach dem Prinzip der „selbstverständlichen Normalität“ statt.

Ökologische Ausrichtung und Barrierefreiheit

Eine intakte Umwelt ist ein wesentliches Qualitätskriterium für einen erholsamen Urlaub, besonders auch bei behinderten Menschen, deren körperliche und psychische Resistenzen mitunter weniger robust ausgeprägt sind. Eine konsequent ökologische Ausrichtung war daher ein zentrales Ziel - sowohl aus sozialer Verantwortung heraus, als auch um die Angebotsqualität zu erhöhen und das Projekt langfristig zu sichern. CAP-Rotach ist aktives Mitglied im Netzwerk ECOCAMPING e.V. (siehe Beitrag ECOCAMPING in dieser Broschüre), das sich für Qualitätsentwicklung, Sicherheit und Umweltschutz in der Campingbranche engagiert. Als das Anwesen im Jahr 2002 erworben wurde, war eine umfassende Modernisierung

der überalterten Bausubstanz erforderlich: In Zusammenarbeit mit ECOCAMPING wurde ein Gesamtkonzept für eine barrierefreie Neugestaltung der Anlage entwickelt. Ökologischen Kriterien wurde Vorrang eingeräumt, wann immer dies betriebswirtschaftlich vertretbar war und die Komfortqualität nicht beeinträchtigt wurde. Diese Planungsziele wurden in der folgenden Bauphase umgesetzt: Alte Betonformsteine wurden gereinigt und wasserdurchlässig neu verlegt. Damit war die Mobilität von Rollstühlen ohne Bodenversiegelung gewährleistet. Die 20 Meter lange Rollstuhlrampe wurde als Natursteintrockenmauer gebaut und wirkt nun auch als Kleinbiotop für Tiere und Pflanzen. Die neue „Wertstoffinsel" erhielt ein Gründach und fügt sich harmonisch in das Bild der Gesamtanlage ein.

Im Energiebereich unterstützt eine Solaranlage die neue Gas-Brennwertheizung mit thermischer Legionellendesinfektion. In Kombination mit der zentralen Lüftungsanlage mit Wärmerückgewinnung konnte somit der Primärenergieverbrauch deutlich gesenkt werden. Darüber hinaus sind über 90 % aller Leuchtmittel mit Energiespartechnik ausgestattet; In frequentierten Räumen sind Bewegungssensoren installiert. Spül- und Waschmaschinen nutzen solares Warmwasser und tragen damit zur Reduzierung des Stromverbrauchs bei. Auch der Wasserverbrauch konnte limitiert werden: Eine Zisterne sammelt Regenwasser zur Bewässerung, weiteres Oberflächenwasser wird in Retentionsflächen dem Grundwasser zugeführt. Außerdem sind Spararmaturen mit Durchflussbegrenzung Standard bei allen wichtigen Wasserentnahmestellen. Wo es hygienisch vertretbar ist, wird auf Einwegverpackungen zugunsten von Mehrwegerzeugnissen verzichtet. Bei Reinigungsmitteln ist die Umweltverträglichkeit von großer Bedeutung; Mikrofasertücher und Wasser sind somit eine bevorzugte Alternative zu ökologisch und allergisch bedenklichen Produkten.

Freizeitgruppen aus der Behinderten-, Jugend- oder Sozialhilfe bezahlen reduzierte Aufenthaltsgebühren. Sie können eigene Bettwäsche in die Ferienzimmer mitbringen. Dafür erhalten sie einen weiteren Preisnachlass und der Betrieb spart Kosten für Waschmittel und Energie. Da die Bodenseeregion verkehrstechnisch so gut erschlossen ist, dass ein eigenes Auto für einen aktiven Urlaub nicht erforderlich ist, werden die Gäste ermutigt, mit öffentlichen Verkehrmitteln anzureisen. Die CAP sorgt in diesem Fall kostenlos für den Gepäcktransport vom und zum Bahnhof. Auch in der Gastronomie wird auf Nachhaltigkeit geachtet. So werden regionale Erzeugnisse verarbeitet und fair gehandelte Produkte verkauft.

Verantwortung zahlt sich aus

Die Geschäftsentwicklung der ersten Jahre bestätigt die Planungsüberlegungen: Seit 2003 stieg die Auslastung um 38 % auf 8800 Anreisen mit 24600 Übernachtungen im Jahr 2006. Damit lag CAP-Rotach schon im vierten Betriebsjahr deutlich über der Auslastungsquote anderer Campingplätze in der Region. Die Steigerung der Gästezahlen ermöglichte auch die Sicherung aller Beschäftigungsverhältnisse in den umsatzschwachen Wintermonaten. Der sozialpolitische Auftrag wurde damit in vollem Umfang erfüllt. Der ressourcenschonende Umgang mit Energie und Rohstoffen reduzierte die Betriebskosten im Branchenvergleich erheblich.

Eine Gästebefragung ergab, dass sich ca. 18 % der Gäste für diese Anlage entschieden haben, weil sie die Kombination aus sozialpolitischem Auftrag und ökologischer Betriebsführung unterstützen. Die ersten Betriebsjahre bestätigen somit die Vorteile einer ökologisch und sozial verantwortlichen Unternehmensführung.

Kontakt

CAP-Integrations-gGmbH

Fritz-Heinrich Bauer
Lindauer Strasse 2
88046 Friedrichshafen
T 07541/376090
F 07541/376174
bauer@cap-fn.de
www.cap-rotach.de

CAMPING · PENSION · RESTAURANT
CAP
CHANCE · ARBEIT · PERSPEKTIVE
CAP ROTACH
CAP Gemeinnützige Integrations-GmbH

Naturpark Frankenwald – Umweltgerechter Tourismus als Qualitätsbaustein

CSD-Bezug

- Entwicklung von umwelt-, sozial- und kulturverträglichen Formen des Tourismus über einen integrierten Planungsansatz
- Erarbeitung von Leitlinien und Zielvorgaben
- Maßnahmen im Bereich Tourismusplanung und -management zur Verflechtung der lokalen Wirtschaft und für den Einsatz lokaler Arbeitskräfte, Produkte und Fähigkeiten
- Maßnahmen zur Förderung und Einsatz umweltgerechter Technologien

Naturpark Frankenwald als europäisches Modellgebiet für nachhaltigen Tourismus

Seit 1998 ist der Naturpark Frankenwald Modellregion des Projektes „Europäische Charta für nachhaltigen Tourismus in Schutzgebieten“. Mit der Unterzeichnung der Charta im Jahr 2001 etablierte sich die Mittelgebirgslandschaft im Norden Bayerns als europäische Vorbildregion für die Vereinbarkeit von Tourismus und Naturschutz. Als Grundlage für alle touristischen Aktivitäten entwickelte die Region ein nachhaltiges Tourismusleitbild. Nachhaltiger Tourismus stützt die Wirtschaft in der Region, orientiert seine Angebote an der ökologischen Tragfähigkeit von Natur und Landschaft, achtet regionale Kultur und Traditionen und bietet beteiligten Akteuren ausreichende Mitgestaltungsmöglichkeiten.

Nachhaltiges Tourismuskonzept

Das Konzept des Frankenwaldes hat diese Prinzipien wie folgt umgesetzt: Schutz und Nutzung von Natur und Landschaft im Naturpark sollen den Bewohnern und Besuchern der Naturparkregion sowie der Natur gleichermaßen zugute kommen. Zum Erhalt und zur behutsamen Weiterentwicklung der alten Kulturlandschaft soll die extensive und ökologisch orientierte Flächenbewirtschaftung ausgeweitet werden sowie Rodungsinseln und Wiesentäler erhalten bleiben. Der Mischwaldanteil wird stetig erhöht, damit der Wald seine Schutz-, Nutz- und Erholungsfunktion optimal erfüllen kann. Des Weiteren soll die Landwirtschaft verstärkt in touristische Konzepte einbezogen werden. Damit können positive Wechselwirkungen zwischen Tourismus und Landwirtschaft, z. B. im Bereich der Direktvermarktung regionaler Produkte, erhöht werden. Für die Zukunft heißt das: Entwicklung und Umsetzung eines differenzierten Nutzungs- und Schutzkonzeptes für den gesamten Naturpark, Fortsetzung und Ausweitung von Monitoring-Maßnahmen, Ausbau der Direktvermarktung landwirtschaftlicher Produkte, kontinuierliche Erhöhung des Mischwaldanteils sowie die Rekultivierung der mit Fichten bepflanzten Wälder.

Als Modellgebiet der Qualitätsoffensive des Tourismus in Bayern konzentriert sich die Region auf die Schaffung deutschlandweit wettbewerbsfähiger Angebote zur Sicherung des Wirtschaftsfaktors Tourismus. Folgend werden einige Maßnahmen des Tourismusleitbildes, welche durch das Frankenwald Tourismus Center bereits begonnen oder umgesetzt wurden, erläutert.

Natürlich regionale Küche

In Ergänzung zu den Qualitätsanstrengungen im Bereich der Unterkünfte wird mit der Aktion „Unsere Frankenwald-Küche – natürlich regional“ die regionale Küche gefördert. Zum einen geht es dabei um die Nutzung heimischer Nahrungsmittel, zum anderen auch um die Erhaltung traditioneller Rezepte. Seit April 2001 engagieren sich rund zwei Dutzend nach speziellen Kriterien selektierte gastronomische Betriebe mit einheitlich gestalteten Speisekarten und Werbemitteln intensiv für die regionale Küche. In der Zwischenzeit wird die regionale Küche durch die so genannte Vital-Küche ergänzt. Mit dieser genussreichen, den Vorgaben der Deutschen Gesellschaft für Ernährung folgenden Kost sollen Gesundheitsbewusste und Diabetiker angesprochen werden.

Radeln auf naturgerechten Strecken

Mitte des Jahres 2001 wurden Mountainbike-Strecken in einem Umfang von ca. 300 km eröffnet. Die Fixierung der Strecken erfolgt im Frankenwald auf der Grundlage umfangreicher Diskussionen mit Tourismus, Naturpark, Forst, Naturschutz, Jagd, Grundstückseigentümern, Wandervereinen und Radspezialisten. Auf diese Weise wird intern ein Konsens erreicht und nach außen die hohe Qualität der Strecken sichergestellt. Der Radtourismus im eher sportlichen Segment entwickelte sich seither zu einem der touristischen Schwerpunkte im Frankenwald. Die Region ist seit 2004 Trainingsstützpunkt des Bayerischen

Radsportverbandes. Ebenso wurde der Frankenwald Etappenregion der 2007 erstmals ausgetragenen Craft Bike Trans Germany, des ersten Mountainbike-Etappenrennens quer durch Deutschland.

Der Frankenwald macht umweltfreundlich mobil

Seit der Saison 2000 vernetzt „Frankenwald mobil“ als touristisches Bus- und Bahnnetz diverse touristische Zentren im Frankenwald. 200 Kilometer Fahrradbuslinien und 200 Kilometer Bahnlinien konnten in der Tourismusregion Frankenwald erschlossen werden. Vom 1. Mai bis zum 3. Oktober eines Jahres, jeweils an Samstagen, Sonn- und Feiertagen, verkehren Busse mit Fahrradanhängern auf touristisch attraktiven Strecken im Frankenwald. In Kooperation mit der Deutschen Bahn wurden die landkreisüberschreitenden Verbindungen ausgeweitet, so dass während der touristischen Saison nun der gesamte Frankenwald und der Landkreis Coburg im Nahverkehr mit Sonderlinien abgedeckt sind. Neben einem höheren Mobilitätsangebot ist es durch eine attraktive Netz- und Tarifgestaltung gelungen, den öffentlichen Personennahverkehr (ÖPNV) in der Region zu einer festen Größe im Tourismus und Freizeitangebot zu etablieren. Die konsequente Vermarktung des „Frankenwald mobil“-Projektes hat für den Naturpark Frankenwald zusätzlich einen überregionalen Werbeeffekt bewirkt. 2002 wurde das Projekt mit dem Bayerischen ÖPNV-Preis ausgezeichnet. Seit Einführung von „Frankenwald mobil“ steigen die Nutzerzahlen jährlich.

Regenerative Energieformen fördern

Natur und Landschaft sind das wichtigste Kapital im Naturpark Frankenwald, einer der waldreichsten Regionen in Bayern. Der umfassende Schutz von Luft, Wasser und Boden ist eine wesentliche Voraussetzung für die Sicherung des Tourismus und der Lebensqualität der Bevölkerung im Naturpark. Das Projekt „Energievision Frankenwald“ verfolgt vorrangig die Ziele, den nachhaltigen Tourismus weiterzuentwickeln und einen sparsamen und schonenden Umgang mit Ressourcen und die Einsparung von Energie voranzutreiben. Schwerpunkt der Aktivitäten sind die Information über Bedeutung und Einsatz regenerativer Energieformen sowie die unabhängige und neutrale Vor-Ort-Beratung von Hotel- und Gaststättenbetrieben sowie Einrichtungen, die dem Tourismus im Frankenwald dienen. Zusätzlich werden alle Möglichkeiten der Nutzung regenerativer Energiequellen für diese Betriebe untersucht und sie werden bei deren Einführung unterstützt.

Der Frankenwald wird Modellregion für die energetische Nutzung nachwachsender Rohstoffe mit dem Fokus auf die energetische Holznutzung. Eine langfristige und krisensichere Versorgung wäre damit gesichert. Heizen mit Holz bringt mehr Kostensicherheit, da die Wärmekosten von den Preisen fossiler Energieträger weitgehend unabhängig sind. Zudem schafft jede Verwendung von heimischem Holz neue Arbeitsplätze in der Region, trägt zur Schließung von Stoffkreisläufen und Wertschöpfungsketten bei und bietet der Forst- und Landwirtschaft und anderen ländlichen Unternehmen neue Einkommensquellen. Die Unternehmen der Gastronomie und Beherbergung wiederum sollen über die höhere Energieeffizienz Kosten sparen und damit ihre Existenz sichern sowie freiwerdende Liquiditäten für weitere Qualitätsverbesserungen und wichtige Werbung einsetzen können.

Der Naturpark Frankenwald ist ein Viabono-Naturpark (siehe Beitrag Viabono in dieser Broschüre). Eine weitere Kooperation besteht mit der Deutschen Bahn bei „Fahrtziel Natur“ (siehe Beitrag Fahrtziel Natur in dieser Broschüre). und den großen Umweltverbänden zur Bewerbung und Förderung ausgewählter deutscher Großschutzgebiete in Bezug auf nachhaltige Urlaubsmobilität.

