neuland+

Tourismus und biologische Vielfalt

Impulsreferat

Potenziale ländlicher Räume nachhaltig mobilisieren

Josef Bühler

Gliederung

neuland+

- Nationale Strategie - Vision und Ziele Tourismus
- Blockaden - unterschiedliche Rationalitäten
- Integrierte Konzepte - Ziele, Produktlinien, Qualitäten
- Produkte - Weg zur Wertschöpfung
- Vernetzung - Region und Produktebene Markt
- Kosten - Finanzierung - Förderung

Nationale Strategie zur biologischen Vielfalt: Grundannahme

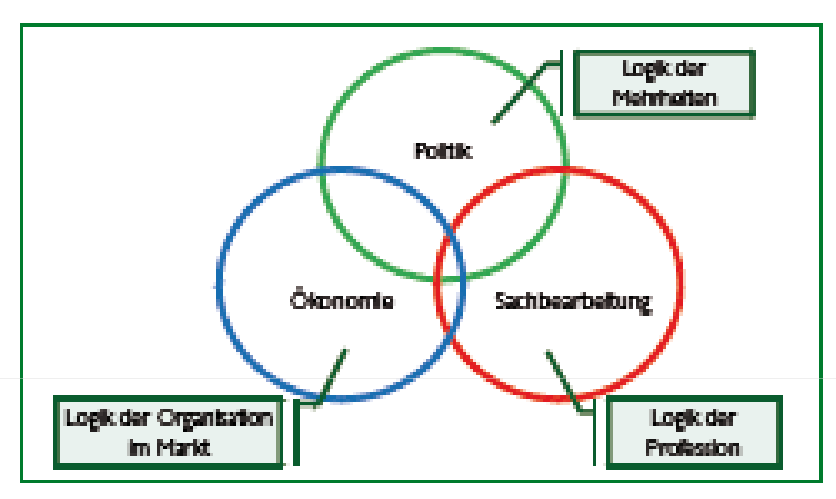
neuland+

- „Erhaltung der biologischen Vielfalt“ umfasst den „Schutz“ und die „nachhaltige Nutzung“.

- Nationale Strategie: Schutz und Nutzung der Biodiversität stets aus ökologischer, ökonomischer und sozialer Sicht zu betrachten.

- Ökologische Tragfähigkeit ist Maßstab der ökonomischen und sozialen Entscheidungen (Ökosystemansatz)

Naturschutz-Tourismus: Blockaden durch schiedliche Rationalitäten



- *Tourismus gibt es, weil Leute reisen und Anbieter den*
- *Naturschutz weil Menschen sich für den Erhaltung und die Wiederherstellung der Leistungsfähigkeit des Naturhaushaltes einsetzen (u.a. Biodiversität).*
- Fazit: Naturschutz und Tourismus ticken anders, Politik und Verwaltung auch.
- Diese unterschiedlichen Rationalitäten prägen die Denk- und Handlungsweisen der jeweiligen Akteure.

Naturschutz-Tourismus: Blockaden durch Management auflösen

neuland+

- Multirationalitäten anerkennen
- Aushandlungsprozesse gestalten (Regional Governance)
- Ergebnisse in Verbindung mit Lenkungskonzepten und Produktstandards umsetzen.
- Produkte entwickeln, die Standards verinnerlichen und Verbindlichkeiten auf Anbieterebene schaffen

Integrierte Konzepte: Ziele, Produktlinien, Qualitäten aushandeln

neuland+

Beispiel Naturparke Dübener Heide

- Pflege- und Entwicklungskonzept definiert Ruhezonen und Entwicklungsachsen, abgestimmte sozioökonomische Ziele, die 4 zentralen touristischen Produktlinien (Gesundheit, Jugend.Abenteuer.Sport, Rad-/Wandern, Reiten).
- LEADER-Konzept hat diese absorbiert und Umsetzungsstrategien definiert.
- Naturpark- und Regionalmanagement verständigen sich mit Akteuren auf Qualitätsstandards und setzen diese um.

