

Nationale Strategie zur biologischen Vielfalt

Dialogforum Partner der Nationalen Naturlandschaften

Lenzen, 19. bis 21. Februar 2014

Dokumentation



Inhaltsverzeichnis

Einleitung	2
Hintergrund und Zielsetzung	3
Teilnehmerkreis	5
Ergebnisse der Veranstaltung (Zusammenfassung)	5
Begrüßung und Einführung	6
Ideenbörse	8
Vorträge	9
Ergebnisse „Neue Ideen gemeinsam entwickeln“	13
Eindrücke von der Exkursion	16
Evaluation der Veranstaltung – ein Überblick	18
Impressionen der Veranstaltung	19

Ansprechpartner

Beate Job-Hoben
Bundesamt für Naturschutz (BfN)
FG I 2.2 Gesellschaft, Nachhaltigkeit, Tourismus und Sport
Konstantinstr. 110
53179 Bonn
E-Mail: beate.job-hoben@bfn.de

Stephanie Schubert
EUROPARC Deutschland e. V.
Pfalzburger Str. 43/44
10717 Berlin

E-Mail: stephanie.schubert@europarc-deutschland.de

Text- und Fotodokumentation

EUROPARC Deutschland e. V.
Pfalzburger Str. 43/44
10717 Berlin
E-Mail: stephanie.schubert@europarc-deutschland.de

Titelfoto: intention, Bonn

Dialogforum Partner der Nationalen Naturlandschaften

Lenzen, 19. bis 21. Februar 2014

Einleitung

Das Dialogforum 2014 „Partner der Nationalen Naturlandschaften: Wie kann eine touristische Produktentwicklung erfolgreich gestaltet werden?“ fand im Rahmen des Umsetzungs- und Dialogprozesses der Nationalen Strategie zur biologischen Vielfalt (NBS) statt, die 2007 von der Bundesregierung verabschiedet wurde. Zum zweiten Mal konnte der bundesweite Dialog zwischen den Partnerbetrieben und weiteren Akteuren gefördert werden.

Die Entwicklung nachhaltiger Tourismuskonzepte im Einklang mit Natur und Landschaft ist für die deutschen Nationalparks, Biosphärenreservate und Naturparks – den Nationalen Naturlandschaften (NNL), von großer Bedeutung. Mit dem Programm „Partner der Nationalen Naturlandschaften“ befördern bundesweit über 800 assoziierte Partner aus 21 NNL nachhaltige Tourismusprodukte. Sie liegen damit absolut im Trend. Das Segment „Nachhaltiger Tourismus“ bedient einen Wachstumsmarkt.

Ziel der Veranstaltung war es, gemeinsam mit KoordinatorInnen der Partnerinitiativen, zahlreichen Partnerbetrieben sowie weiteren Akteuren aus Tourismus und Naturschutz wertvolle Potenziale des Partnernetzwerks heraus zu arbeiten und Anregungen für Weiterentwicklungen zu geben. Fachvorträge von Experten aus dem Handlungsfeld des nachhaltigen Tourismus sowie gute Beispiele aus der Praxis gaben interessante Impulse, die sich nah an den Realitäten der Partnerbetriebe orientierten.

Die Veranstaltung auf der Burg Lenzen im Biosphärenreservat Flusslandschaft Elbe Brandenburg richtete sich an alle interessierten Partnerbetriebe der Nationalen Naturlandschaften aus allen Bereichen, wie z. Bsp. Hotellerie, Gastronomie, Mobilität, Handwerk, Lebensmittelverarbeitung, Landwirtschaft oder Bildung. Gemeinsam mit VertreterInnen der Nationalparks, Biosphärenreservate und Naturparks sowie weiteren touristischen Akteuren aus allen Schutzgebietsregionen Deutschlands wurde mit dem Dialogforum ein wertvoller Beitrag zur Weiterentwicklung und zum Ausbau des bundesweiten Kooperationsmodells geleistet.

Das Dialogforum „Partner der Nationalen Naturlandschaften“ wurde von EUROPARC Deutschland e. V. durchgeführt und mit Mitteln des Bundesumweltministeriums für Umwelt, Naturschutz, Bau und Reaktorsicherheit (BMUB) und des Bundesamtes für Naturschutz (BfN) gefördert.