Kontakt

Naturpark Frankenwald e. V.

Güterstraße 18
96317 Kronach
T 09261/678-242
F 09261/62818-242
naturpark.frankenwald@lra-kc.bayern.de
wwww.naturpark-frankenwald.de

FRANKENWALD TOURISMUS GmbH

Adolf-Kolping-Straße 1
96317 Kronach
T 09261/6015-0
F 09261/6015-15
mail@frankenwald-tourismus.de
www.frankenwald-tourismus.de

Tourismusregion Oberlausitz – Oberlausitz genießen

CSD-Bezug

- Maßnahmen im Bereich Tourismusplanung und -management zur Verflechtung der lokalen Wirtschaft und für den Einsatz lokaler Arbeitskräfte, Produkte und Fähigkeiten
- Maßnahmen im Bereich Tourismusplanung und -management zur Förderung des nachhaltigen Tourismus über kulturelle Ereignisse (Kunst, Musik, Schauspiel etc.)
- Erarbeitung von Leitlinien und Zielvorgaben

Die Oberlausitz – eine attraktive Genuss-Region

Die Oberlausitz ist eine authentische und lebendige Region im Herzen Europas, die jedes Jahr Gäste aus ganz Deutschland und Europa anzieht. Als östlichste Wirtschafts- und Ferienregion Deutschlands mit gewachsenen grenzübergreifenden Beziehungen nach Polen und Tschechien hat die Oberlausitz entscheidend zur touristischen Entwicklung im Freistaat Sachsen beigetragen. Hochwertige Produkte wie zum Beispiel Bautz'ner Senf, Pulsnitzer Pfefferkuchen, Oppacher Mineralwasser, Lausitzer Säfte oder der Lausitzer Karpfen sind bekannte Imageträger der Region. Das Projekt „Oberlausitz genießen" fördert die Einbeziehung regionaler Produkte in die Wertschöpfungskette des Tourismus.

Ein Netzwerk für einhundert Prozent regionale Gastlichkeit

„Oberlausitz genießen" ist ein durch Fördermittel des Sächsischen Staatsministeriums für Umwelt und Landwirtschaft unterstütztes Netzwerk von Erzeugern und Gastronomen, das zur Vertiefung der regionalen Identität der Oberlausitz beitragen und Chancen für höheren Umsatz, mehr Beschäftigung und Zukunftssicherung aufzeigen soll.

Zu den konkreten Zielen des Netzwerks zählt zum einen die Schaffung durchgängiger, regionaler Wertschöpfungsketten und damit sowohl die Förderung des Absatzes bei den Erzeugern als auch die verbesserte Qualität der Produkte beim Gastwirt. Gleichzeitig steht die Imagebildung für die Marke „Oberlausitz genießen" im Vordergrund: Der Wiedererkennungswert der Oberlausitz mit ihren Produkten und ihrer Küche soll beim Gast gestärkt werden. Das Netzwerk leistet auch einen Beitrag zur deutschlandweiten Bekanntmachung regionaler Erzeuger und ihrer Produkte.

Mit Qualität Kultur- und Naturlandschaften erhalten

Im Gebiet der „Oberlausitzer Heide- und Teichlandschaft", dem einzigen UNESCO Biosphärenreservat Sachsens, werden seit 2002 „Biosphärenwirte" ausgezeichnet. Biosphärenwirte dürfen das Logo des Biosphärenreservates für ihre Werbung nutzen und werden auf dessen Internetseiten präsentiert. Beteiligen können sich alle Landhotels und Restaurants mit regionalen Spezialitäten, Naturcampingplätze und Ferienwohnungen im Gebiet des Biosphärenreservates. Träger sowie Finanzier dieser Qualitätsinitiative ist die Biosphärenreservatsverwaltung. Neben der Förderung regionaler Wirtschaftskreisläufe sind vor allem die Erhaltung der Kulturlandschaft, der Aufbau eines effizienten Qualitätsmanagementsystems und die Würdigung von Leistungen, die zur nachhaltigen Entwicklung des touristischen Angebotes der Heide- und Teichlandschaft beitragen, Ziele der Initiative.

Oberlausitz – naturorientiert und regionaltypisch

Die „Lausitzer Fischwochen" finden jährlich im Herbst zur Zeit der traditionellen Abfischfeste mit zahlreichen Veranstaltungen und kulinarischen Entdeckungsreisen rund um den Lausitzer Karpfen statt. Sie fanden erstmals 2002 als Ergebnis eines regionalen Entwicklungskonzepts statt und wurden von 2003 bis 2006 als LEADER+-Projekt (aus

dem EU-Programm zur Erhaltung des ländlichen Raums) weitergeführt. Seit 2007 werden die „Lausitzer Fischwochen“ vollständig aus Mitteln der Partner getragen. Bisher erreicht wurden die Einführung und Platzierung der „Lausitzer Fischwochen“ als Markenzeichen für den Tourismus in der Lausitz, die Entwicklung thematischer Angebote und Reisebausteine, die Bündelung bestehender Aktivitäten im naturorientierten Tourismus und die Schaffung von Entscheidungshilfen als Grundlage für die Zusammenarbeit der Teichwirte, Gastwirte und touristischen Leistungsträger.

Seit 2006 wird jährlich im Frühsommer zum „Oberlausitzer Genussfestival“ eingeladen, bei dem sich die Oberlausitzer Küche mit ihren sächsischen, schlesischen, sorbischen und böhmischen Wurzeln in 35 Gaststätten präsentiert. Frisch zubereitete Gerichte aus heimischen Zutaten, dargeboten in einem regionaltypischen Ambiente, machen regionale Gastlichkeit erlebbar. Gleichzeitig wird die regionale Wirtschaft gestärkt, da alle Produkte auf einer durchgängigen Wertschöpfungskette basieren. Die Finanzierung des Marketings für das „Oberlausitzer Genussfestival“ sichern vorrangig die beteiligten Gastronomiebetriebe und Organisationen; im Jahr 2007 unterstützen zudem Fördermittel des Sächsischen Landwirtschaftsministeriums das Festival.

Verbindliche Kriterien und Qualifizierungsmaßnahmen

Die Einhaltung verbindlicher Kriterien bildet die Voraussetzung für die Teilnahme an allen oben genannten Initiativen. Daher finden im Rahmen des Projekts Schulungs- und Qualifizierungsmaßnahmen für teilnehmende Gastronomen und ihre Angestellten, insbesondere hinsichtlich der Qualitätskriterien, statt. Auch die Einführung von Qualitätsmanagementsystemen, wie z. B. der landesweiten und branchenübergreifenden Schulungs- und Zertifizierungsinitiative ServiceQualität Sachsen, gehört zu den Aktivitäten des Netzwerks. Netzwerktreffen, auch in Form von regionalen Stammtischen und/oder thematischen Exkursionen sowie Kooperationsbörsen, tragen darüber hinaus zur steten Verbesserung und somit zur Einhaltung der Kriterien bei.

Gemeinsam die eigene Region stärken

Regionale Erzeuger aus der Land- und Teichwirtschaft, aus dem Gartenbau sowie Unternehmen der Nahrungsmittelindustrie gehören zu den Partnern des Netzwerks. Somit bringt „Oberlausitz genießen“ all jene an einen Tisch, die an regionaler Wertschöpfung interessiert und beteiligt sind: Direktvermarkter, verarbeitende Betriebe, Gastronomen, Handwerksbetriebe, Verbraucher und die Tourismuswirtschaft.

Hauptkooperationspartner sind das Sächsische Landeskuratorium Ländlicher Raum e.V., die Industrie- und Handelskammer (IHK) Dresden mit der federführenden Geschäftsstelle Zittau, der Deutsche Hotel- und Gaststättenverband (DEHOGA), der Sachsen Regionalverband Dresden, das Biosphärenreservat Oberlausitzer Heide- und Teichlandschaft, Slowfood Dresden und das Fortbildungswerk Sachsen gGmbH mit Sitz in Bischofswerda. Projektträger der „Lausitzer Fischwochen“ und des „Oberlausitzer Genussfestivals“ ist die Anfang 2003 gegründete Marketing-Gesellschaft Oberlausitz – Niederschlesien mbH (MGO). Ihr Kerngeschäft besteht in der wirtschaftlichen Entwicklung und professionellen Vermarktung der Region im nationalen und internationalen Standortwettbewerb. Modellhaft ist die Tatsache, dass dieser Marktauftritt für die Wirtschafts- und Ferienregion „aus einer Hand“ erfolgt, darüber hinaus das Regionalmanagement umfasst und Prozesse der regionalen Entwicklung steuert. Gesellschafter sind Landkreise, kreisfreie Städte, Sparkassen und der Tourismusverband der Region Oberlausitz-Niederschlesien.

Kontakt

Marketing-Gesellschaft Oberlausitz-Niederschlesien mbH

Dr. Holm Große
Tzschirnerstraße 14 a
02625 Bautzen
T 03591/4877-0
F 03591/4877-48
info@oberlausitz.com
www.oberlausitz.com

OBER LAUSITZ
www.oberlausitz.com

Biosphärenreservat Oberlausitzer Heide- und Teichlandschaft

Dr. Astrid Mrosko
Dorfstraße 29
02694 Guttau OT Wartha
T 035932/365-0
F 035932/365-50
poststelle.brv@smul.sachsen.de
www.biosphaerenreservat-oberlausitz.de

Müritz-Nationalpark – Müritz-Nationalpark-Partner

CSD-Bezug

- Entwicklung und Umsetzung freiwilliger Initiativen im Bereich Umweltmanagement
- Erarbeitung von Leitlinien und Zielvorgaben
- Aufbau von Netzwerken

Werben mit dem Nationalpark-Logo

Die Zusammenarbeit von Partnerbetrieben und dem Nationalparkamt Müritz hat das Ziel, den Naturschutz im Müritz-Nationalpark zu stärken und das nachhaltige Wirtschaften in der Region zu fördern. Das Modell der Müritz-Nationalpark-Partnerschaft richtet sich an Unternehmen, deren Geschäftstätigkeiten im Bezug zum Müritz-Nationalpark stehen. Grundsätzlich können sich Unternehmen aus allen Branchen bewerben, touristische Betriebe zeigen jedoch das größte Interesse. Die Anerkennung als Partner ist an Kriterien gebunden, deren Erfüllung mit einem Fragebogen ermittelt wird. Die derzeit 26 Müritz-Nationalpark-Partner erfüllen Kriterien aus den Bereichen Identifikation, Qualität, Information und Kooperation. Grundsätzlich gilt, dass Partnerbetriebe das Schutzgebiet nicht nur als Vermarktungschance für das eigene Unternehmen nutzen, sondern sich aktiv für den Nationalpark engagieren. Beim Qualitätsaspekt wird für den Tourismusbereich die Zertifizierung durch die Umweltdachmarke Viabono (siehe Beitrag Viabono in dieser Broschüre) vorausgesetzt, für den Landwirtschaftsbereich die Zertifizierung nach der EG-Bio-Verordnung. Da die Besucher von aktuellen und fundierten Informationen über den Nationalpark am meisten profitieren, ist die umfassende Wissensvermittlung das wichtigste Kriterium der Partnerschaft. Grundlage hierfür ist ein Schulungsprogramm für Unternehmen sowie das Publikationsprogramm des Nationalparkamtes. Zu guter Letzt ist die Kooperation ein wesentlicher Baustein des Partnermodells, um vor allem regionale Produzenten zu stärken.

Naturschutz und Tourismus als starke Partner

Seit seiner Gründung im Herbst 1990 hat sich der Müritz-Nationalpark zu einem Besuchermagneten der Mecklenburgischen Seenplatte entwickelt. Damit einher ging auch ein stetig steigender Qualitätsanspruch bei den Gästen. Dies betrifft sowohl Naturerlebnisse und Führungen im Park selbst als auch Leistungen in dessen Umfeld wie Hotellerie und Gastronomie. Gleichzeitig brauchen Nationalparke Partner, um ihren Schutzzweck erfolgreich umsetzten zu können. Das Modell der Müritz-Nationalpark-Partnerschaft bietet hierfür eine Lösung: Nationalpark-Partner informieren Gäste und Interessierte aktuell und fundiert über den Nationalpark. Dafür können die Partner durch die Nutzung des Nationalpark-Logos mit dem Schriftzug »Müritz-Nationalpark-Partner« im Zusammenhang mit ihrem Betriebsnamen positive Marketingeffekte erzielen. Das Modell bietet somit einen Anreiz zur Qualitätsorientierung eigener Angebote und der Entwicklung neuer Produkte mit anderen Partnern.

Nachhaltig informieren - Nachhaltig schützen

Die Müritz-Nationalpark-Partnerschaft wurde vom Nationalparkamt Müritz im Jahr 2005 initiiert. Zunächst wurden die Zielsetzung der Partnerschaft festgelegt und Kriterien erarbeitet, anhand derer die Bewerber durch einen Vergaberat bewertet werden konnten. Die Mitglieder des Vergaberats sind der Tourismusverband Mecklenburgische Seenplatte, Förderverein Müritz-Nationalpark, Planungsverband Mecklenburgische Seenplatte, Zweckverband Müritz-Nationalparkgemeinden sowie das Nationalparkamt Müritz.

Neben dem Erhalt einer Partnerschaftsurkunde und einem Paket mit Info-Materialien zum Müritz-Nationalpark können Partner-Betriebe dann das Logo des Schutzgebietes zu Marketingzwecken nutzen.

Darüber hinaus erscheinen die Betriebe auf der Internetseite www.mueritz-nationalpark-partner.de und werden in einer Broschüre vorgestellt. Neben der Teilnahme an dem Weiterbildungsangebot zum Müritz-Nationalpark findet im Rahmen des Projektes ein jährliches Partnertreffen statt. Des Weiteren hat jedes Partnerunternehmen einen Mitarbeiter des Nationalparkamtes als festen Ansprechpartner.