Regionales Entwicklungskonzept	**Leitlinien, Produktlinien, Standards**
Regionale Wertschöpfungspartnerschaften	**Angebotsentwicklung,Vermarktung**
Naturpark- und Regionalmanagement	**Steuerung, Koordinierung, Moderation**

Potenziale einer Region – Ansatzpunkte für Inwertsetzungen

neuland+

- **endogene Potenziale:** materielle und immaterielle Ressourcen wie z. B. Arbeitskräfte, Infrastruktur, Landschafts- und Stadtästhetik, Kultur, Wirtschaftsklima, Mentalität
- **Absatzpotenziale:** Marktchancen der Branchen einer Region – innerhalb und außerhalb derselben
- **betriebliches Humanpotenzial:** Managementqualitäten und Qualitätsniveaus in den ortsansässigen Betrieben
- **Synergiepotenziale:** Wettbewerbsvorteile aus dem Zusammenwirken zwischen Unternehmen
- **Imagepotenziale:** verfestigtes Ansehen der Region bei relevanten Personen, Zielgruppen, Organisationen
- **elastistische Potenziale:** durch staatliche Gebietskörperschaften induzierte Einflussgrößen, wie z. B. Gesetze, Steuern, Subventionen. **(Manschwetus 1997)**

Naturtouristische Angebotsbausteine sind noch keine touristische Produkte

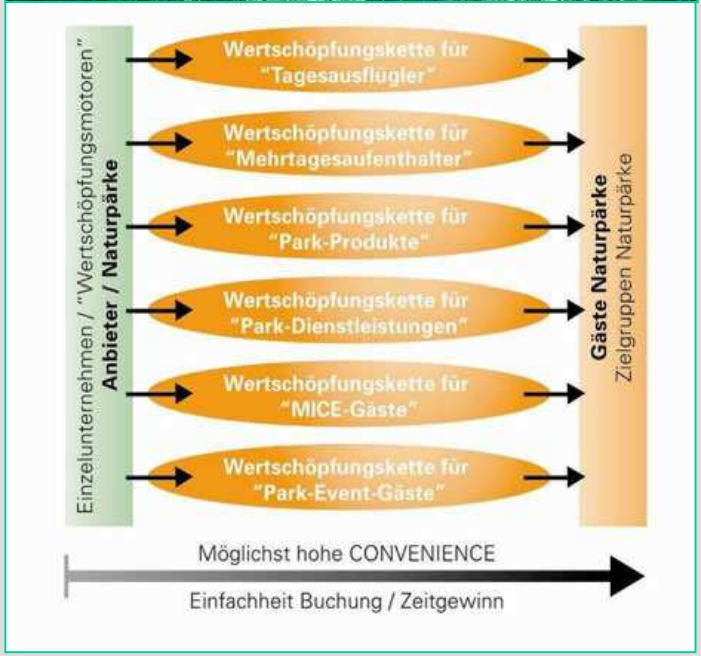
neuland+

Naturtouristische Angebotsbereiche des Landes Brandenburg			
Naturbildung	**Naturbeobachtung**	**Naturaktivitäten**	**Gesund in der Natur**
Naturlehrpfade Führungen/Kurse Umweltbildung etc.	Birdwatching Exkursionen Beobachtungs-stationen Wildnis etc.	Fahrrad Wandern Reiten Kanu Segeln etc.	Fastenwandern Meditation Entschleunigung Körper, Geist und Seele etc.
Tagestouristische Angebote*			
Nationale Naturlandschaften, Zoos, Gärten und Parks, Geoparks und -wege, Wildgehege, Seen etc.			

* Jeweils Angebotsgestaltung und Zielgruppenansprache entsprechend der jeweiligen Zielgruppenbedürfnisse unterschiedlich (das Thema Essen und Genuss wird dabei bei der Angebotsgestaltung berücksichtigt, genauso wie Anforderungen an die Unterkunft usw.)

Quelle: PROJECT M GmbH 2008

Produkte – nicht Marken oder Infrastruktur allein - führen zur Wertschöpfung



Touristische Produkte/Angebote

✓stehen für die touristischen Erlebnisse bzw. Bedürfnisdeckung und die tatsächliche Wertschöpfung.

✓bestehen aus einem Bündel von Produktkomponenten – häufig von verschiedenen Leistungsträgern.