Hintergrund und Zielsetzung

Die Partnerinitiativen in den Nationalen Naturlandschaften haben es sich zur Aufgabe gemacht, ihr Angebot qualitativ hochwertig sowie natur- und umweltverträglich zu gestalten, beständig zu verbessern und dem Gast eine ansprechende Palette an Naturerlebnissen anzubieten. Damit leisten sie einen wertvollen Beitrag für eine „verstärkte Entwicklung naturverträglicher Angebote und Integration von Naturerlebnisangeboten in andere touristische Angebote“¹, die in der nationalen Strategie zur biologischen Vielfalt gefordert werden. Für die Entwicklung dieser naturverträglichen Angebote wurde das Dialogforum 2014 beantragt, mit den folgenden Kernzielen:

- **Ziel 1:** Informationsgewinne der TeilnehmerInnen zum Themenschwerpunkt „Touristische Produktentwicklung“
- **Ziel 2:** Erwartungen der Gäste, Besucher und Touristen gerecht zu werden
- **Ziel 3:** Kennenlernen von Best-Practice-Beispielen (Wie können die Partnerschaften für das Marketing genutzt und erlebbar gemacht werden?)
- **Ziel 4:** Austausch der Akteure untereinander und Ausbau sowie Stabilisierung des vorhandenen Netzwerks über den persönlichen Kontakt (Bildung strategischer Allianzen unter den Partnern bzw. zwischen Partnern und Tourismus- und Naturschutzakteure)

Darüber hinaus sollte das Dialogforum den TeilnehmerInnen eine Plattform bieten für Erfahrungsaustausch und Ideenaustausch bieten sowie einen Anstoß für neue Projekte liefern. Die Stärkung des Zusammenhaltes der Partnerbetriebe in und mit den Schutzgebieten stellte ebenfalls einen zentralen Punkt des Dialogforums dar sowie die Erweiterung des Teilnehmerkreises durch die Gewinnung neuer Schutzgebiete und anderer Akteure aus Tourismus und Naturschutz.

Programm

Das Programm zum Dialogforum gestaltete sich folgendermaßen:

Mittwoch, 19. Februar 2014

15:00 Registrierung und gemeinsames Ankommen bei Kaffee und Kuchen

15:30 Begrüßung

UNESCO-Biosphärenreservat Flusslandschaft Elbe (Dr. Sven Rannow, Johannes Prüter, Guido Puhlmann); Guido Puhlmann, EUROPARC Deutschland e. V.; Martin Waldhausen, Bundesministerium für Umwelt, Naturschutz, Bau und Reaktorsicherheit

16:00 Die Partnerinitiative – ein starkes Bündnis für mehr biologische Vielfalt

Matthias Kundy, AG Partner der Nationalen Naturlandschaften

16:15 Die Gastgeber stellen sich vor - Praxisbeispiele aus dem Biosphärenreservat Flusslandschaft Elbe (*Eta Radöhl, Flusslandschaft Elbe M-V*)

Barbara Kenner, Kenners LandLust (BIO-Hotel)

Frau Anja Rabe, Vielanker Brauhaus und Dömitzer Hafen Gastronomie

¹ Bundesministerium für Umwelt, Naturschutz und Reaktorsicherheit (BMU) (2011): Nationale Strategie zur biologischen Vielfalt. 3. Auflage. Berlin. 178 S.

- 17:00 Pause
- 17:30 Praxisbeispiel aus dem Nationalpark Sächsische Schweiz
Jörg Weber, Nationalpark-Bahnhof; Landschaft(f)t Zukunft e. V. – Vermarktung regionaler Produkte
- 17.45 Praxisbeispiel aus dem Biosphärenreservat Bliesgau
Jan Faßbender
- 18:00 Praxisbeispiele aus dem Naturpark Eichsfeld-Hainich-Werratal und Nationalpark Hainich
Johannes Hager
- 18:15 Eine neue Partnerinitiative macht sich auf den Weg (Naturpark Uckermärkische Seen)
- 18:30 Diskussion
- 19:00 Bio-Buffer im Partnerbetrieb Burghotel Lenzen
- 20:30 Wer bist du und was machst du? Gegenseitiges Kennenlernen der TeilnehmerInnen

Donnerstag, 20. Februar 2014

- 9:00 Ideenbörse - Partnerinitiativen präsentieren ihre guten Beispiele in Orangerie und Teehaus
- 10:30 Pause
- 11:00 Plenumsvorträge – Wie können touristische Produkte gemeinsam im Netzwerk entwickelt werden?
Mehr Erfolg für das touristische Produkt durch übergeordnete Qualitätskampagnen und Zertifizierungen? Herbert Hamele, ECOTRANS e. V.