Das Motto der Müritz-Nationalpark-Partner:

„Als Müritz-Nationalpark-Partner fühlen wir uns der Landschaft und Natur der Müritz-Nationalpark-Region besonders verpflichtet. Wir helfen, dass der Naturreichtum der Nationalpark-Region für uns und unsere Nachkommen erhalten bleibt. Ihnen als unserem Gast und Kunden möchten wir die Schönheit der Landschaft zeigen und mit unseren Leistungen bzw. Produkten die Müritz-Nationalpark-Region von ihrer besten Seite präsentieren. Als Müritz-Nationalpark-Partner verpflichten wir uns, den Nationalparkgedanken in unserer täglichen Arbeit mitzutragen und Ihnen weiter zu vermitteln. Wir möchten, dass Sie sich bei uns wohlfühlen!“

Die Nationalpark-Partner wiederum verpflichten sich zur Identifikation mit den Zielen des Müritz-Nationalparks, zur umfassenden Information der Gäste über das Schutzgebiet und zur Teilnahme an Weiterbildungsangeboten und Partnertreffen. Grundsätzlich ist die Müritz-Nationalpark-Partnerschaft für alle Mitwirkenden kostenfrei. Um Marketing-Maßnahmen durchführen zu können, beteiligen sich die Partner und das Nationalparkamt anteilig an den dabei entstehenden Kosten.

Bewährte Partnerschaft

Die Zahl der Nationalpark-Partner-Unternehmen hat sich seit Projektbeginn 2005 von sieben auf heute 26 Betriebe erhöht. Der Vergaberat hat in der Entwicklung des Modells bewusst entschieden, auf „Klasse statt Masse“ zu setzen. Dementsprechend hoch sind die Anforderungen an die Bewerber und Partnerunternehmen; diese wünschen ihrerseits auch keinen inflationären Umgang mit dem Nationalpark-Logo. Das Modell hat in der Mecklenburgischen Seenplatte durch Maßnahmen der Öffentlichkeitsarbeit wie der Herstellung von Broschüren und Infotafeln sowie einer Internet-Präsenz auf Deutsch und Englisch vor allem regionale Bekanntheit erzielt. Die Nationalpark-Partner entwickeln untereinander Kooperationen und gemeinsame qualitativ hochwertige touristische Angebote. So haben Nationalpark-Partnerbetriebe 2006 erstmalig am Reisepavillon, der internationalen Messe für anderes Reisen in Hannover teilgenommen. Beim diesjährigen Wettbewerb „natürlich regional!“ des Deutschen Verbands für Landschaftspflege (DVL) erhielt das Modell „Müritz-Nationalpark-Partner“ den Tourismus-Sonderpreis.

Erfolgreiches Modell

In einer Studie des Bundesamtes für Naturschutz (BfN) zu ökonomischen Effekten von Großschutzgebieten wurde für den Müritz-Nationalpark nachgewiesen, dass die Existenz des Schutzgebiets pro Jahr eine touristische Wertschöpfung von 6,85 Mio. € induziert, was einem regionalen Beschäftigungsäquivalent von 628 Arbeitsplätzen entspricht. Hierfür hält die Studie folgende Erklärung bereit: „Angebotspakete werden in der Tourismusbranche selten von einzelnen Akteuren gebildet, sondern in Zusammenarbeit mit anderen. Von daher ist es äußerst wichtig, wie in der Destination Müritz eindrucksvoll unter Beweis gestellt, enge Partnerschaften zwischen den Akteuren im Tourismus und Naturschutz zu pflegen.“

Das Modell ist in Deutschland kein Einzelfall: Mit fünf vergleichbaren Projekten in anderen Nationalparken Deutschlands findet seit zwei Jahren ein Erfahrungsaustausch statt, der den Aufbau gemeinsamer bundesweiter Marketingangebote zum Ziel hat.

Kontakt

Nationalparkamt Müritz

Martin Kaiser
Schloßplatz 3
17237 Hohenzieritz
T 039824/252-37
F 039824/252-50
m.kaiser@npa-mueritz.mvnet.de
www.mueritz-nationalpark-partner.de

Schwarzwald Tourismus GmbH – KONUS Gästekarte

CSD-Bezug

- Entwicklung und Umsetzung freiwilliger Initiativen im Bereich Umweltmanagement
- Entwicklung von umwelt-, sozial- und kulturverträgichen Formen des Tourismus

Freikarte für die größte Ferienregion Deutschlands

Tourismusgemeinden im Südwesten Deutschlands bieten ihren Gästen seit 2005 einen umweltfreundlichen Service: die freie Fahrt in Bus und Bahn mit der KONUS-Gästekarte. KONUS steht dabei für die „Kostenfreie Nutzung des ÖPNV für Schwarzwaldurlauber".

Die Schwarzwald Tourismus GmbH (STG) in Freiburg startete das Projekt mit 45 Gemeinden und sechs Verkehrsverbünden im mittleren und südlichen Schwarzwald. Schon während der auf zwei Jahre festgelegten Pilotphase schlossen sich weitere 21 Tourismusgemeinden KONUS an. Die KONUS-Gästekarte gilt derzeit in den sechs Verkehrsverbünden WTV Waldshuter Tarifverbund GmbH, RVL Regio-Verkehrsverbund Lörrach GmbH, VSB Verkehrsverbund Schwarzwald-Baar GmbH, RVF Regio-Verkehrsverbund Freiburg GmbH, VVR Verkehrsverbund Rottweil GmbH und TGO Tarifverbund Ortenau GmbH. 2008 soll das umweltfreundliche Verkehrsangebot auf etwa 100 Orte sowie auf alle Verkehrsverbünde in der Ferienregion zwischen dem Rhein im Westen und Süden, Neckar und Nagold im Osten sowie Karlsruhe und Pforzheim im Norden ausgedehnt werden. Dann bietet die Ferienregion an der Grenze zu Frankreich und zur Schweiz ihren Urlaubsgästen die kostenlose Nutzung des gesamten öffentlichen Personennahverkehrs (ÖPNV) in einem Gebiet von rund 11.400 Quadratkilometern an.

Kundenservice und gleichzeitiger Umweltschutz

„Einfach einsteigen und fahren" ist das Motto. Keiner muss sich um Tarifzonen und Kleingeld sorgen. Die Gäste erhalten die KONUS-Gästekarte direkt in ihrer Unterkunft von ihrem Gastgeber. Rund 6.000 Beherbergungsbetriebe werben bereits mit dem Hinweis auf die kostenlose ÖPNV-Nutzung. Die Karte ist vor allem für Wanderer attraktiv, eine der Kernzielgruppen des Schwarzwaldes. Die Nutzung des ÖPNV erhöht die Flexibilität der Wanderer, da sie vom Ziel ihrer Wanderung wieder mit Bus oder Bahn zurückkommen können. Mindestens ebenso häufig wird die KONUS-Gästekarte aber auch für Familien-Ausflüge und für Einkaufsfahrten, beispielsweise nach Freiburg, genutzt.

Die KONUS-Gästekarte gilt in allen Orten des KONUS-Gebiets, unabhängig vom Ort der Ausstellung – auch im Nahverkehr der verbundübergreifenden Beförderungsbetriebe von Bahn, Straßenbahn und Regionalbahnen. Einzige Ausnahme bilden die Bergbahnen. Das Schwarzwald-Ticket der Deutschen Bahn ermöglicht zudem eine vergünstigte An- und Abreise in den Schwarzwald mit allen Zügen der Bahn zu etwa 30 Prozent der tariflichen Normalkosten.

KONUS SCHWARZWALD® Hier geht's um Dich! Gästekarte

Kleiner Beitrag, großer Erfolg

KONUS wurde ohne öffentliche finanzielle Förderung im Markt etabliert und trägt sich allein durch einen pauschalierten Deckungsausgleich der teilnehmenden Gemeinden. Dieser lag 2005/2006 bei 21 Cent pro Übernachtung. Da die Fahrgastzahlen der beteiligten Verkehrsunternehmen durch KONUS zeit- und streckenweise gestiegen sind, forderten die Verkehrsverbünde nach Ablauf der Pilotphase eine Erhöhung des Betrages. Die Gemeinden überweisen somit seit Januar 2007 pro meldepflichtige Übernachtung pauschal 31 Cent netto an den Projektträger. 30 Cent davon gelangen direkt an den jeweiligen Verkehrsverbund der Gemeinde, ein Cent wird von der STG für Marketing und Projektleitung eingesetzt. Dieser

Beförderungsanteil konnte bis Ende 2011 festgeschrieben werden, was für alle Beteiligten eine Planungssicherheit von fünf Jahren garantiert. Finanziert wird der pauschale Fahrgeldersatz in den Gemeinden größtenteils aus den Einnahmen der Kurtaxe. Berechnungsgrundlage sind alle meldepflichtigen Übernachtungen laut Meldegesetz. Ausgenommen sind Kinder unter sechs Jahren, Klinik- und Heimpatienten sowie Dauercamper und Zweitwohnungsbesitzer. Auf freiwilliger Basis können Einrichtungen der Erwachsenenbildung, Betriebs- und Vereinsheime, Jugendherbergen, Klöster und Exerzitien-Häuser sich ebenfalls dem KONUS-System anschließen.

Der Erfolg von KONUS ist auch der Tatsache zu danken, dass sich alle Beteiligten als Gewinner sehen können: Für die Orte ist KONUS zum erfolgreichen Marketing-Argument geworden, die Verkehrsverbünde können dank der pauschalierten Ausgleichszahlung mit einer festen Einnahmegröße kalkulieren, Gastgeber können ohne eigene Mehrkosten nun im Wettbewerb um Urlauber die Freifahrkarte anbieten. Für die Gäste macht sich die KONUS-Gästekarte unmittelbar im Ferienbudget bemerkbar: Sie sparen beispielsweise schon für eine Hin- und Rückfahrt von Hinterzarten ins nur 27 Kilometer entfernte Freiburg 9,60 Euro pro Person.

Steigende Nachfrage

Bei Urlaubern hat die KONUS-Gästekarte inzwischen einen hohen Bekanntheitsgrad und wird direkt nachgefragt. Dank der Werbung mit Flyer, Poster, Internetauftritt und einer intensiven Presse- und Öffentlichkeitsarbeit von STG und beteiligten Gemeinden fragen Gäste immer häufiger schon vor Buchung des Urlaubs nach der KONUS-Gästekarte. Nach einer Untersuchung des Münchner Beratungsunternehmens IRS Consult haben bereits während der Pilotphase 44 Prozent der Gäste in KONUS-Orten von der Karte Gebrauch gemacht und sie im Durchschnitt 2,7 Mal eingesetzt. Das entsprach 1,5 Mio. „Freifahrten“ von Schwarzwald-Urlaubern.

Der werbewirksame Service stützt die erklärten Prinzipien des Umwelt- und Naturschutzes sowie angestrebte Nachhaltigkeit in der Tourismusentwicklung im Schwarzwald. Der Individualverkehr von Urlaubern konnte trotz gestiegener Mobilität nachweislich zu Gunsten des ÖPNV reduziert werden.

Der aktuelle Gültigkeitsbereich der KONUS-Gästekarte und die teilnehmenden Gemeinden sind im Internet unter www.konus-schwarzwald.info zu finden.

Kontakt

Schwarzwald Tourismus GmbH

Christopher Krull
Ludwigstr. 23
79104 Freiburg
T 0761/89646-79
F 0761/89646-70
krull@
schwarzwald-tourismus.info
www.schwarzwald-tourismus.
info,
www.konus-schwarzwald.info

KONUS

SCHWARZWALD

Landschaftspflegeverband „Westerzgebirge“ – NATURA 2000-Touren im Westerzgebirge

CSD-Bezug

- Entwicklung von geeigneten Materialien (Flyer, Broschüren, Videos, Websites etc.) zur Bewusstseinsbildung
- Entwicklung von umwelt-, sozial- und kulturverträglichen Formen des Tourismus
- Naturverträgliche Planung („design with nature“) durch schonende Planungsweisen, Materialien und Technologien

Erlebnis NATURA 2000 im Westerzgebirge

Einheimischen und Besuchern NATURA 2000-Regionen auf erlebnisorientierte Art näher zu bringen und ihnen den „europäischen Blickwinkel“, d. h. die große Bedeutung der Gebiete für den Erhalt des europäischen Naturerbes, zu vermitteln ist Ziel des als „NATURA 2000-Touren im Westerzgebirge“ initiierten Projekts des Landschaftspflegeverband „Westerzgebirge“ e.V. Gleichzeitig soll das damit einhergehende Potenzial des Westerzgebirges für Naherholung und Tourismus im Einklang mit der Natur aufgezeigt werden.

NATURA 2000 - eine Chance für nachhaltige Tourismusentwicklung

NATURA 2000 ist ein Netz besonderer Schutzgebiete zur Erhaltung bedeutsamer Lebensräume sowie seltener

Tier- und Pflanzenarten in der Europäischen Union. Im Rahmen von NATURA 2000 werden von den europäischen Mitgliedsstaaten Vogelschutzgebiete und Fauna-Flora-Habitat (FFH)-Gebiete ausgewiesen, um besonders gefährdete Lebensraumtypen sowie rund 200 Tier- und über 500 Pflanzenarten zu erhalten. Leider bewerten viele Landnutzer und Vertreter von Städten und Gemeinden diese Maßnahmen als neues Hindernis von Seiten des Naturschutzes für eine angemessene Entwicklung der Region. Oft auch aufgrund von Informationsdefiziten und Missverständnissen werden damit verbundene Vorteile, wie etwa die Bereitstellung von EU-Fördermitteln für die Flächennutzung oder das Potenzial dieser Gebiete für einen sanften, naturverträglichen Tourismus, wenig berücksichtigt. Weiten Teilen der Bevölkerung sind diese Schutzgebiete überhaupt nicht bekannt.

Die NATURA 2000-Touren

Der Landschaftspflegeverband „Westerzgebirge“ e.V., der sich im Rahmen seiner Aufgaben von Flächenpflege und -nutzung schon seit geraumer Zeit mit dem Thema NATURA 2000 beschäftigt, hat es sich zur Aufgabe gemacht, NATURA 2000-Gebiete zu unterstützen. Öffentlichkeitsarbeit und verschiedene sogenannte „NATUR(A)-Erlebnisangebote“ sollen dazu beitragen, die Akzeptanz und Bekanntheit in der Bevölkerung zu erhöhen.
So wurde mit finanzieller Unterstützung aus dem Naturschutzfonds der Sächsischen Landesstiftung Natur und Umwelt das Projekt „NATURA 2000-Touren im Westerzgebirge“ gestartet. Im ersten Teil des Projekts von Juli 2003 bis September 2004 wurden im sächsischen Erzgebirge unter dem Namen „NATURA 2000-Touren im Westerzgebirge“ acht Wandertouren durch verschiedene NATURA 2000-Gebiete und deren Umgebung erarbeitet. Um möglichst viele Zielgruppen zu erreichen, sowohl Familien mit Kindern als auch ambitionierte Wanderer, wurde jede Tour mit Varianten und verschiedenen Schwierigkeitsgraden und Streckenlängen konzipiert. Der zweite Teil schloss sich von Mai 2005 bis Dezember 2006 an und nannte sich „Grenzübergreifende NATURA 2000-

Touren“. Im Sinne des europäischen Gedankens wird hier auch der tschechische Teil des Gebirges mit einbezogen. Kernpunkt waren diesmal vier Fahrradtouren im Kammbereich des Erzgebirges, die alle sowohl durch tschechische als auch sächsische NATURA 2000-Gebiete führen.