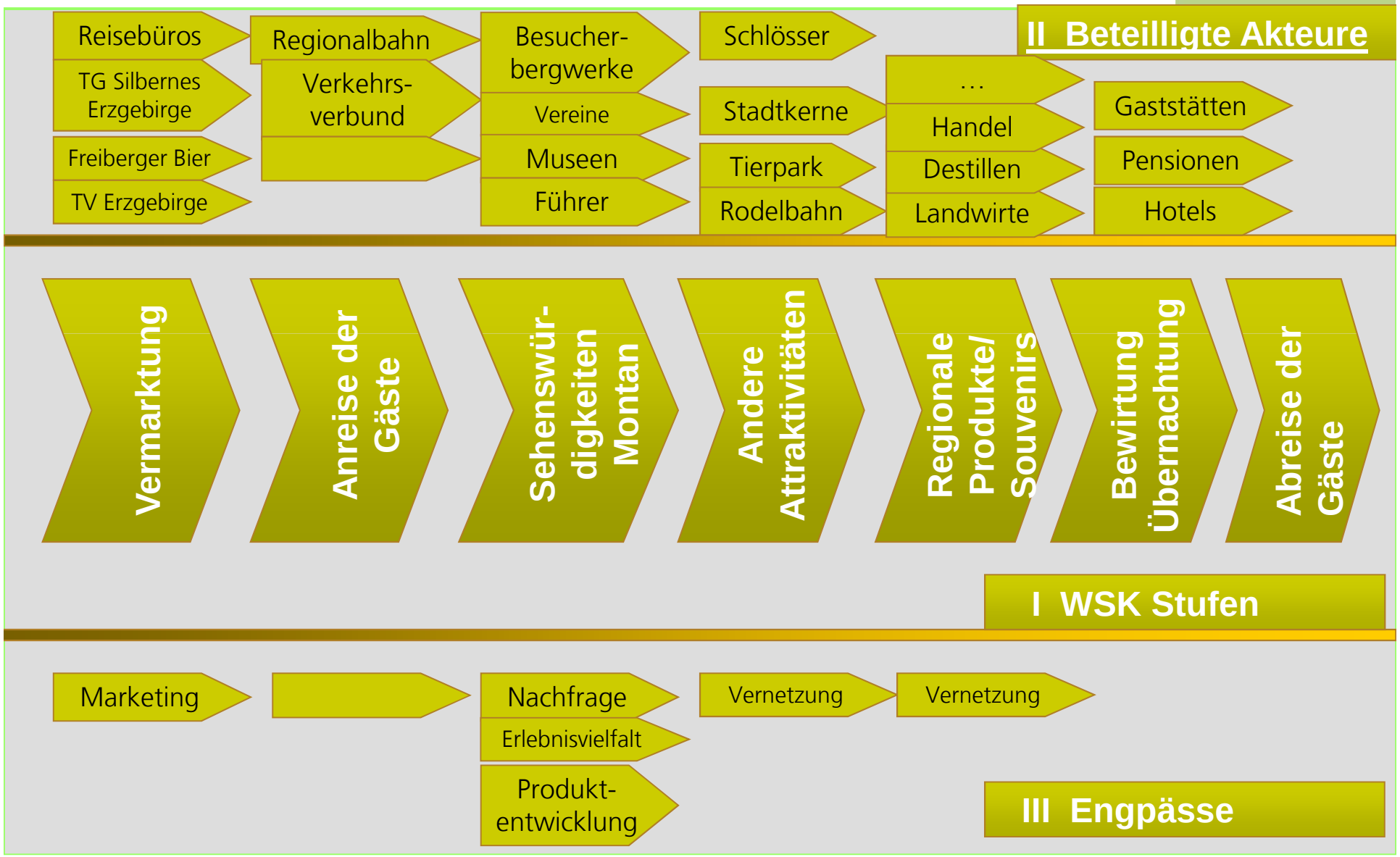
✓Marken stehen für Vertrauen und Glaubwürdigkeit. Sie können den Verkauf von Produkten erleichtern, nicht Wertschöpfung schaffen.