Gemeinsame Sache machen – gute Chancen für die touristische Produktentwicklung im Netzwerk Christine Garbe, Deutsches Seminar für Tourismus (DSFT)

Reiseanbieter – Partnerbetriebe und ihre Chancen im naturnahen Tourismus Georg Herrmann, BUND-Reisen und Kai Pardon ONE WORLD Reisen mit Sinnen (krankheitsbedingt entfallen)

Fahrtziel Natur - Nachhaltige Mobilität am Urlaubsort? Dr. Kathrin Bürglen, Deutsche Bahn, Fahrtziel Natur
- 13:15 Mittagessen à la Carte im Partnerbetrieb Burghotel Lenzen
- 14:30 Rundgang über die Burg Lenzen
- 15:30 Neue Ideen gemeinsam entwickeln
Kleingruppenarbeit zur touristischen Produktentwicklung im Netzwerk Nationale Naturlandschaften
- 18:00 Präsentation und Diskussion der Workshop-Ergebnisse
- 19:00 Zusammenfassung und Ausblick – neue Impulse für die Partnerinitiativen
Dr. Elke Baranek, EUROPARC Deutschland e. V.
- 19:30 Bio-Buffer im Partnerbetrieb Burghotel Lenzen

Freitag, 21. Februar 2014

- 8:30 Wir fliegen aus - Erleben Sie selbst die Partnerinitiative im grenzübergreifenden Biosphärenreservat Flusslandschaft Elbe
- 12:00 Mittagsimbiss auf dem Hühbeck
- 12:45 Rückfahrt zur Burg Lenzen und zum Bahnhof Wittenberge

Teilnehmerkreis

Auf dem Dialogforum „Partner der Nationalen Naturlandschaften“ konnten 96 TeilnehmerInnen begrüßt werden. Neben den KoordinatorInnen der regionalen Partnerinitiativen nahmen assoziierte Partnerbetriebe aus den Bereichen Hotellerie, Gastronomie, Mobilität, Handwerk, Lebensmittelverarbeitung, Landwirtschaft oder Bildung teil. Touristische Dienstleister (Deutsches Seminar für Tourismus; Deutsche Bahn, Fahrtziel Natur; ECOTRANS e. V.; BUND-Reisen) sowie Akteure von Bund und Ländern (Bundesministerium für Umwelt, Naturschutz, Bau und Reaktorsicherheit, BMUB; Bundesamt für Naturschutz, BfN; Landesamt für Umwelt, Naturschutz und Geologie Mecklenburg-Vorpommern Abt. Naturschutz und Großschutzgebiete, Ministerium für ländlichen Raum und Verbraucherschutz Baden-Württemberg) ergänzten die Teilnehmerrunde.

Ergebnisse der Veranstaltung (Zusammenfassung)

Das Netzwerk der Partnerinitiativen bietet eine große Plattform für einen konstruktiven Erfahrungsaustausch. Mit dem Dialogforum zum Thema touristische Produktentwicklung wurde diesem Austausch entsprechend Raum gegeben. Die TeilnehmerInnen aus dem gesamten Bundesgebiet nutzten die persönliche Atmosphäre, um in Kontakt zu treten und auf kurzem Wege von den Erfahrungen Anderer zu profitieren. Die informativen Fachvorträge der Experten aus dem Bereich Tourismus stießen auf großes Interesse im Teilnehmerkreis und gaben Impulse für den weiteren Austausch am Rande der Vorträge.



Abb. 1: Abb. 1: Veranstaltungsort Burg Lenzen im Biosphärenreservat Flusslandschaft Elbe-Brandenburg (Foto: EUROPARC Deutschland)

Dem Ziel einer weiteren Vernetzung der verschiedenen relevanten Akteure untereinander, ist die Veranstaltung gerecht geworden. Im persönlichen Dialog konnten Kontakte geknüpft werden, die über die Veranstaltung hinaus genutzt werden können und eine gute Grundlage für den weiterführenden Austausch untereinander bilden. Die TeilnehmerInnen sammelten viele Eindrücke und Impulse, die in der Weiterentwicklung der eigenen Arbeit Anwendung finden können.

Im Rahmen der Fachreferate wurde u.a. auch immer wieder betont, wie wichtig die Zusammenarbeit und weitere Vernetzung der Partner für den nachhaltigen Erfolg des Programms ist. Die Verfolgung gemeinsamer Strategien bildet die Grundlage für die Zielerreichung eines umfassenden

den nachhaltigen und umweltgerechten Tourismus im Sinne der Nationalen Strategie zur biologischen Vielfalt. Ansätze für gemeinsame Strategien wurden beispielsweise im Rahmen der Thementische umfangreich diskutiert und zusammengeführt.

Das große Interesse an der Veranstaltung hat gezeigt, dass der Bedarf für einen bundesweiten Austausch vorhanden ist. Der persönliche Kontakt der Akteure untereinander ist für die Stabilisierung und den Ausbau des bundesweiten Netzwerks essentiell. Als wertvolles Instrument der Netzwerkpflege müssen deshalb vergleichbare Veranstaltungen fester Bestandteil in der Arbeit des Partnerprogramms werden. Deutlich wurde auch, dass für die Sicherung der Qualität in den bestehen Partnerinitiativen und für die Aufnahme neuer Initiativen eine Weiterentwicklung der Qualitäts- und Umweltstandards des Programms notwendig ist.