Vielfältige Formen der Öffentlichkeitsarbeit

Im Rahmen des Projektes entstanden jeweils ein Faltblatt und eine umfangreiche, in der zweiten Projektphase zweisprachige Broschüre. Sie beschreiben in Wort und Bild Wander- bzw. Fahrradtouren und die Besonderheiten der jeweiligen NATURA 2000-Gebiete sowie andere Sehenswürdigkeiten entlang der Strecke. Außerdem entstanden als weiteres Mittel zur gezielten Öffentlichkeitsarbeit mobile Ausstellungen, die auf Veranstaltungen, Märkten, in öffentlichen Einrichtungen, Gemeindeverwaltungen und anderen viel besuchten Örtlichkeiten präsentiert wurden. Um die Publikumswirksamkeit weiter zu erhöhen, wurden Informationstage, sogenannte „NATURA 2000-Tage“ auf Festen und Märkten mit eingebunden. Zu diesen Veranstaltungen wurden auch immer eine oder mehrere der konzipierten Wanderungen, Fahrradtouren oder Kutschfahrten angeboten, die in Zusammenarbeit mit dem Naturpark, den Kommunen und verschiedenen Verbänden angeregt und entwickelt worden waren. Sie werden seitdem von dafür gewonnenen Kräuterpädagogen oder Kulturlandschaftsführern durchgeführt. Als Informationsplattform dient vor allem das im Rahmen des Projektes entstandene zweisprachige Internetangebot www.natura2000-touren.de, das neben umfangreichen Informationen zu den einzelnen Touren auch Angebote zu geführten Wanderungen, Veranstaltungen usw. bereithält.

Akzeptanz erreichen, Angebote schaffen

Mit beiden Initiativen wurde ein breit akzeptiertes Angebotspaket für einen naturverträglichen Tourismus durch FFH- und Vogelschutzgebiete des Westerzgebirges geschaffen. Ein höherer Bekanntheitsgrad von NATURA 2000 in der Region wurde erreicht, die Akzeptanz in der Bevölkerung, aber auch bei Besuchern, Landnutzern und Politikern erhöht und die Attraktivität des Westerzgebirges als Tourismusregion für landschaftsbezogene und naturverträgliche Erholung gesteigert. Dies spiegelt sich u. a. darin wider, dass viele Kommunen aktiv am Erhalt und dem weiteren Ausbau der Angebotspalette mitarbeiten. Dies ist in einer strukturschwachen Region wie dem Westerzgebirge, in der verstärkt auf verschiedene Aspekte des Tourismus gesetzt wird, von der kurzen Erholungstour am Wochenende bis zum kompletten Urlaub, nicht zu unterschätzen.

Kontakt

Landschaftspflegeverband „Westerzgebirge“ e. V.

Elke Ott
Dorfstraße 48
08289 Schneeberg
OT Lindenau
T/F 03772/24879
elke.ott@lpvwesterzgebirge.de
www.lpvwesterzgebirge.de,
www.natura2000-touren.de

Flussparadies Franken e. V. – Kanuwanderweg Obermain

CSD-Bezug

- Naturverträgliche Planung („design with nature“) durch schonende Planungsweisen, Materialien und Technologien
- Transparenter Entscheidungsfindungsprozess in Bezug auf Tourismusplanung und –management
- Entwicklung von geeigneten Materialien (Flyer, Broschüren, Videos, Websites etc.) zur Bewusstseinsbildung

Erlebnis naturnahe Flusslandschaft

Der Main zwischen Lichtenfels und Bamberg zählt zum europäischen Naturerbe. Seit 2003 hat es sich der Verein Flussparadies Franken e.V. unter dem Motto „Partner für den Main“ auf dieser 35 Kilometer langen Strecke zur Aufgabe gemacht, naturverträgliches Kanu fahren zu ermöglichen. Das positive Erleben einer naturnahen Flusslandschaft soll dabei das Verständnis und Bewusstsein für den Wert und die Funktion der Flüsse als „Lebensadern der Natur“ stärken. Wichtigste Maßnahme im Projekt ist es, ausreichend geeignete Gebiete sowohl für Erholungssuchende als auch für die Naturentwicklung zu schaffen und deutlich zu kennzeichnen. Das „Kanuerlebnis Obermain“ versteht sich als ein Prozess, der zusammen mit den beteiligten Interessengruppen Lösungsmöglichkeiten für diese Umsetzung sucht. Dieser Teil des Mains ist in Bayern einer der längsten noch vorhandenen frei fließenden Flussabschnitte, da weder Wehre noch Staustufen eingebaut wurden. Seine hohe ökologische Bedeutung drückt sich in der Meldung für das europäische Netzwerk NATURA 2000 aus, welches für ein länderübergreifendes Schutzgebiet zur Erhaltung der Artenvielfalt innerhalb der Europäischen Union steht.

Infrastruktur schaffen

Die gemeinsame Auswahl, Kennzeichnung und Gestaltung festgelegter Ein- und Ausstiegsbereiche als Grundlage für eine Nutzungsentflechtung und Schonung sensibler Naturgebiete wurde unter bestimmten Kriterien getroffen: Die Ein- und Ausstiegsbereiche sollten ortsnah und verkehrsgünstig gelegen sein, einen guten Zugang zum Wasser haben, begleitende Infrastruktur wie Parkplätze, Ver- und Entsorgung, Unterstellmöglichkeiten oder Sehenswürdigkeiten bieten sowie gleichmäßig über die gesamte Flussstrecke verteilt sein.

Zielgerichtet informieren

Auf den Infotafeln vor Ort erfährt der Kanute Wissenswertes über die Strecke – zum Beispiel über Laichzeiten von Fischen oder Vogelbrutzeiten, er erhält Information über relevante Umweltthemen und wird über einen achtsamen Umgang mit dem Naturerbe Main und naturverträgliches Kanu fahren aufgeklärt. Die Umweltinformation über den Wasserstand erfolgt sowohl vor Ort durch „Kanuampeln“ (Rot-Grün-Pegel) als auch über Internet, Videotext und Pegeltelefon. Ein ausreichender Wasserstand schont gleichermaßen die unter Wasser lebenden Tiere und die Ausrüstung. Insbesondere an Schwellen besteht bei zu niedrigem Wasserstand Unfallgefahr. Zu wenig Wasser im Fluss bedeutet aber auch, dass die Paddel beim Eintauchen mehr Störungen und Turbulenzen verursachen, was die unter Wasser lebenden Tiere vermehrt beeinträchtigen kann.

Der Kanuweg Obermain – erfolgreiches Naturerlebnisangebot

Mit dem Kanuwanderweg Obermain wurden vier zentrale Ziele erreicht: Für die Schonung sensibler Naturgebiete wurden anhand gemeinsam erarbeiteter Kriterien 12 Ein- und Ausstiegsbereiche festgelegt, naturnah gestaltet und mit einem zielgruppenorientierten Informationssystem ausgestattet, das auf Naturerlebnisangebote und auf Gastronomie, Übernachtungsangebote und Serviceleistungen vor Ort hinweist. So wird der Kanuwanderweg Obermain in regionale Wirtschaftskreisläufe integriert. Ergänzend werden durch das Flussparadies Franken und durch regionale Umweltbildungseinrichtungen Angebote zur Umweltbildung wie Ausstellungen, Exkursionen, Internet oder Infomaterial erarbeitet, um breite Bevölkerungsgruppen zu erreichen.

Akteure einbeziehen

Zu den Partnern des Projekts zählen verschiedene Interessengruppen wie Kommunen, Fischerei, Naturschutz, Kanuvermieter, Kanuverbände, Touristiker wie auch engagierte Bürger. Sieben lokale und regionale Kanuvermieter und der Bayerische Kanuverband haben in Form einer freiwilligen Selbstverpflichtung zugesichert, die gemeinsam erarbeiteten Regeln für das naturverträgliche Kanu fahren auf dem Main umzusetzen. Das Konzept beinhaltet den Willen zum kontinuierlichen Dialog. So wurde vereinbart, dass sich alle Nutzergruppen mindestens einmal pro Jahr zum Erfahrungsaustausch treffen.

Freiwillige Selbstverpflichtung mit vielen Partnern

Das Projekt fand in den Jahren 2003 bis 2006 statt und wurde durch das Wasserwirtschaftsamt über das Bayerische Umweltministerium und die beteiligten Landkreise und kreisfreien Städte finanziert. Im Mai 2005 trat die freiwillige Selbstverpflichtung der lokalen und regionalen Kanuvermieter, gemeinsam vereinbarte Regeln einzuhalten, in Kraft. Die Selbstverpflichtung gilt jeweils für ein Jahr. Die Anzahl der Mietboote ist auf 120 Boote pro Landkreis beschränkt. Die Umsetzung erfolgt in enger Zusammenarbeit mit den Landratsämtern Lichtenfels und Bamberg und der Regierung von Oberfranken und wird stichprobenartig durch die Naturschutzwacht überprüft. Im Jahr 2005 wurde das Projekt zudem durch eine Diplomarbeit an der Universität Bayreuth wissenschaftlich begleitet. (Vgl. Hrabak, Franz, 2006, Freizeitorientierte Fließgewässernutzung und Naturschutz am Oberen Main. Arbeitsmaterialien zur Raumordnung und Raumplanung

Heft 253, Universität Bayreuth, Lehrstuhl Wirtschaftsgeographie und Regionalplanung. Hrsg.: Prof. J. Maier.)
Durch die Kooperation mit dem Bayerischen Kanuverband und die Veröffentlichung der festgelegten Regeln im Kanuwanderführer wird eine breite Wirkung bei den organisierten und routinierten Kanufahrern erreicht. Seit 2006 besteht das Projekt in Form eines von Kommunen und Fördermitgliedern getragenen Vereins weiter.

Nächste Schritte sind die gezielte Anlage von Natur-Erlebnis-Bereichen für die Umweltbildung, die naturschutzrechtliche Sicherung besonders sensibler Bereiche und die Optimierung der Infrastruktur, z. B. in Form von Infotafeln oder Toiletten an den Ein- und Ausstiegsbereichen.

Kontakt

Flussparadies Franken e. V.

Dr. Anne Schmitt
Postfach 1404
96005 Bamberg
T 0951/85790
F 0951/858790
anne.schmitt@lra-ba.bayern.de
www.flussparadies-franken.de

Flussparadies Franken e. V.

Naturpark Nordeifel – Eifel barrierefrei

CSD-Bezug

- Entwicklung von umwelt-, sozial- und kulturverträglichen Formen des Tourismus
- Entwicklung von geeigneten Materialien (Flyer, Broschüren, Videos, Websites etc.) zur Bewusstseinsbildung

Natur- und Landschaftserlebnis für Alle

Der Naturpark Nordeifel e.V. im Deutsch-Belgischen Naturpark macht die Eifeler Landschaft seit über 40 Jahren für Gäste und Einheimische erlebbar. Mit seiner Unterstützung entstanden unter anderem Naturerlebniseinrichtungen, Naturpfade, Themenrouten für Wanderer und Radfahrer, zahlreiche Informationsmedien zu Natur- und Landschaft und ein breit gefächertes Exkursionsangebot in der Region.

Der Naturpark Nordeifel hat sich auch der Barrierefreiheit in der Eifel angenommen, um Menschen mit Behinderung die gleichberechtigte Teilhabe am Erlebnis der Eifeler Landschaft zu ermöglichen. Dabei findet eine enge Zusammenarbeit mit dem Nationalparkforstamt Eifel statt, das sich ebenfalls dem barrierefreien Naturerlebnis in der Region verpflichtet hat.

Barrieren beim Naturerlebnis

Die Zahl möglicher Barrieren für Menschen mit Behinderung beim Natur- und Landschaftserlebnis ist nahezu unendlich groß. Rollstuhlfahrer scheitern an Stufen oder Treppen, sandigen oder matschigen Wegen, sehbehinderte und blinde Menschen können sich in der Natur oder in Museen nur mit Schwierigkeiten orientieren.
In der freien Landschaft, gerade in der bergigen Eifel, bilden vor allem die natürlichen Voraussetzungen Grenzen für den Grad der Barrierefreiheit. Gebäude und Informationsangebote können jedoch so gestaltet werden, dass sie für Menschen mit einer Behinderung grundsätzlich nutzbar sind, d. h. im Rahmen der Möglichkeiten Barrieren jeder Form vermieden werden. Von einem Abbau der Barrieren profitieren nicht nur Menschen mit Behinderung. Auch Personen mit einer vorübergehenden körperlichen Einschränkung, Familien mit kleinen Kindern, Schwangeren und älteren Menschen dienen solche Maßnahmen.

Schritte zum barrierefreien Naturpark: Informieren, Sensibilisieren, erste Maßnahmen umsetzen

Zur Umsetzung der Barrierefreiheit im Naturpark wurde das Maßnahmenprogramm „Eifel barrierefrei“ gestartet. Eine breit angelegte Öffentlichkeitsarbeit zu diesem Thema dient der Information und Sensibilisierung regionaler Leistungsträger über die Chancen des barrierefreien Tourismus.

Mit überschaubarem Aufwand sind große Schritte auf dem Weg zur Barrierefreiheit möglich: Bereits die Bereitstellung angemessener Informationen ermöglicht einem großen Teil behinderter Menschen den Zugang zu vielen Angeboten.

Informationen für Gäste mit Behinderung: Broschüre und Internetseite

Menschen mit Behinderung sind auf detaillierte und verlässliche Informationen über ihr Reisegebiet angewiesen. Der Naturpark hat dies im Jahr 2004 zum Anlass genommen, im Rahmen eines durch das Land Nordrhein-Westfalen unterstützten Förderprojektes Informationen über bestehende barrierefreie Angebote zum Natur- und Landschaftserlebnis in der Region zusammenzutragen. Die Ergebnisse wurden in einer Broschüre zusammengefasst, welche im Jahr 2006 in ihrer zweiten, erweiterten Auflage erschienen ist.