Beispiel Wertschöpfungskette Pauschale Moorerlebnis

Wertschöpfungskette BERGSCHÄTZE

neuland+

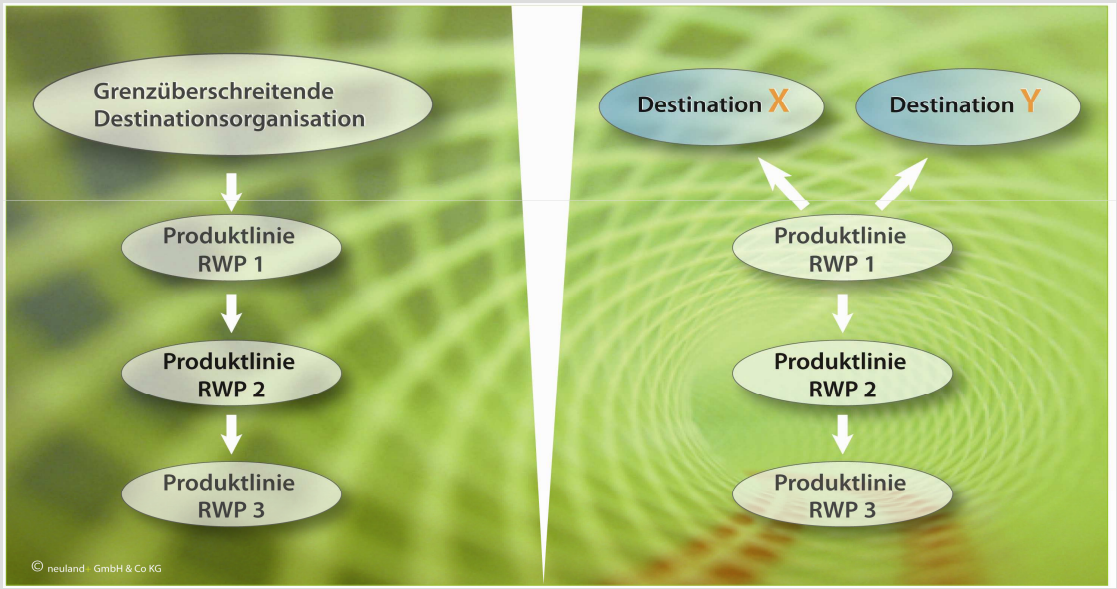
Unternehmensnetz Bergschätze
Akteure und Engpässe