Begrüßung und Einführung

Carla Kniestedt, Moderatorin des Rundfunks Berlin-Brandenburg, führte während der ersten zwei Veranstaltungstage kompetent durch das Dialogforum. Die Begrüßungsansprachen teilten sich die einzelnen Gebietsabschnitte des länderübergreifenden UNESCO-Biosphärenreservats Flusslandschaft Elbe. Es sprachen Dr. Sven Rannow, Leiter des gastgebenden Teilabschnitts Brandenburg, Johannes Prüter, Leiter des Teilabschnitts Niedersachsen sowie Guido Puhlmann, der sowohl in seiner Funktion als Vorstandsvorsitzender von EUROPARC Deutschland e. V. als Veranstalter und als Leiter des Teilabschnitts Mittelbe in Sachsen-Anhalt die Gäste begrüßte. Eta Radöhl überbrachte Grüße im Auftrag von Klaus Jarmatz, Leiter des Mecklenburgischen Teils der Flusslandschaft Elbe. Die Schutzgebietsleiter übergaben das Wort an Martin Waldhausen vom Bundesministerium für Umwelt, Naturschutz, Bau und Reaktorsicherheit (BMUB). Als Vertreter des Fördermittelgebers BMUB wies er auf die wichtige Funktion dieser Dialogforen im Rahmen des Umsetzungs- und Dialogprozesses der Nationalen Strategie zur biologischen Vielfalt hin. Zudem sagte er, dass der Schutz der Biodiversität nicht ohne die anwesenden Akteure, den Partnern der Nationalen Naturlandschaften geht. Die Partner der NNL stärken zudem die Dachmarke der Nationalen Naturlandschaften, deren Qualität sowie die regionale Identität und tragen somit wesentlich zur Stärkung des ländlichen Raumes bei. Herr Waldhausen wies ebenfalls darauf hin, dass das DZT-Themenjahr 2016 (Naturerleben) eine gute Möglichkeit für einen nachhaltigen Inlandtourismus bietet und die Partnerinitiativen hierfür einen wichtigen Baustein liefern können.



Abb. 2: Moderatorin Carla Kniestedt leitet durch das Programm des Dialogforums 2014 (Foto: EUROPARC Deutschland)



Abb. 3: Dr. Sven Rannow, Leiter des Biosphärenreservats Flusslandschaft Elbe-Brandenburg begrüßt die Teilnehmerinnen und Teilnehmer auf dem Dialog-forum (Foto: EUROPARC Deutschland)

Die Partnerinitiative – ein starkes Bündnis für mehr biologische Vielfalt

Matthias Kundy, AG Partner der Nationalen Naturlandschaften

Den fachlichen Einstieg fand Matthias Kundy, stellvertretender Leiter der AG Partner, mit einem Vortrag zur Entstehung und Entwicklung der Partnerinitiative. Hier wurde noch einmal an die Anfänge der Arbeitsgruppe „Partner der Nationalen Naturlandschaften“ erinnert und die Fortschritte bis hin zum aktuellen Stand dargestellt. Dabei wies er auf die vielseitige Vernetzung zwischen den unterschiedlichen Branchen im Programm hin, in der er eine deutliche Stärke des bundesweiten Partnerprogramms sieht. Demnach leisten die Partner einen wichtigen Betrag im Netzwerk der NNL, der sich wie folgt darstellt:

- Sie sind Botschafter ihrer NNL und engagieren sich in der NNL sowie für die regionale Entwicklung.
- Sie schützen Natur und setzen sich für Umweltschutz global und regional ein.
- Sie tragen zum Erhalt der biologischen Vielfalt bei.
- Sie sind Unterstützer der Schutzgebietsverwaltung.
- Sie leisten Information und Werbung für die NNL.
- Sie befördern Kooperationen in der Partnerinitiative.



Abb. 4: Matthias Kundy stellt die Partnerinitiative vor (EUROPARC Deutschland)

Best-Practice-Beispiele aus den Partnerinitiativen

Im Anschluss wurde Akteuren mit guten Beispielen aus der Praxis Raum gegeben, ihre Aktivitäten zu präsentieren. Den Anfang machte die gastgebende Initiative aus dem UNESCO-Biosphärenreservat Flusslandschaft Elbe mit zwei Praxisbeispielen gefolgt von Akteuren aus der Sächsischen Schweiz, dem Bliesgau, den Naturparks Eichsfeld-Hainich-Werratal und Uckermarkische Seen.