Diese Informationen hält auch die zeitgleich eingerichtete Internetseite www.eifel-barrierefrei.de bereit. Durch die barrierefreie Gestaltung und Programmierung kann sie auch von blinden Besuchern mit Bildschirm-Lesegeräten problemlos genutzt werden. Der einfache Aufbau und die übersichtliche Gestaltung erleichtern die Navigation auch für wenig versierte Internet-Nutzer.

Vielfältiges Angebot

Die barrierefreien Ausflugsmöglichkeiten sind vielfältig. So erwarten Rollstuhlfahrer und Menschen mit Mobilitätseinschränkung landschaftlich reizvolle Wanderwege ohne Steigungen und Stufen, z. B. am Stausee in Kronenburg, im Bad Münstereifeler Wald und rund um Zülpich. Auch der historische Ortskern und die Weiheranlagen von Blankenheim sind für Menschen mit Behinderung zugänglich.

Angebote vieler Naturerlebniseinrichtungen werden bei Bedarf für Besucher mit Behinderung angepasst. So steht gehörlosen Menschen bei Führungen durch das Besucherbergwerk „Grube Wohlfahrt“ in Hellenthal-Rescheid nach vorheriger Buchung ein Gebärdensprachdolmetscher zur Verfügung.

„Barrierefreier Landschaftspfad“ in Nettersheim-Marmagen

Der „Erste Barrierefreie Landschaftspfad im Deutsch-Belgischen Naturpark“ ist ein Modellprojekt und Vorbildangebot. Er wurde als Kooperationsprojekt vom Naturpark Nordeifel und der Eifelhöhen-Klinik eingerichtet. Gefördert wurde die Umsetzung durch die Nordrhein-Westfalen-Stiftung Naturschutz, Heimat und Kulturpflege sowie die HIT Umwelt- und Naturschutz Stiftungs-GmbH.
An der Eifelhöhen-Klinik, einer großen Rehabilitationseinrichtung bei Nettersheim-Marmagen, bestehen optimale Voraussetzungen für einen Erlebnispfad zur Natur- und Kulturlandschaft der Kalkeifel. Ein Bauerngarten, römische Matronensteine, Kalkmagerwiesen und ein Aussichtspunkt auf dem Kloster Steinfeld wurden unter anderem in einen Rundweg mit insgesamt elf Stationen integriert. Sie bieten Landschaftserlebnis mit allen Sinnen. Informationstafeln erläutern Wissenswertes auch in Punktschrift. Das Wegesystem wurde ausgebaut und mit einem durchgängigen Leitsystem für blinde und sehbehinderte Besucher versehen.

„Erlebnis Kartsteinfelsen und Kakushöhle“ bei Mechernich-Dreimühlen

Der Kartsteinfelsen bei Mechernich-Dreimühlen ist von großer kulturhistorischer Bedeutung und ein einzigartiges Naturschutzgebiet. Der Felsen beherbergt mit der Kakushöhle eine der größten offen begehbaren Höhlen in der Eifel. Ein Rundweg lädt mit Informationstafeln die Besucher zu einer Reise durch die Vergangenheit des Geländes ein. Bei der Einrichtung durch den Deutsch-Belgischen Naturpark und die Stadt Mechernich wurde die Zugänglichkeit für möglichst viele Besucher im Rahmen der finanziellen Möglichkeiten und der Geländevoraussetzungen berücksichtigt.

Für Rollstuhlfahrer wurden die Tafeln pultförmig und damit unterfahrbar gestaltet. Der Besuch der Kakushöhle wurde für Menschen mit Behinderung auch dadurch erleichtert, dass ein Behindertenparkplatz eingerichtet wurde und im Kioskgebäude am Parkplatz nun ein barrierefreies WC zur Verfügung steht.

Nicht zuletzt wurden alle wichtigen Informationen über die Zugänglichkeit für Menschen mit Behinderung in einem Faltblatt zusammengefasst.

Erfolge auf dem Weg zur Barrierefreiheit

Mit der Broschüre „Eifel barrierefrei“ und der Internetpräsenz www.eifel-barrierefrei.de wurden erstmals barrierefreie Ausflugsmöglichkeiten zum Natur- und Landschaftserlebnis in der Eifel zusammengestellt. Die erfolgreiche Arbeit dokumentiert auch die Auszeichnung der Projektinitiative „Eifel barrierefrei“ mit dem „Deutschen PR-Preis 2005“, welche der Naturpark Nordeifel und der Nationalpark Eifel gemeinsam erhalten haben. „Eifel barrierefrei“ ist zudem offizielles Projekt der UN-Dekade „Bildung für nachhaltige Entwicklung 2005-2014“.

Kontakt

Naturpark Nordeifel e.V. im Deutsch-Belgischen Naturpark

Jan Lembach
Steinfelder Str. 8
53947 Nettersheim
T 02486/911117
F 02486/911116
info@naturpark-eifel.de
www.naturpark-eifel.de
www.eifel-barrierefrei.de

Deutsch-Belgischer Naturpark Hohes Venn-Eifel

Zweckverband „Naturpark Erzgebirge / Vogtland“ – Auerhuhnschutz im Wintersportgebiet

CSD-Bezug

- Naturverträgliche Planung („design with nature“) durch schonende Planungsweisen, Materialien und Technologien
- Entwicklung von geeigneten Materialien (Flyer, Broschüren, Videos, Websites etc.) zur Bewusstseinsbildung

Angemessene Lebensräume schaffen

Der Schutz des Auerwildes, das durch den Wintersport in der Region bedroht wird, ist das Ziel der Arbeitsgruppe „Kammloipe“, die der Naturpark „Erzgebirge/Vogtland“ 2001 auf Anregung des Sächsischen Staatsministeriums für Umwelt und Landesentwicklung bildete. Der Erhalt sowie die Mehrung der Restbestände des Auerhuhns im Kammgebiet des Westerzgebirges und des Vogtlands und damit einhergehend der Erhalt der seit 35 Jahren existierenden Kammloipe gehören zu den Hauptzielen der Gruppe. Dies impliziert vor allem die Schaffung weitläufiger, beruhigter Waldgebiete als ideale Lebensräume für die größten Waldhühner sowie eine angemessene Loipenwahl inklusive Zubringerloipen außerhalb der hochwertigen Habitatbereiche.

Loipenerweiterung zum Nachteil des Auerhuhns

Bereits seit 1972 wird die Strecke von Schöneck über Mühlleithen und Carlsfeld nach Johanngeorgenstadt als Kammloipe genutzt, als das Gebiet, trotz des Auerhuhns, zu einem der bedeutendsten Wintersportgebiete Sachsens ausgebaut wurde. Besonders an Wochenenden, Feiertagen und zu Ferienzeiten strömen Menschenmengen in das schneesichere Gebiet zwischen Klingenthal/Mühlleithen und Johanngeorgenstadt. Seit 1992 wird die Loipe professionell mit Spurschlitten bearbeitet. Um dem Andrang und den Wünschen der Wintersportler gerecht zu werden, wurde von 1996 bis 1998 die Kammloipe durch die nicht regelmäßig gespurte Skimagistrale bis nach Altenberg im Osterzgebirge erweitert. Skiläufern stehen somit eine durchgängige Skiwanderwegeroute, inklusive Loipen, von 196 km zur Verfügung. Der zunehmende Familien- und Sporttourismus machte jedoch den Ausbau der Loipentrassen für den „Klassischen Stil“ und Skater notwendig.

Während Anliegergemeinden gleichzeitig weitere Anschlussloipen forderten, befürchteten die Naturschützer das gänzliche Verschwinden des Auerwilds durch diese Maßnahmen. Bereits das Waldsterben der 1970er und 1980er Jahre hatte sich negativ auf die Auerhühner und deren Nahrungsquellen, die Beerstrauchgesellschaften, ausgewirkt. Umsichtige Loipenführungen und die Verbesserung der Luft führten schließlich in den 1990er Jahren trotz steigender Störfaktoren von außen zu einer ersten Regeneration der Beerstrauchgesellschaften und somit auch des Auerwilds.

Neue Initiative zum Auerhuhnschutz

Um die Population des Auerhuhns nun nicht erneut zu gefährden, wurde die Arbeitsgruppe „Kammloipe“ ins Leben gerufen und alle relevanten Gremien der Region integriert. Mit forstlicher Unterstützung wurde eine Auerhuhn-Habitatkartierung durchgeführt. Dann erstellte die Arbeitsgruppe eine Konfliktanalyse und daraus ableitend einen Maßnahmenplan, der die Streichung und Verlegung von Loipen aus den wertvollsten Lebensbereichen des Auerhuhns beinhaltet, um so dessen Freiraum zu vergrößern. Insbesondere die Beruhigung der Einstandsgebiete in den oberen Gebirgs- und Kammlagen stehen an vorderster Stelle, da in den Wintermonaten das Aufscheuchen der durch

Nahrungsknappheit geschwächten Vögel diese zu Standortwechseln zwingt, was hohe Energieverluste und damit das Ermatten der Vögel nach sich zieht. Infolgedessen werden viele Vögel zur leichten Beute von Raubwild oder sterben an Schwäche.

Eine weitere Maßnahme ist das Aufstellen von Informationstafeln für richtiges Verhalten im Naturschutzgebiet und angrenzenden Gebieten für Tages- und Langzeittouristen und für Sportler. Für das Auerhuhn bedeutet dies mehr Ruhe durch Rücknahme von Loipen aus den sensiblen Kerngebieten sowie größere zusammenhängende Lebensräume. Für die Betreiber der Loipe bedeutet es hingegen ein geringeres Loipenangebot für die Gäste, jedoch auch weniger Arbeit bezüglich der Loipenpräparierung und dadurch erhebliche Kosteneinsparungen. Durch die geordnete Loipenführung stehen den Besuchern des Gebietes zwar weniger Entfaltungsmöglichkeiten zur Verfügung, die Attraktivität des Gebiets aber bleibt erhalten. Wichtig ist die Akzeptanz der vorgegebenen Kammloipe und deren Zubringerloipen. Denn der Wintersport ist zwar weiterhin möglich, ein weiterer Ausbau bestehender Loipen ist jedoch ausschließlich unter Einberufung der Arbeitsgruppe „Kammloipe“ und deren einstimmiger Befürwortung möglich. „Wunschloipen“ dürfen nur noch außerhalb der sensiblen Habitatbereiche angelegt werden. Hierfür werden mit dem Forstbetrieb entsprechende Maßnahmen abgestimmt, um gefährliche Steilabfahrten im Gelände zu vermeiden. Um eine Sensibilisierung der Besucher, darunter vor allem der Wintersportler zu erreichen, vermitteln Tafeln bereits im Vorfeld auf den Parkplätzen und an Einstiegspunkten in das Loipennetz sowie an Schutzhütten im gesamten Areal und Einzugsgebiet der Kammloipe wichtige Informationen zum Schutz des Auerhuhns und weiterer seltener Arten im Gebiet und geben Auskunft über notwendige Einschränkungen im Loipennetz.

Im sensibelsten Bereich sind im Winter regelmäßig zwei Naturschutzwarte im Einsatz. Sie melden Unregelmäßigkeiten und informieren Besucher über die Schutzgebiete und Artenschutzmaßnahmen. Von den Wintersportvereinen eingesetzte Loipenwarte sind für die Präparierung der Loipen zuständig und ebenfalls angehalten, der Arbeitsgruppe festgestellte Unregelmäßigkeiten oder das Sichten von Auerhühnern zu melden.

Engagement und Kooperation vieler Partner

Eine direkte Förderung des Projektes existiert nicht, so dass die gesamte Finanzierung der Arbeitsgruppe selbst obliegt, deren 16 Mitglieder auf freiwilliger Basis oder aufgrund ihrer beruflichen Tätigkeit das Projekt unterstützen. Jedoch beteiligte sich der Staatsbetrieb Sachsenforst an der Auerhuhn-Habitatkartierung sowie den Kosten für das Räumen der von Sturm und Schnee verschütteten Loipenabschnitte. Die Landesnaturschutzbehörde finanziert derzeit die Anstellung zweier Naturschutzwarte. Die Kosten im Rahmen der Verlegung von Zubringerloipen teilen sich Forstbetrieb, Wintersportvereine und Kommunen.

Die Koordinierung der Arbeitsgruppe liegt beim Naturpark; fachliche Unterstützung erhielt die Arbeitsgruppe „Kammloipe“ durch das Regierungspräsidium Chemnitz, die Landkreise Aue-Schwarzenberg und Vogtlandkreis sowie den Landessportbund Sachsen.

Die Laufzeit des Projekts beschränkt sich auf den Zeitraum von 2001 bis 2008 und soll mit der Verlegung der Zubringerloipe vom Ortsteil Sachsengrund ins Kammgebiet nach Carlsfeld abgeschlossen werden. Unter den beteiligten Partnern finden sich neben dem Naturpark „Erzgebirge/Vogtland“ das Sächsische Staatsministerium für Umwelt und Landesentwicklung, das Regierungspräsidium Chemnitz, Landratsämter und Tourismusverbände sowie der Landessportbund Sachsen und Wintersportvereine. Weitere Verbände, Vereine, Stadt- und Gemeindeverwaltungen sowie Naturschutzwarte wurden je nach Themengebiet beratend in das Projekt eingebunden.

Kontakt

Zweckverband „Naturpark Erzgebirge / Vogtland“

Sigrid Ullmann
Schlossplatz 8
09487 Schlettau
T 03733/622106
F 03733/622107
naturpark@tira.de
www.naturpark-erzgebirge-vogtland.de

Haus der Nachhaltigkeit – Informationszentrum im Pfälzerwald

CSD-Bezug

- Schaffung und Durchführung von Aus- und Weiterbildungsangeboten
- Maßnahmen zur Förderung und Einsatz umweltgerechter Technologien
- Entwicklung von geeigneten Materialien (Flyer, Broschüren, Videos, Websites, etc.) zur Bewusstseinsbildung

Nachhaltigkeit erlebbar machen

Das Haus der Nachhaltigkeit (HDN) ist ein 500 qm großes Infozentrum im nördlichen Pfälzerwald, im deutschen Teil des Biosphärenreservats Pfälzerwald-Nordvogesen. Hauptziel des HDN ist es, den abstrakten Begriff der Nachhaltigkeit zu erklären und mit konkretem Leben füllen. Zum einen soll gezeigt werden, wie nachhaltiges Planen und Wirtschaften technisch und organisatorisch realisiert werden kann. Zum anderen unterstützt das HDN in verschiedener Weise Initiativen und Prozesse zur nachhaltigen Entwicklung in der Region. Das HDN wurde als Projekt des Ministerium für Umwelt, Forsten und Verbraucherschutz Rheinland-Pfalz und Landesforsten Rheinland-Pfalz, der staatlichen Forstverwaltung des Landes, initiiert. Wichtigster Partner des HDN ist der für die Entwicklung des Biosphärenreservats verantwortliche Naturpark Pfälzerwald e.V.