Produkte – nicht Marken oder Infrastruktur allein - führen zur Wertschöpfung

neuland+

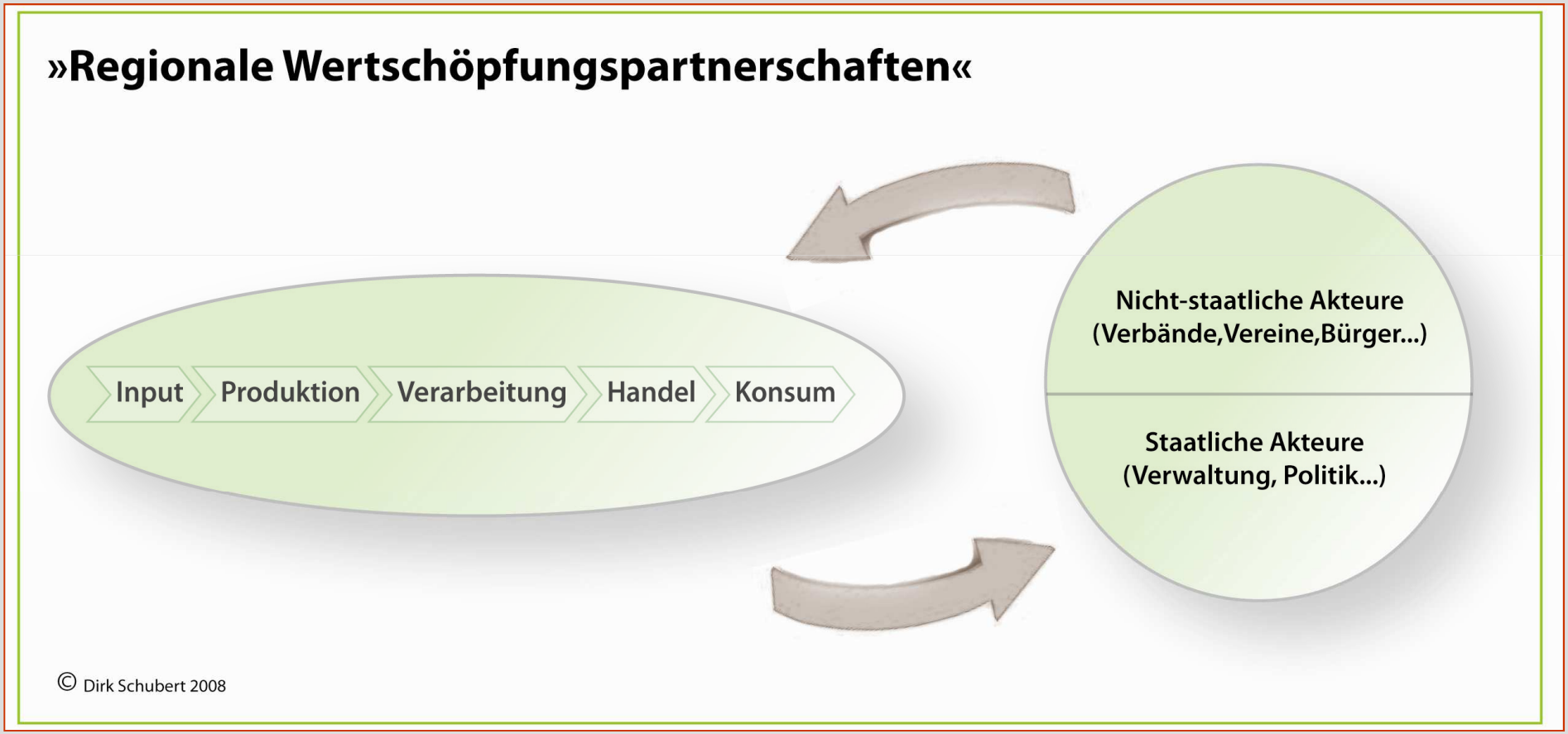
Attraktive Produkte/ Produktlinien machen eine Region erst wettbewerbsfähig und handlungsfähig. Sie begründen die Notwendigkeit einer (Destinations-)Marke.



Definierte zentrale Produktlinien und deren Erlebbarkeit in der Region verleihen einer Marke ein wahrnehmbares facettenreiches Alleinstellungsmerkmal und stützen deren Glaubwürdigkeit.

Bindeglied Markt und Region - Wertschöpfungspartnerschaften

neuland+



Was sind Value Chains (Regionale Wertschöpfungspartnerschaften)?

neuland+

Definition 1:

Eine strategische Kooperation von Organisationen mit dem Ziel spezifische Marktziele über einen längeren Zeitraum und zum wechselseitigen Nutzen für alle Kettenglieder zu erreichen.

Definition 2:

Eine “value chain” ist eine vertikale Entwicklungsallianz, die zusammenarbeitet, um eine lohnenswertere (einträglichere) Marktposition zu erreichen.

Naturtouristische Angebote: Kosten, Marktpreise

neuland+

- Zu viel und zu teure Infrastruktur? Indikator: Die Folgekosten wollen wir uns nicht leisten
- Fehlgeleitete Infrastrukturkosten? Indikator: Wanderwege ohne Wertschöpfungsoptionen
- Premium Naturerlebnis und -beobachtung zu Niedrigpreisen? Indikator: Markterlös trägt Angebot nicht in ausreichendem Maße