- *Eta Radöhl, Flusslandschaft Elbe M-V* (Die Gastgeber stellen sich vor - Praxisbeispiele aus dem UNESCO-Biosphärenreservat Flusslandschaft Elbe)
 - o *Barbara Kenner*, Kenners LandLust (BIO-Hotel)
 - o *Frau Anja Rabe*, Vielanker Brauhaus und Dömitzer Hafen Gastronomie
- *Nationalpark Sächsische Schweiz, Jörg Weber*
 - o *Nationalpark-Bahnhof*
 - o *Landschaft(f) Zukunft e. V. – Vermarktung regionaler Produkte*
- *Biosphärenreservat Bliesgau, Jan Faßbender*
- *Naturpark Eichsfeld-Hainich-Werratal und Nationalpark Hainich, Johannes Hager*
- *Naturpark Uckermarkische Seen (Eine neue Partnerinitiative macht sich auf den Weg)*

Wer bist du und was machst du? – Gegenseitiges Kennenlernen

Nach dem ersten fachlichen Input am Nachmittag folgte am Abend ein gegenseitiges Kennenlernen der Teilnehmerinnen und Teilnehmer. Die Gruppengröße erforderte ein angepasstes Vorgehen, das in seiner Form der Moderation von Karla Kniestedt bedurfte. Alle Anwesenden wurden in Gruppen eingeteilt, die sich nach dem Kriterium der Herkunft der TeilnehmerInnen gliederten. In der Folge ergaben sich vier Einheiten, die sich aus Bundesländern in räumlicher Nähe zueinander ergaben. In den zugeteilten Kleingruppen wurden Herkunft, Tätigkeit und Name der TeilnehmerInnen ausgetauscht. Anschließend kamen alle wieder im Plenum zusammen, um dem gesamten Teilnehmerkreis die Ergebnisse vorzustellen. Eine delegierte Person aus jeder Gruppe hatte den „Hut“ auf und übernahm die Aufgabe der knappen Vorstellung der Ergebnisse.



Diese Methode erfüllte den Zweck, die große Teilnehmergruppe in lockerer Atmosphäre gezielt zu durchmischen und miteinander ins Gespräch zu bringen. Die Kontaktpflege im weiteren Verlauf der Veranstaltung, über die bereits vorhandenen Beziehungen hinaus, war somit der Weg geebnet.

Zum Zeitpunkt der Akkreditierung am Nachmittag hatten sich die TeilnehmerInnen bereits auf einer Deutschlandkarte verortet. Die Verteilung der Klebepunkte veranschaulichte die Herkunft der Anwesenden aus dem ganzen Bundesgebiet, machte aber auch deutlich, dass wie zu erwarten viele TeilnehmerInnen aus dem gastgebenden UNESCO-Biosphärenreservat Flusslandschaft Elbe kamen (siehe Abb. 5).

Abb. 5: Anreise der TeilnehmerInnen aus dem ganzen Bundesgebiet (Foto: EUROPARC Deutschland)

Ideenbörse

Die Evaluation des Dialogforums in 2012 ergab, dass sich die TeilnehmerInnen mehr Raum für einen aktiven Austausch und Dialog untereinander wünschten. und sich für einen starken Fokus auf die Partnerinitiativen und mehr Best-Practice-Beispiele ausgesprochen haben. Diesem Anliegen wurde vor allem mit der „Ideenbörse“ Rechnung getragen.

Zusammen mit den Partnerbetrieben waren die Partnerinitiativen aufgerufen, sich mit ihren Produkten und Aktionen auf einem „Marktplatz“ zu präsentieren. Die Teilnehmerinnen und Teilnehmer konnten sich so über die verschiedenen Aktivitäten in den Regionen informieren und neue Impulse für ihre Arbeit aufnehmen. Die ausgestellten Informationsmaterialien und Produkte veranschaulichten die guten Beispiele aus der Praxis, machten neugierig und führten zu einem regen Austausch untereinander. Als ein zusätzliches Motivationsangebot wurde ein „Quiz“ durchgeführt, dass die TeilnehmerInnen dazu anregte alle Aussteller aufzusuchen. Zum Anreiz winkten

bei Teilnahme mit dem richtigen Ergebnis attraktive Preise, die von den Partnerinitiativen zur Verfügung gestellt wurden. Insgesamt präsentierten sich 11 Partnerinitiativen mit ihren Betrieben.



Abb. 6: Attraktive Preise winkten bei Teilnahme am Quiz (Foto: EUROPARC Deutschland)
 Abb. 7: Kennenlernrunde (Foto: EUROPARC Deutschland)



Abb. 8: Partnerinitiativen aus dem gesamten Bundesgebiet präsentierten ihre guten Beispiele (Foto: Simone Ahrend)
 Abb. 9: Neben informativen Gesprächen konnten regionale Produkte auch verkostet werden (Foto: Simone Ahrend)

Vorträge

Alle Beiträge der Referentinnen und Referenten, auch die der Best-Practice-Beispiele können auf der Internetseite www.nationale-naturlandschaften.de/partner eingesehen und heruntergeladen werden.