Darüber hinaus spielen weitere Partner aus der Wirtschaft und dem sozialen Bereich eine große Rolle. Produktive Allianzen konnten zum Beispiel mit der Handwerkskammer der Pfalz, dem PEFC Deutschland e.V. und den beiden christlichen Kirchen geschlossen werden. Die Bereiche, in denen sich das HDN engagiert, sind vielfältig und reichen von Planung und Management des nachhaltigen Tourismus in Schutzgebieten über Umweltmanagement, Lokale Agenda 21-Prozesse, Netzwerkbildung, Aus- und Weiterbildung und Bewusstseinsbildung bis hin zur modellhaften Entwicklung neuer Angebote.

Umweltmanagement – angewandt und anschaulich erklärt

Die umweltverträgliche Gestaltung des HDN umfasst die landschaftliche Einbindung des modernen Bauwerks in den umgebenden Wald, die Verwendung nachwachsender und regionaler Baustoffe sowie die ressourcenschonende Haustechnik.
Da das Rohholz, vor allem Douglasie und Eiche, im Wald in der Umgebung von Johanniskreuz, dem Standort des Informationszentrums, geerntet und auch in der näheren Umgebung weiterverarbeitet wurde, konnte die Wertschöpfung überwiegend in der Region verbleiben. Durch eine Niedrigenergiebauweise, die auch Prinzipien der Solararchitektur berücksichtigte, gestalten sich die laufenden Betriebskosten günstig. Bei der Energieversorgung hat man auf eine Holzpelletheizung gesetzt, und Sonnenkollektoren tragen zusätzlich zur Warmwassererzeugung bei. Eine 50 qm große Photovoltaikanlage auf dem Dach erzeugt Solarstrom in einer Menge, die in etwa der Hälfte des Hausbedarfs entspricht. Für die sanitären Anlagen und die Bewässerung des Außengeländes wird Regenwasser eingesetzt. An den Rankgerüsten der Fassaden wurde Wein gepflanzt, um so einen natürlichen Sonnenschutz zu erhalten. Das begrünte Flachdach dient als Beispiel dafür, wie auch Dachflächen im ökologischen Sinne in Wert gesetzt werden können.

Sämtliche Komponenten des nachhaltigen Energiekonzeptes sind im Haus erläutert und für die Besucher in der Dauerausstellung „Jeder bewegt was“ zugänglich. Auf einem Rundgang durch das Haus können die Besucher die Region mit ihren Menschen und ihrer Natur, aber eben auch das Haus selbst und seine Architektur, die Baustoffe und das Energiekonzept erleben. Neben der ständigen Ausstellung gibt es Wechselausstellungen zu unterschiedlichen Themen der Nachhaltigkeit aus der Region. Die regelmäßig stattfindenden Messen „Heizen mit Holz und Sonne“ und „Ökologisches Bauen und Sanieren“ werben für regenerative Energieformen und Energieeinsparung. So wird durch das HDN Nachhaltigkeit als Leitbild und Zukunftskonzept vermittelt und gleichzeitig die regionale Identität gefördert.

Planung und Management des nachhaltigen Tourismus

Das HDN beteiligte sich am Prozess der “Charta für nachhaltigen Tourismus in Schutzgebieten“ für den Pfälzerwald. Im dazu entwickelten Tourismusleitbild wird dem HDN eine besondere Rolle zur Vermittlung eines nach-

haltigen Lebensstils und zur Förderung der regionalen Identität zugewiesen. Das HDN wird von den Akteuren in der Region als Moderator und Mediator bei Vorhaben des waldbezogenen Tourismus anerkannt; die Mitarbeiter von Landesforsten sind in allen waldbezogenen Tourismusprojekten gefragt und beteiligt. So wurde z. B. der Prozess zur Ausweisung eines Mountainbikeparks im zentralen Pfälzerwald seitens Landesforsten unterstützt. Das HDN fördert das Netzwerk der Partnerbetriebe des Biosphärenreservates Pfälzerwald und baut damit die Verflechtung der touristisch relevanten Akteure durch eigene Vorhaben aus. Für die Partnerbetriebe des Biosphärenreservates werden Märkte, Kochshows, Weinverkostungen, Programmangebote im regionaltypischen Dialekt, die „Romantische Waldweihnacht“ und weitere Sonderveranstaltungen organisiert, die kulturelle Identität unterhaltsam vermitteln. Ein Regionalladen im Infozentrum fördert die Vermarktung regionaler Produkte.

Lokale Agenda 21 und Netzwerkbildung

Im Rahmen der Lokalen Agenda 21 (LA 21), dem Programm für nachhaltiges Handeln auf Kommunalebene, beteiligt sich das HDN an verschiedenen lokalen und überregionalen Prozessen. Die für das Netzwerk arbeitenden Kollegen in den Forstämtern im Pfälzerwald sind an LA 21-Projekten vor Ort beteiligt. Des Weiteren ist das HDN wichtiger Partner im Dorferneuerungsprozess der eigenen Muttergemeinde, Trippstadt. Ziel ist es, die Gemeinde zu einem Modellort für das Biosphärenreservat zu entwickeln. Nach der Eröffnung des HDN wurden an Sonn- und Feiertagen sowie jeden Mittwoch insgesamt drei Wanderbuslinien zum HDN eingerichtet. Die Verkehrsverbünde werben mit diesem Beispiel verstärkt für die Nutzung des öffentlichen Personennahverkehrs (ÖPNV) in der Freizeit. Weitere, touristisch relevante Partner sind die Pfalztouristik e.V., die Kreisverwaltung Kaiserslautern, die Technische Universität Kaiserslautern, der Verkehrsverbund Rhein-Neckar (VRN) und die touristische Werbegemeinschaft Zentrum Pfälzerwald. Im Rahmen einer Initiative von EUROPARC Deutschland tauscht sich das HDN mit anderen Infozentren in Großschutzgebieten aus.

Bilden, informieren und entwickeln

Das HDN wirkt bei der Ausbildung von Naturführern für den Pfälzerwald durch den Einsatz von Mitarbeitern von Landesforsten als Referenten und im Prüfungsausschuss mit und setzt Absolventen auch im eigenen Haus als Gästeführer ein. Zur Bewerbung der vielfältigen regionalen Naturerlebnisangebote richtete das HDN auf www.naturerlebnis-pfalz.de eine internetbasierte Veranstaltungsdatenbank ein und informiert Interessierte und Touristiker per elektronischem Newsletter über nachhaltige Entwicklungen im Biosphärenreservat.

Ein Beispiel für die Entwicklung eines neuen touristischen Produkts ist das Geo-Caching. Bei dieser Art moderner Schnitzeljagd wird der Besucher mit einem GPS-Gerät und den Koordinaten einer Fundstelle auf Schatzsuche geschickt. Im Zentrum des Spiels für die ganze Familie stehen Aufgaben, Rätsel und Aktivitäten, bei deren Lösung Koordinaten ermittelt werden, mit denen die Teilnehmer zum nächsten Rätselpunkt kommen. So wird man von Punkt zu Punkt durch den Wald geführt. Diese Art des Cachings nutzt gezielt vorhandene Strukturen, so dass die Natur nicht gestört wird. Die Teilnehmer erfahren etwas über die Natur, in der sie sich bewegen, und nutzen dabei eine spannende Technik, die jeder schnell erlernen kann. Das HDN bietet dazu Weiterbildungskurse an, in denen die technische Handhabung und die Orientierung in der Natur mit Hilfe des GPS-Empfängers vermittelt werden.

Kontakt

Haus der Nachhaltigkeit

Michael Leschnig
Johanniskreuz 1a
67705 Trippstadt
T 06306/9210-130
F 06306/9210-139
hdn@wald-rlp.de
www.hdn-pfalz.de
www.naturerlebnis-pfalz.de

Haus der Nachhaltigkeit
Johanniskreuz

Weitere gute Beispiele

Auf den folgenden Seiten werden in Form von Kurzbeiträgen noch weitere gute Beispiele vorgestellt. Da im vorderen Teil darauf geachtet wurde, eine möglichst große Bandbreite der Thematik und Projekte von besonderer Bedeutung zu präsentieren, konnte das eine oder andere Vorhaben mit ähnlicher Fragestellung und qualitativ gleichwertigem Inhalt dort nicht mehr berücksichtigt werden. Zusätzlich soll hier noch auf Initiativen verwiesen werden, die – wenn nicht ganz so umfassend wie die anderen , so doch in einem wichtigen Teilbereich – eine gelungene Lösung aufzeigen.

Landratsamt Rems-Murr-Kreis
Der Waldbus im Schwäbischen Wald

Rems-Murr-Kreis
Wir sind für Sie da

Den Schwäbischen Wald und sein vielfältiges Wander- und Freizeitangebot können Gäste und Einheimische am Wochenende auf umweltfreundliche Weise mit dem Waldbus erkunden. Mit diesem Angebot leisten das Landratsamt Rems-Murr-Kreis und die Gemeinden des Schwäbischen Waldes als Initiatoren einen Beitrag zur aktiven Stärkung des strukturschwachen Nordostens des Landkreises. Gleichzeitig konnte eine Angebotslücke wieder geschlossen werden, die durch stark eingeschränkte Fahrtzeiten des öffentlichen Personennahverkehrs (ÖPNV) an Wochenenden entstanden war. Eine Vielzahl von Freizeitmöglichkeiten zum Radfahren, Schwimmen und Wandern sind nun auch wieder ohne Auto leicht zu erreichen, für den Fahrradtransport gibt es einen Busanhänger. Während der Saison des Waldbusses von Mai bis Oktober werden zusätzlich zahlreiche Attraktionen und Veranstaltungen entlang der Busstrecke angeboten.

Landratsamt Rems-Murr-Kreis
Barbara Schweizer
b.schweizer@rems-murr-kreis.de
www.rems-murr-kreis.de
www.schwaebischerwald.com

Fortbildungsakademie der Wirtschaft Rehna
Nachhaltiger Angeltourismus im Ostseeraum

S-MAN 2000

Das internationale Projekt „S-MAN 2000“ fördert die nachhaltige und verträgliche Nutzung von Angel- und Fischgewässern mit hohem Anteil an Natura 2000-Gebieten in Regionen des Ostseeraumes und mindert bestehende Konflikte zwischen Naturschutz und Angeltourismus. Institutionen aus Naturschutz und Tourismus, Anglerverbände und kommunale Gliederungen aus Mecklenburg-Vorpommern kooperieren hierbei mit weiteren Projektpartnern aus Dänemark, Schweden, Finnland, Estland, Litauen und Polen. Die Teilnehmer werden z. B. über die Besonderheiten der Natura 2000- und anderer sensibler Gebiete informiert und geschult, es werden nachhaltige Managementstrategien entwickelt, Marketingkonzepte für einen nachhaltigen Angeltourismus erstellt und die internationale Zusammenarbeit gefördert.

Fortbildungsakademie der Wirtschaft (FAW) Rehna gGmbH
(Projektkoordination)
Tobias Lerche
tobias.lerche@faw-rehna.de
www.angelregionen.de
International:
www.s-man2000.eu

Naturparkverwaltung Uckermärkische Seen
Wasserwandern in der Uckermark und der Feldberger Seenlandschaft

Naturparkverwaltung Uckermärkische Seen
Roland Resch
roland.resch@lua.brandenburg.de
www.uckermaerkische-seen.de

Initiiert von der Umweltstiftung WWF Deutschland, der Naturparkverwaltung Uckermärkische Seen und weiteren Partnern wurde 1999 ein Informations- und Leitsystem für Wasserwanderer in den Naturparks Feldberger Seenlandschaft und Uckermärkische Seen länderübergreifend eingerichtet. Durch ausführliche Hinweise für Paddler soll Fehlverhalten vermieden und damit das Tier- und Pflanzenleben in und an den Wasserwegen besser geschützt werden. Infotafeln, Piktogramme und Hinweisschilder entlang der Strecke geben Auskunft u. a. über den Standort und Serviceangebote in der Nähe und bieten Verhaltenstipps und spezielle Informationen über die einzelnen Gewässer. Für einen Streckenabschnitt, der bei Niedrigwasser nicht zu befahren ist, existiert ein Pony-Shuttleservice, aber auch Bootswagen zum Selbsttransport können ausgeliehen werden. Durch die Naturwacht erfolgt eine regelmäßige Gebietskontrolle. Fachliche Betreuung erhält das Projekt durch eine regionale Arbeitsgruppe Kanutourismus, in der alle Interessengruppen vertreten sind.

Abwasser- und Umweltverband Chiemsee
Naturerlebnis Chiemsee

Abwasser- und Umweltverband Chiemsee
info@azv-chiemsee.de
www.chiemgau-aktiv.de/nec
www.chiemseeagenda.de

Ein Netz von Naturbeobachtungsstationen rund um den Chiemsee lädt Besucher ein, einen vielfältigen Lebensraum zu entdecken, wobei die sensiblen Uferbereiche jedoch durch gezielte Lenkung der Besucher geschont werden. Die mit Hilfe von Regierung und Naturschutzbehörden neu geschaffenen Ruhezonen bieten Vögeln, Fischen und Schilf Regenerationsbereiche. Fast alle Stationen bieten frei zugängliche Fernrohre, Vogeltafeln informieren über die heimischen Arten und stellenweise vermittelt ein Bergpanorama Zugang zu den Namen der Bergsilhouette. Ornithologen und Naturführer bieten ganzjährig qualifizierte Vogel- und Naturführungen an. Ein Chiemsee-Ringbus mit Fahrradanhänger ermöglicht von Ende Mai bis Anfang Oktober eine umweltfreundliche Mobilität der Gäste.