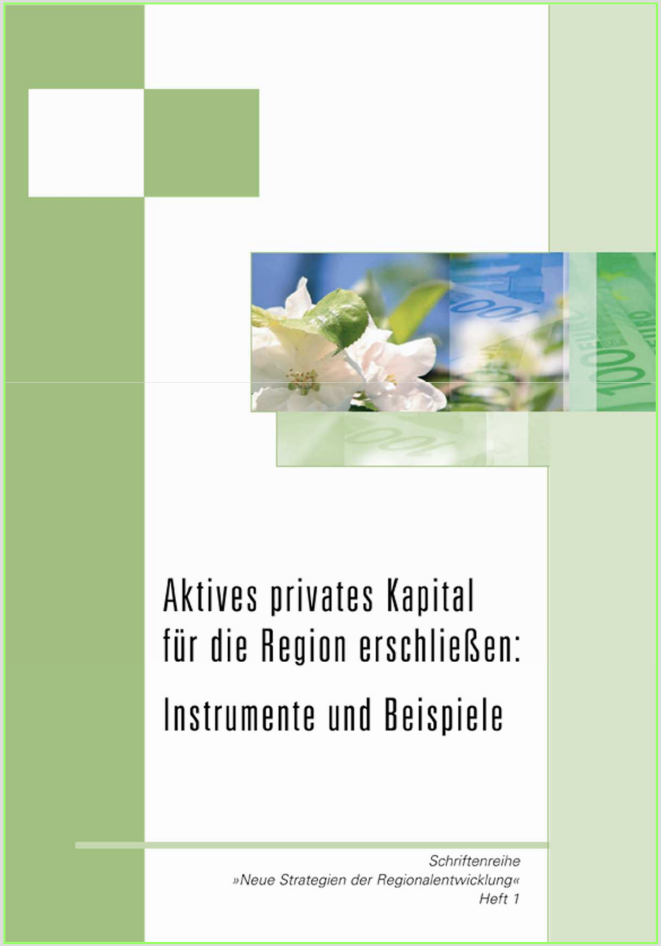
Direkte oder indirekte Tourismusförderung

neuland+

Förderquelle	Investitionen	Marketing	Produktentw.	Vernetzung
Ländliche Entwicklung (ILE/Leader)	x	(x)	X	x
Naturschutz-Richtlinien	x		X (Qualif.)	
Tourismus-förderung (EFRE/GRW)	x			X (Cluster)
Europäischer Sozialfonds			X (Qualif.)	
Landesprogramme	X	(x)	X	
Stiftungen	x		X (Qualif.)	

Privates Kapital

neuland+



Förderung wird benötigt:

- Überbetriebliche Infrastruktur
- Einzelbetriebliche Risikominderung
- Qualifizierung und Innovation
- Vernetzungsaufgaben

Veränderte Finanzkonzepte mit bürgerschaftlichem Kapital bei künftigen Projektierungen

Finanzierungsinstrumente im Vergleich

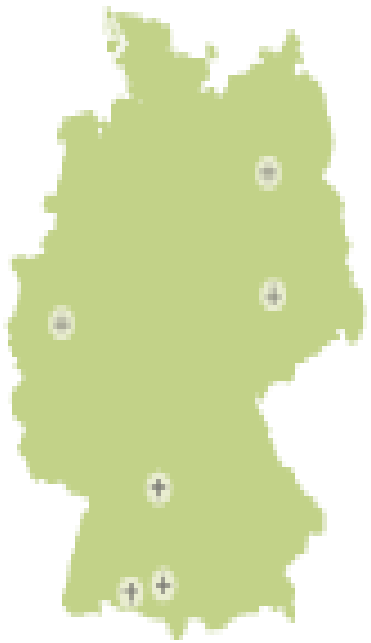
neuland+

Kriterien	Bürger–AG	Genossen-schaften	Projekt-bezogene Fonds	Genuss-scheine
(Eigen-) projektbezogenes Instrument	x	x		x
Regionsbezogenes Instrument („fremde“ Projekte)	x		x	x
Großer Kapitalbedarf	x	x	x	x
Kleiner Kapitalbedarf (unter 50.000 €)		(x)		
Kapital gemeinnützige Projekte		x		x
Kapital wirtschaftliche Projekte	x	x	x	x
Hohe Bürgerbeteiligung (über 30 Personen)	x	x	x	x
Risikokapitalanlage´/Haftung	x	(x)	x	

Vielen Dank
für Ihre Aufmerksamkeit!!

neuland+

Erfolg ist, was bleibt.



Tourismus-, Standort-, Regionalentwicklung