Mehr Erfolg für das touristische Produkt durch übergeordnete Qualitätskampagnen und Zertifizierungen?

Herbert Hamele, ECOTRANS e. V.

Herr Hamele stellte auf dem Dialogforum das europäische Netzwerk ECOTRANS vor, in dem sich Experten und Organisationen aus den Bereichen Tourismus, Umwelt und regionale Entwicklung für einen langfristig umweltverträglichen Tourismus engagieren. Für die Herstellung einer Transparenz im „Labeldschungel“ der Umweltzeichen veröffentlicht ECOTRANS seit 1994 regelmäßig umfangreiche Listen. In dem unabhängigen, qualitätsorientierten DestiNet Portal sind alle registrierten Zertifizierungsprogramme gelistet.

In seinem Vortrag ging Herr Hamele auf die verschiedenen Anforderungen ein, die ein gutes und erfolgreiches Label ausmachen. Hierzu zählen vor allem:

- Nachhaltigkeit: „umweltverträglich, sozial verantwortlich, wirtschaftlich sinnvoll“ (Tourismus mit Einsicht, 1987)
- Glaubwürdigkeit (unabhängiges Prüfverfahren)
- Transparenz (Standard veröffentlicht, gut verständlich)
- Internationale Anerkennung (GSTC: Standard & Verfahren)
- Hohe Nachhaltigkeitswirkung (pro Betrieb)
- Gute Auswahl für den Gast (Dichte und Vielfalt der zertifizierten Betriebe)
- Starke Kernaussage (im Einklang mit der Destination & den Erwartungen)
- Leichte Auffindbarkeit der Betriebe (Zusammenarbeit, Marketingpartner)



Abb. 10: Herbert Hamele, ECOTRANS e. V. (Foto: Simone Ahrend)

Zudem ging er auf die ihm im Vorfeld gestellten Fragen ein, die sich unter anderem aus der Abfrage bei den TeilnehmerInnen im Vorfeld des Dialogforums ergaben.

Tab. 1: Übersicht Fragen und Antworten

Frage	Antwort
Welchen Stellenwert haben Zertifizierungen für die touristische Vermarktung?	hoch: Entscheidungshilfe im Angebotsdschungel
Welcher kommunikative Zusatznutzen entsteht für den Einzelnen unter dem Dach eines Zertifikats?	Bei „ gutem “ Zertifikat: lokale Vernetzung, Identifikation, Marketing, Multiplikator
Erfüllt das Partnersignet die Voraussetzung als eigenständiges Qualitätssiegel?	Ja, aber evt. überarbeiten/Kernaussage
Wie wichtig wäre eine einheitliche Zertifizierung für das bundesweite Partner- Programm?	Sehr: „Naturlandschaften“ als Dach, genügend Angebote, hohes Nachfragepotential
Welcher Aufwand entsteht für den Einzelnen, der seine Produkte ggf. zertifizieren lassen will?	Abhängig von Investitionen zur Erreichung der Kriterien, Prüfkosten, Lizenzgebühren

Weitere Informationen finden Sie auch unter: www.ecotrans.org und www.destinet.eu

Gemeinsame Sache machen – gute Chancen für die touristische Produktentwicklung im Netzwerk*Christine Garbe, Deutsches Seminar für Tourismus*

Frau Garbe vertrat das Deutsche Seminar für Tourismus (DSFT) Berlin e. V. - die zentrale Weiterbildungseinrichtung der deutschen Tourismuswirtschaft. Neben der Seminarkonzeption und Organisation ist Frau Garbe mit der ServiceQualität Deutschland in Berlin und Hamburg im Projekt „Umweltmanagement in touristischen KMU“ befasst. In ihren Vortrag ging Frau Garbe insbesondere auf die Frage ein, wie ein touristisches Produkt entwickelt werden kann, welcher Vorraussetzungen es bedarf und wie eine erfolgreiche Umsetzung erfolgen kann. Frau Garbe merkte an, dass es bei der Entwicklung naturnaher touristischer Produkte oftmals zu Missverständnissen kommt. Diese äußern sich wie folgt:

- Attraktive Natur und Landschaft sind bereits ein touristisches Produkt.
- Jedes Angebot in Natur und Landschaft ist auch automatisch ein Naturerlebnisangebot.