Weitere gute Beispiele

Tourismus & Congress GmbH Region Bonn/Rhein-Sieg/Ahrweiler
Sustainable Bonn – Konferenzort der Nachhaltigkeit

Die Initiative ‚Sustainable Bonn' soll bei Veranstaltern von Konferenzen sowie bei Hoteliers und Caterern am Konferenzort Bonn das Bewusstsein für die Erfordernisse einer weltweit nachhaltigen Entwicklung schaffen und konkrete Veränderungen ihrer Wirtschaftsweisen herbeiführen. In Workshops werden die Teilnehmer beispielsweise geschult, wie die Umsetzung einer nachhaltigen Wirtschaftsweise in Hotel- und Gastronomiebetrieben sowie Cateringfirmen funktioniert; wie der Einkauf von Produkten nach Nachhaltigkeitskriterien (z. B. fairer Handel) zu realisieren ist und welche Maßnahmen zur Reduzierung des Energie- und Wasserverbrauchs sowie der Abfallmenge zu treffen sind. Mit speziellen Beratungsterminen vor Ort werden die teilnehmenden Betriebe bei der Umsetzung der Maßnahmen zusätzlich unterstützt. An der Pilotphase nahmen zehn Betriebe erfolgreich teil; sie wurden anschließend mit dem Label „Partner of Sustainabe Bonn" ausgezeichnet.

Tourismus & Congress GmbH Region Bonn/ Rhein-Sieg/Ahrweiler
Lena Kolbe
l.kolbe@bonn-region.de
www.sustainable-bonn.de

Verein der Freunde des Naturparks Eichsfeld-Hainich-Werratal und des Nationalparks Hainich – Wander- und Naturführer-Plattform

Die Wander- und Naturführer-Plattform in der Region Eichsfeld-Hainich-Werratal sammelt auf freiwilliger, nicht-kommerzieller Basis die vielfältigen Angebote von Wander- und Naturführern und bietet sie aus einer Hand den Gästen und Tourismuseinrichtungen an. Circa 150 bewährte Wanderideen von rund 50 erfahrenen und gut ausgebildeten Wanderführern sind auf diese Weise vertreten. Wandern in kleinen Gruppen, ein schonender Umgang mit der Natur und die Verbindung zu regionalen Besonderheiten und Spezialitäten bilden die Grundlagen der Angebote. Kernstück der Plattform ist die Internetseite, auf der die verschiedenen Wanderungen gezielt nach Themen und Regionen, nach Wochentag und sogar nach einzelnen Wanderführern ausgesucht werden können. Eine Kontakttelefonnummer steht für Anfragen und eine qualifizierte Beratung bereit.

Verein der Freunde des Naturparks Eichsfeld-Hainich-Werratal und des Nationalparks Hainich e.V.
Matthias Salzmann, Udo Holluba (Koordinator Wanderplattform),
info@vdf-thueringen.de
www.vdf-thueringen.de

Verein Naturpark-Wirte Schwarzwald Mitte/Nord
Naturpark-Wirte im Schwarzwald

Verein Naturpark-Wirte Schwarzwald Mitte/Nord e.V.
Heiko Fahrner
naturparkwirte@schliff-kopf.de
www.naturparkschwarzwald.de/regional/naturpark-wirtegemeinschaft

Landschaftserhaltung, Tourismus und Gastronomie gehören im Schwarzwald untrennbar zusammen. Unter dem Motto „Schmeck' den Schwarzwald" bietet die Gastronomie-Initiative Naturpark-Wirte in ihren Restaurants ganzjährig mindestens drei regionale Gerichte und möglichst ein regionales Menü auf ihrer Speisekarte an. Die verwendeten Zutaten kommen – soweit wie möglich – alle aus der Region Naturpark Schwarzwald Mitte/Nord. Erdbeeren im Winter gibt es hier zum Beispiel nicht. Was den Naturpark-Wirt im Einzelnen ausmacht, wird durch eine Liste von Qualitätskennzeichen festgelegt. Durch die Unterstützung der regionalen Landwirtschaft, insbesondere der Viehhaltung, wird die Offenhaltung der Wiesen und Weiden, – und somit der Erhalt und die Weiterentwicklung der Kulturlandschaft garantiert. Der Gast wiederum profitiert von der Frische der verwendeten Lebensmittel, der transparenten Herkunft und der qualitativ anspruchsvollen Herstellungsweise der Produkte.

Naturpark Schwarzwald
Mitte/Nord

Stattreisen Bonn erleben
Die Rheinische Butterfahrt

StattReisen Bonn erleben e.V.
Norbert Volpert
info@stattreisen-bonn.de
www.stattreisen-bonn.de

Die „Rheinische Butterfahrt" ist eine Landpartie in die Umgebung der Bundesstadt Bonn. Auf der von Stattreisen Bonn angebotenen Tour können die Besucher kulinarische Spezialitäten der Region sowie ihre Vermarktungswege kennenlernen und erleben. Neben der Vorstellung der historischen Kulturlandschaft wird den Ausflüglern auch die aktuelle Situation der Landwirtschaft erläutert. Dieses Zusammenspiel von Gruppenreise und regionaler Vermarktung soll die Kunden zu neuen Überlegungen für eine nachhaltige Versorgung mit lokalen landwirtschaftlichen Produkten anregen. Selbstverständlich gibt es zum Abschluss auch bei dieser Butterfahrt der anderen Art das obligatorische Päckchen Butter.

Statt Reisen
Bonn erleben e. V.

Weitere gute Beispiele

Kaffeestube am Beverbach

Ausschließlich „Bio“, „fairer Handel“ und Vollwert findet man in der Kaffeestube am Beverbach in der Gemeinde Bevern im Weserbergland. Das 1993 eröffnete Bio-Café ist seit 2004 nach der EU-Verordnung für Produkte aus dem ökologischen Landbau zertifiziert. Es bietet neben seinen kulinarischen Angeboten einen Treffpunkt für viele Gruppen, ein Forum für Vorträge sowie für Ausstellungen verschiedener meist regionaler Künstler. Eine allergikergeeignete Ferienwohnung bietet Gelegenheit für eine Übernachtung oder einen längeren Urlaub. Großer Wert wird auf ein durchgängiges Konzept gelegt: alle Vollwertgerichte werden soweit möglich aus kontrolliert ökologischen sowie regionalen Produkten hergestellt, Kaffee, Tee und Kakao werden ausschließlich „fair gehandelt“ ausgeschenkt, in kleinen Verkaufsregalen werden Produkte aus dem Naturkosthandel angeboten und auf dem Hof findet ein kleiner Wochenmarkt statt.

Kaffeestube am Beverbach
Regina und Franz Satzke
kaffeestube-bevern@web.de
www.kaffeestube-bevern.de

TAGWERK-Ökoservice
Rad-und Wandertouren mit Tagwerk-Reisen

Durch Rad- und Wandertouren Menschen für eine ökologische Wirtschafts- und Lebensweise zu gewinnen — das ist das Ziel der TAGWERK-Reisen. Reisende wandern oder radeln dabei auf Wegen, die nicht jeder kennt. Sie lernen lokale und, soweit möglich, ökologische Speisen und Getränke kennen und erfahren Interessantes über Menschen, Brauchtum und Landschaften. Stets besteht dabei die Möglichkeit, mit Menschen zusammenzukommen, die sich in ihrem Umfeld für ökologische Projekte einsetzen. Über die Begegnungen der Reisenden mit Landwirten und Verarbeitern wird auch das Vertrauen in die Produkte des ökologischen Landbaus gestärkt. Ausgearbeitete Routen (z. B. auf dem ersten deutschen Biofernradweg) mit Vorschlägen für „Infostopps“ sind im Internet veröffentlicht und können auch ohne Führung selbständig befahren werden.

TAGWERK-Ökoservice GmbH
Rudolf Oberpriller
oberpriller@tagwerk.net
www.tagwerk.info

ZweiTälerLand Tourismus
Nachhaltiger Urlaub im Schwarzwald

Im Elztal und Simonswäldertal haben sich sechs Orte zum ZweiTälerLand zusammengeschlossen, um die nachhaltige Tourismusentwicklung in der Region zu fördern. Neben Aktivitäten wie der Unterstützung der Erzeugergemeinschaft, Besucherlenkung und Car-Sharing sind auch in den saisonal wechselnden Angeboten nachhaltige Bausteine eingebaut. Beim „Familienausflug – Mit der S-Bahn und dem Bus ins ZweiTälerLand“ sind die Angebote auf den öffentlichen Personennahverkehr (ÖPNV) abgestimmt, die Verbindungen sowie An- und Abfahrtszeiten sind im Programm mit aufgeführt. Die drei familienfreundlichen Touren bieten einen Bauernhofausflug, eine mittelalterliche Entdeckungstour auf der Kastelburg und einen Schnupperkurs Klettern mit abschließendem Zertifikat. Alle Gäste des ZweiTälerLands können außerdem die Konus-Gästekarte nutzen, um kostenlos mit Bus und Bahn durch den gesamten Schwarzwald zu fahren.

ZweiTälerLand Tourismus
Albrecht Nitz
nitz@zweitaelerland.de
www.zweitaelerland.de

Haus am Strom – Natur erleben auf bayerisch-oberösterreichischen Donauwegen

Haus am Strom gGmbH
Ralf Braun
info@hausamstrom.de
www.hausamstrom.de

Das Informationszentrum „Haus am Strom“ informiert sowohl Gäste als auch Einheimische, vor allem Kinder und Jugendliche, über eine der markantesten Flusslandschaften Europas und deren Naturräume. Das grenzüberschreitende Projekt der Umweltstation „Haus am Strom“ mit der österreichischen Werbegemeinschaft Donau Oberösterreich will Verständnis für den Naturschutz und allgemein den Ressourcenschutz im Donautal wecken und einen nachhaltigen Tourismus unterstützen. Im Mittelpunkt des Programms stehen die Naturerlebnisangebote. In Projekten ausgebildete ehrenamtliche Donautalführer laden zu vielfältigen Angeboten wie z. B. zur „Kräuterapotheke von Miraculix“ ein. Die Einrichtung legt zudem großen Wert auf die Integration von Menschen mit Behinderung. Sie beschäftigt behinderte Mitarbeiter und bietet spezielle Angebote für behinderte Besucher an. Die Nutzung der Abwärme eines nahegelegenen Wasserkraftwerks entspricht den ökologischen Prinzipien, für die das „Haus am Strom“ steht.

Stadt Isny
Rollstuhlgerechter Naturerlebnisweg

Isny Marketing GmbH
(Stadt Isny)
Katrin Mechler
mechler@isny-aktiv.de
Erhard Bolender (Ansprechpartner Maßnahmen)
erhard.bolender@t-online.de
www.stephanuswerk.de/naturerlebnisweg

Die Begegnung mit der Natur, speziell mit dem Wasser, ist für behinderte Menschen nicht selbstverständlich. Die Stadt Isny hat deshalb einen barrierefreien Naturerlebnis- und Sinneslehrpfad mit Plattformen und Stegen ins Moor und auf einen Weiher eingerichtet. Besonderes Planungskriterium war die Naturerlebnismöglichkeit sowohl in Gruppen als auch selbstbestimmt ohne Begleitung. Auf zwei Rundwegen kann die Allgäuer Kultur- und Naturlandschaft direkt erlebt werden, Erlebnisstationen fördern die Aufmerksamkeit, wecken und vertiefen das Interesse und animieren zum Weitergehen. Durch gezielte Bewerbung der Stadt Isny als Destination für einen behindertengerechten Urlaub wurde gleichzeitig auch ein Anreiz zur Schaffung von privaten behindertengerechten Übernachtungsmöglichkeiten geschaffen.

Decision 7/3. Tourism and sustainable development

1. The Commission on Sustainable Development:

(a) Recalls the outcome of the nineteenth special session of the General Assembly for the overall review and appraisal of the implementation of Agenda 21,[14] in particular Assembly resolution S/19-2, annex, of 28 June 1997, in paragraph 69 of which the Assembly requested the Commission on Sustainable Development to develop an action-oriented international programme of work on sustainable tourism development, to be defined in cooperation with the World Tourism Organization, the United Nations Conference on Trade and Development, the United Nations Environment Programme, the Conference of the Parties to the Convention on Biological Diversity[15] and other relevant bodies, and stressed that policy development and implementation should take place in cooperation with all interested parties, especially the private sector and local and indigenous communities;

(b) Recalls also that the General Assembly, in its resolution 53/200 of 15 December 1998, proclaimed the year 2002 as the International Year of Ecotourism and in its resolution 53/24 of 10 November 1998 proclaimed 2002 also as the International Year of Mountains;

(c) Notes with appreciation the outcome of the multi-stakeholder dialogue at the current session of the Commission and the progress made so far by major groups in promoting sustainable tourism development.

2. The Commission decides to adopt an international work programme on sustainable tourism development, containing the elements outlined below, and to begin its implementation with appropriate means and resources, especially for developing countries, which will be reviewed in 2002 when the 10-year review of progress achieved since the United Nations Conference on Environment and Development will be carried out.

3. The Commission urges Governments:

(a) To advance sustainable tourism development, inter alia, through the development and implementation of policies and national strategies or master plans for sustainable tourism development based on Agenda 21, which will encourage their tourism industry, assist in attracting foreign direct investment and appropriate environmentally sound technologies, and also provide focus and direction for the active participation of major groups, including national tourism councils and, as appropriate, tourism agencies and organizations, and the private sector as well as indigenous and local communities;

(b) To consult, as appropriate, with all major groups and local communities in the tourism development process, including policy formulation, planning, management and sharing of benefits, which could reflect the need to harmonize the relationship among the people, the community and the environment;

(c) To work in partnership with major groups, especially at the local level, to ensure active participation in tourism-related planning and development;

(d) To undertake capacity-building work with indigenous and local communities in order to facilitate their active participation, at all levels of the tourism development process, including transparent decision-making and sharing of benefits, and to create awareness of the social, economic and environmental costs and benefits that they are bearing;

(e) To create the appropriate institutional, legal, economic, social and environmental framework by developing and applying a mix of instruments, as appropriate, such as integrated land-use planning and coastal zone management, economic instruments, social and environmental impact assessment for tourist facilities, including gender aspects, and voluntary initiatives and agreements;

(f) To maximize the potential of tourism for eradicating poverty by developing appropriate strategies in cooperation with all major groups, and indigenous and local communities;

(g) To welcome the major groups' agreement to promote sustainable tourism development through music, art and drama and to participate in such educational activities;

(h) To facilitate destination-specific in-flight educational videos and other materials on sustainable development in relation to tourism and to encourage airline carriers to routinely screen such videos on all international and long-haul domestic routes;

(i) To promote a favourable framework for small and medium-sized enterprises, the major engine for job creation in the tourism sector, by reducing administrative burdens, facilitating access to capital and providing training in management and other skills, in recognition of the employment potential of sustainable tourism development;

(j) To take strong and appropriate action, through the development and enforcement of specific legislation/measures, against any kind of illegal, abusive or exploitative tourist activity, including sexual exploitation/abuse, in recognition of the fact that such activities have particularly adverse impacts and pose significant social, health and cultural threats, and that all countries have a role to play in the efforts to stamp them out;

(k) To participate in international and regional processes that address issues relevant to sustainable tourism development; to consider the ratification or adoption, and promote the implementation and enforcement, as appropriate, of standards or guidelines relevant to the travel and tourism industry, such as in the labour and health fields; and to support initiatives, especially through organizations like the International Labour Organization and the World Health Organization, that would make an early and positive contribution to sustainable tourism development;

(l) To support appropriate measures to better inform tourists about cultural, ecological and other values and provide accurate information on the safety of tourist destinations, so as to enable consumers to make informed choices.

4. The Commission calls upon the tourism industry:

(a) To develop environmentally, socially and culturally compatible forms of tourism and to continue the development and implementation of voluntary initiatives in support of sustainable tourism development, bearing in mind that such forms of tourism and initiatives should meet, or preferably exceed, relevant local, national, regional or international standards;

(b) To further commit itself to the goal of sustainable tourism development by working towards guiding principles and objectives for sustainable tourism development and information for tourists on ecological and cultural values in destination regions;

(c) To further develop voluntary eco-efficiency and appropriate management systems to save costs and to promote sustainable forms of tourism;

(d) To take effective steps to reduce the volume of waste associated with travel and tourism activities;

(e) To "design with nature" in collaboration with planning authorities, by using low impact designs, materials and technologies, so as not to damage the environmental or cultural assets that tourists seek to experience and that sustain the local community, and to undertake measures to restore tourist destinations with degraded environments;

(f) To distance itself publicly from illegal, abusive or exploitive forms of tourism;

(g) To meet or preferably exceed relevant national or international labour standards.

5. The Commission invites, as appropriate, Governments and major groups, as well as the United Nations system, in close collaboration with the World Tourism Organization, while building on relevant work carried out by the United Nations Environment Programme, the United Nations Educational, Scientific and Cultural Organization, the United Nations Conference on Trade and Development, the International Labour Organization and the United Nations Development Programme and under the Convention on Biological Diversity and other relevant conventions

[14] *Report of the United Nations Conference on Environment and Development, Rio de Janeiro, 3 - 14 June 1992,* vol. I, *Resolutions Adopted by the Conference* (United Nations publication, Sales no. E.93.I.8 and corrigendum), resolution 1, annex II.

[15] See United Nations Environment Programme, *Convention on Biological Diversity* (Environment Law and Institution Programme Activity Centre), June 1992

and organizations, and taking note of the Programme of Action for the Sustainable Development of Small Island Developing States, [16] adopted at Barbados in 1994, to consider undertaking the following initiatives and to keep the Commission on Sustainable Development informed on progress achieved:

(a) To promote sustainable tourism development in order to increase the benefits from the tourism resources for the population in the host communities and maintain the cultural and environmental integrity of the host community; to encourage cooperation of major groups at all levels with a view to facilitating Local Agenda 21 initiatives and promoting linkages within the local economy in order that benefits may be more widely shared; to this end, greater efforts should be undertaken for the employment of the local workforce, and the use of local products and skills;

(b) To support national efforts by countries, especially developing countries and countries with economies in transition, and major groups towards sustainable tourism development through relevant capacity-building activities and programmes as well as multilateral and bilateral financial and technical assistance, and appropriate technologies in all aspects of sustainable tourism development, including environmental impact assessment and management and education in the field of tourism;

(c) To encourage more responsible behaviour among tourists through ensuring respect for national laws, cultural values, social norms and tradition as well as by increasing public awareness, in addition to other measures;

(d) To promote the application of integrated planning approaches to tourism development at the local level, including through encouraging the use of Local Agenda 21 as a process for planning, implementing and monitoring sustainable tourism development and recognizing the potential for integration of Local Agenda 21 with Agenda 21 for the Travel and Tourism Industry as well as other such initiatives;

(e) To provide relevant direction on research activities, and collect and disseminate information on best practices and techniques, including an appropriate mix of instruments to minimize negative and to promote positive environmental, social and cultural impacts from tourism in developed and developing countries and in countries with economies in transition;

(f) To promote the exchange of information on transportation, accommodation and other services, public awareness-raising programmes and education, and various voluntary initiatives and ways to minimize the effects of natural disasters on tourism. Possible forms of this information exchange should be explored in consultation with relevant partners, utilizing, inter alia, such means as bilateral and multilateral arrangements;

(g) To undertake studies on appropriate measures for promoting sustainable tourism development, such as community planning in fragile ecosystems, including in coastal areas, and to develop tools to assist local authorities in determining appropriate management regimes and their capacity for tourism development;

(h) To further develop or support integrated initiatives, preferably through pilot projects, to enhance the diffusion of innovations and to avoid, wherever possible, duplication and waste of resources;

(i) To undertake activities that would be supportive of the preparations for both the International Year of Ecotourism and the International Year of Mountains, as well as activities of the International Coral Reef Initiative;

(j) To clarify further the concepts of sustainable tourism and ecotourism;

(k) To develop core indicators for sustainable tourism development, taking into account the work of the World Tourism Organization and other relevant organizations, as well as the ongoing testing phase of indicators for sustainable development;

(l) To undertake a comprehensive survey and assessment of the results of implementing existing voluntary initiatives and guidelines relating to the economic, sociocultural and environmental sustainability of tourism, to be reported to the Commission on Sustainable Development in order to identify best practices with respect to raising awareness of sustainable tourism development;

(m) To consider establishing a global network, taking into account the work of the World Tourism Organization, regional mechanisms and all major groups, as appropriate, to promote an exchange of information and views on sustainable tourism development, including on ecotourism;

(n) To cooperate with the United Nations Environment Programme in further developing guiding principles for sustainable tourism development;

(o) To encourage business and industry to take steps to implement eco-efficiency approaches, in order to reduce environmental impacts associated with travel and tourism activities, in particular the volume of packaging waste, especially in small island developing States.

6. The Commission invites the World Tourism Organization to consider informed major groups' participation, as appropriate, in the development, implementation and monitoring of its Global Code of Ethics for Tourism, including those provisions relating to a code of conduct for tourists.

7. The Commission invites relevant agencies, particularly the International Maritime Organization, to evaluate whether existing regulations on marine pollution and compliance with them are sufficient to provide adequate protection to fragile coastal zones from adverse impacts as a result of tourist vessel activities.

8. The Commission invites the Conference of the Parties to the Convention on Biological Diversity to further consider, in the context of the process of the exchange of experiences, existing knowledge and best practice on sustainable tourism development and biological diversity with a view to contributing to international guidelines for activities related to sustainable tourism development in vulnerable terrestrial, marine and coastal ecosystems and habitats of major importance for biological diversity and protected areas, including fragile mountain ecosystems.

9. The Commission welcomes the work of major groups, especially the business community, trade and tourism industry associations, non-governmental organizations and other groups involved in travel and tourism, to contribute to efforts to achieve sustainable tourism development, including through educational initiatives and action plans based on Agenda 21 and other related documents, and particularly welcomes their commitment through the continuation of their work with all major groups, to do more, and to report to the Commission on Sustainable Development on their progress.

10. The Commission invites the United Nations Secretariat and the World Tourism Organization, in consultation with major groups and other relevant international organizations, to jointly facilitate the establishment of an ad hoc informal open-ended working group on tourism to assess financial leakages and determine how to maximize benefits for indigenous and local communities; and to prepare a joint initiative to improve information availability and capacity-building for participation, and address other matters relevant to the implementation of the international work programme on sustainable tourism development.

Anmerkung: Es gibt zu der o.g. "Commission on Sustainable Development, 7th session" keine autorisierte deutsche Übersetzung. Daher konnte an dieser Stelle nur die Originalfassung veröffentlicht werden.

[16] *Report of the Global Coference on the Sustainable Development of Small Island Developing States, Bridgetown, Barbados, 25 April - 6 May 1994* (United Nations publication, Sales No. E.94.I.18 and corrigenda), chap I, resolution 1, annex II.

„Nachhaltigen Tourismus als Zukunftsperspektive fördern“

Das Projekt

Im Auftrag des Bundesministeriums für Umwelt, Naturschutz und Reaktorsicherheit und des Umweltbundesamtes führt der Ö.T.E. in Deutschland das Vorhaben „Nachhaltigen Tourismus als Zukunftsperspektive fördern“ durch.
Der Ö.T.E. sucht hierzu den Austausch mit Natur-, Umwelt-, Freizeit- und Verbraucherverbänden, z. B. zur Erarbeitung gemeinsamer Positionen, Herausgabe gemeinsamer Veröffentlichungen und zum Aufbau neuer Partnerschaften.
Mit Informationen rund um nachhaltiges Reisen sollen auch die Verbraucher auf die Bedeutung des nachhaltigen Tourismus aufmerksam gemacht und ihnen Ideen und Hilfestellungen für die Reiseplanung an die Hand gegeben werden.

Umsetzung internationaler Vereinbarungen

Neben der Herausgabe von Verbraucherinformationen beleuchtet der Ö.T.E. in diesem Projekt die nationale Umsetzung von Beschlüssen zu Tourismus und nachhaltiger Entwicklung aus verschiedenen internationalen Staatenvereinbarungen. In Kooperation mit weiteren Organisationen werden Aktivitäten und Aufklärung gegenüber Politik und Tourismuswirtschaft initiiert und die Bekanntheit und Akzeptanz eines nachhaltigen Tourismus und seiner Angebote gefördert. Ein Ergebnis dieser Zusammenarbeit ist die hier vorgelegte Broschüre, die beispielhafte Projekte aus der Tourismuswirtschaft und den Regionen in Deutschland vorstellt.

Verbraucherinformationen auf www.zukunft-reisen.de

Das Informationsportal www.zukunft-reisen.de beinhaltet einen kompakten Überblick über Anbieter, Initiativen und innovative Ansätze rund um nachhaltiges Reisen. Es unterstützt z. B. Reisende bei der Auswahl des Reiseziels und gibt Tipps zur umweltgerechten Gestaltung von Anreise und Freizeitaktivitäten im Urlaubsgebiet. Durch ihren Portalcharakter bietet die Seite den Ausgangspunkt, um sich in der Vielfalt der Angebote Orientierung zu verschaffen und mit wenigen Mausklicken die gewünschten Informationen zu erreichen. Neben den Anregungen für interessierte Reisende umfasst die Seite auch eine ganze Reihe von Fachinformationen zur Entwicklung der internationalen Vereinbarungen zur nachhaltigen Tourismusentwicklung und stellt die Tourismusakteure aus Wirtschaft, Politik und Verbänden in Deutschland vor.

Der Verein Ökologischer Tourismus in Europa (Ö.T.E.) e.V.

Der Ö.T.E. wurde 1991 von elf überregionalen Verbänden und Organisationen aus den Bereichen Tourismus, Natur- und Umweltschutz, Mobilität, Jugend, Freizeit und Kultur gegründet. Er informiert Reisende, Fachleute und Tourismusanbieter über umweltgerechte Tourismusformen und führt hierzu spezielle Fach- und Informationsveranstaltungen, Seminare und Workshops durch.

Das Internetportal www.zukunft-reisen.de

bietet Informationen und weiterführende Tipps rund um zukunftsfähiges Reisen. In den verschiedenen Rubriken z. B. zu Reiseplanung, Urlaub in Deutschland oder Freizeitaktivitäten können Verbraucher jeweils gezielt nach den Informationen und Angeboten suchen, die zu ihrem gewünschten Reiseziel oder ihrer Freizeitgestaltung passen. Die Projektseiten bieten Fachinformationen zu nachhaltiger Tourismusentwicklung und Tourismuspolitik.

Der Ö.T.E. verfügt über fundiertes Fachwissen und vielfältige praktische Erfahrungen im Bereich der nachhaltigen Tourismusentwicklung. Allein oder in Kooperation mit weiteren Organisationen führt der Verein Projekte im In- und Ausland durch, die einen umweltverträglichen und sozialverantwortlichen Tourismus in Regionen fördern und aufbauen.

In Deutschland und Mittel- und Osteuropa beschäftigt sich der Ö.T.E. mit der modellhaften Umsetzung der „Richtlinien über die biologische Vielfalt und Tourismusentwicklung" im Rahmen der Konvention über die Biologische Vielfalt (CBD). Zu den vielfältigen Projekten und Aktivitäten zählen z. B. die Herausgabe von Empfehlungen für das Management von nachhaltigem Tourismus in Natura 2000-Gebieten und ein Pilotprojekt zur praktischen Anwendung der CBD-Tourismusrichtlinien in Verbindung mit dem Tourismusprotokoll der Alpenkonvention. In ausgewählten Biosphärenreservaten in Mittel- und Osteuropa werden Strategien entwickelt, die den Schutz und die nachhaltige Nutzung der natürlichen Ressourcen in Einklang bringen. Durch die Entwicklung modellhafter touristischer Angebote soll außerdem gezeigt werden, wie die Einnahmen aus dem Tourismus auch der lokalen Bevölkerung in den Regionen zu Gute kommen können. Darüber hinaus werden Maßnahmen zur Umweltbildung und Förderung des Umweltbewusstseins durchgeführt. Durch seine aktive Mitgliedschaft bei CEEWEB, einem Netzwerk von über 70 osteuropäischen Natur- und Umweltschutzorganisationen, ist der Ö.T.E. unter anderem an einem Projekt zur Umsetzung der Karpatenkonvention beteiligt.

Kontakt

Ökologischer Tourismus in Europa (Ö.T.E.) e.V.

Am Michaelshof 8-10
53177 Bonn
T 0228/359008
T 0228/359096
info@oete.de
www.oete.de
www.zukunft-reisen.de

Ö.T.E.
ÖKOLOGISCHER TOURISMUS IN EUROPA E.V.

Ökologischer Tourismus in
Europa (Ö.T.E.) e.V.
Am Michaelshof 8-10
D-53177 Bonn

T 0228/359008
F 0228/359096
info@oete.de
www.oete.de
www.zukunft-reisen.de

Ö.T.E.
ÖKOLOGISCHER
TOURISMUS IN EUROPA
E.V.