Abb. 11: Christine Garbe, Deutsches Seminar für Tourismus (Foto: Simone Ahrend)



Wichtig für die Produktentwicklung ist, dass dieses immer aus einem „Bündel“ von Angeboten besteht, um den entsprechenden Zielgruppen gerecht zu werden. Hierfür sollten für jede Zielgruppe (z. B. Familie, Aktivurlauber, Gesundheits-/Wellnessurlauber) eigene Bausteine entwickelt und zusammengeführt werden. Strategisch sollte bei der Produktentwicklung zunächst ein Alleinstellungsmerkmal definiert, die Zielgruppe festgelegt, Qualität sichergestellt und die Natur in Szene setzen werden. Dazu müssen u.a. folgende Anforderungen für die touristische Produktentwicklung erfüllt sein:

- Die Gäste suchen
 - o spannende Geschichten
 - o ungewöhnliche Perspektiven
 - o neue Erkenntnisse
 - o nicht alltägliche Erlebnisse
- Natur muss für den Gast zugänglich sein
 - o in ihrem Blickfeld sichtbar
 - o räumlich erreichbar
 - o möglichst (an)fassbar
 - o in ihren Besonderheiten erkennbar (verständlich dargeboten)

Weitere Informationen finden Sie auch unter: www.dsft-berlin.de

Reiseanbieter – Partnerbetriebe und ihre Chancen im naturnahen Tourismus*Georg Herrmann, BUND-Reisen*

Herr Herrmann vertrat BUND-Reisen, die bereits seit über 25 Jahren, zunächst für die Mitglieder des Bayerischen Landesverbandes, naturnahe Reisen anbieten. Mit BUND-Reisen können Urlaubsangebote in attraktive Natur- und Kulturlandschaften Europas gebucht werden, die unter besonderen ökologischen Gesichtspunkten gestaltet sind. Neben den Angeboten zum umweltverträglichen Reisen für Foto- oder Familienreisen können beispielsweise auch Angebote gebucht werden, die eine Mitwirkung in Naturschutz- und Umweltprojekten vorsehen.

Herr Herrmann stellte im Rahmen des Dialogforums das Konzept von BUND-Reisen als ein Beispiel für eine erfolgreiche touristische Produktentwicklung vor. Das umweltverträgliche Reisen steht im Vordergrund der Angebote, daneben wird das Ziel verfolgt, den Naturschutz zu fördern beispielsweise durch ein Engagement in einem Schutzgebiet, Initiierung von Umweltbildungsangeboten für Klein und Groß sowie die Erweiterung des Verständnisses für Schutzgebiete. Daraus ergeben sich folgende Bausteine für BUND-Reisen, ein touristisches Produkt zu erstellen. Diese sehen wie folgt aus:

- Naturerlebnis in der (Klein)Gruppe
- exklusiv zusammengestellte Reiseprogramme
- keine 08/15 Bausteine
- absolut kompetente Führer
- es müssen keine Luxusherbergen sein



Abb. 12: Georg Herrmann, BUND-Reisen (Foto: Simone Ahrend)

In Verbindung mit den Partnerinitiativen sind aus Sicht von Herrn Herrmann mit BUND-Reisen verschiedene Anknüpfungspunkte möglich. So könnten beispielsweise die Partnerbetriebe mit in den Katalogen dargestellt werden. Die Mitwirkung in verschiedenen Umweltprojekten in den Nationalen Naturlandschaften wären dabei denkbar. Verschiedene Projekte z. B. Der Wald, ein Förster und eine Floßfahrt – Nachhaltigkeit (er)leben im UNESCO-Biosphärenreservat Bliesgau, Natur aktiv Genießen und Moorlandschaften Pflegen im Naturpark Uckermärkische Seen oder Engagement zeigen und Natur genießen im Nationalpark Jasmund/Rügen bieten sich hierfür an. Vorschläge für zum Beispiel Beherbergungs- und Gastronomiebetriebe oder für Natur- und Landschaftsführer könnten für entsprechende Angebote ebenfalls an BUND-Reisen weitergeleitet werden.

Weitere Informationen finden Sie auch unter: www.bund-reisen.de

Fahrtziel Natur - Nachhaltige Mobilität am Urlaubsort?

Dr. Kathrin Bürglen, Deutsche Bahn, Fahrtziel Natur

Frau Dr. Bürglen von der Deutschen Bahn stellte die Kooperation „Fahrtziel Natur“ als ein Praxisbeispiel für den Themenbereich nachhaltige Mobilität vor. Zusammen mit drei großen Umweltverbänden, dem Bund für Umwelt und Naturschutz Deutschland e. V. (BUND), Naturschutzbund Deutschland e. V. (NABU) und Verkehrsclub Deutschland e.V. (VCD) führt die Deutsche Bahn bereits seit 2001 das Projekt durch.

Ziel dieser Kooperation ist es, das Naturerbe und die Artenvielfalt durch aktive Unterstützung des umweltverträglichen Tourismus, insbesondere die Förderung nachhaltiger Mobilitätssysteme, zu erhalten. Als Reiseziele sollen die Nationalparks, Biosphärenreservate und Naturparks in Deutschland sowie in der Schweiz und in Österreich mittels „Fahrtziel Natur“ bekannter gemacht werden. Für eine umweltfreundliche Entdeckung dieser wertvollen Landschaften, informiert „Fahrtziel Natur“ über alternative Reisemöglichkeiten mit der Bahn und gibt Auskunft über weiterführende nachhaltige Mobilitätskonzepte am Reiseziel.

In Verbindung mit den Partnerbetrieben wäre hier zukünftig eine engere Zusammenarbeit denkbar. Beispielsweise könnten auch kleinere Beherbergungsbetriebe in den „Fahrtziel Natur“-Gebieten mit in das Angebot aufgenommen werden. Dies würde auch eine Steigerung der Angebotsqualität bieten.



Abb. 13: Dr. Kathrin Bürglen, Deutsche Bahn, Fahrtziel Natur
(Foto: Simone Ahrend)

Weitere Informationen finden Sie auch unter: www.fahrtziel-natur.de

Ergebnisse „Neue Ideen gemeinsam entwickeln“

Analog zu den Themen der Fachreferate am Vormittag wurden Kleingruppen gebildet, um die Impulse aus den Vorträgen auf das Partnerprogramm zu übertragen. Zu den Bereichen Zertifizierung, Entwicklung attraktiver Produkte, Kooperation mit Reiseanbietern und nachhaltige Mobilität wurden Fragestellungen vorgegeben, in den Runden diskutiert und gemeinsam neue Ideen zur Umsetzung entwickelt. Die Leitung der einzelnen Arbeitsgruppen und die Auswertung der Ergebnisse übernahmen ProjektkoordinatorInnen aus der Partner-AG.



Abb. 14: Zum Abschluss der Veranstaltung wurden Themenfelder diskutiert (Foto: Simone Ahrend)

Thementisch Nr. 1: Zertifizierungen

Die Arbeitsgruppe an Thementisch 1 erarbeitete während ihrer Diskussion folgende Vorschläge für eine Weiterentwicklung bzw. den Ausbau des Partnerprogramms im Bereich Zertifizierung entwickelt:

- Erweiterung der Kriterien
 - o Biodiversität, Energie, Wasser und Abfall
- Aufnahme ethischer Aspekte und Überprüfung
- Weiterentwicklung des Benchmarking (bei Erhöhung der Standards)
- Entwicklung erweiterter einheitlicher (Mindest-)anforderungen für alle
- Erarbeitung einer Empfehlungsliste für vorhandene Zertifikate

Wichtigstes Ergebnis war, dass generell keine neuen Zertifikate oder eine Partnermarke als eigenes Zertifikat gewünscht sind. Der Fokus sollte vielmehr auf der Weiterentwicklung des Programms liegen.



Abb. 15: Ergebnisse Thementisch Nr. 1 – Zertifizierungen (Foto: EUROPARC Deutschland)

Thementisch Nr. 2: Gemeinsam attraktive Produkte entwickeln

Thementisch 2 diskutierte die gemeinsame Entwicklung attraktiver Produkte. Im Vordergrund stand die Frage, wie dieses Ziel erreicht werden kann und wer damit erreicht werden soll. Für die Entwicklung von touristischen Produkten ist es notwendig zunächst die Zielgruppe festzulegen. Um diese zu erreichen müssen Alleinstellungsmerkmale herausgearbeitet, kreative Bausteine erstellt und eine Servicekette entwickelt werden. Als weitere wichtige Faktoren für ein erfolgreiches Produkt wurden ermittelt:

- eine hohe Qualität
- die Buchbarkeit von Angeboten
- Nachhaltigkeit der Produkte/Angebote
- Vielseitigkeit und dennoch Einheitlichkeit der Produkte/Angebote eine adäquate Preisgestaltung
- Saisonalität der Angebote



Abb. 16: Ergebnisse Thementisch Nr. 2 – Gemeinsam attraktive Produkte entwickeln (Foto: EUROPARC Deutschland)

Ziel sollte es sein, das fertige Produkt über verschiedene Kommunikationswege bzw. Medien zu verbreiten, dies kann z. B. über die folgenden Instrumente erfolgen: Veranstaltungskalender, Flyer, Presse (regionalübergreifend), Messen, über regionale Anbieter und Produzenten, Reiseveranstalter sowie Special Interest Magazine und Internet (Verlinkungen, Facebook, YouTube).

Thementisch Nr. 3: Kooperationen mit Reiseanbietern

Unter dem Thema „Kooperationen mit Reiseanbietern“ wurde am Thementisch 3 diskutiert. Hierbei ging es vorrangig um die sich bietenden Potentiale in Kooperationen mit Reiseanbietern für das Partnerprogramm aber auch für den einzelnen Partnerbetrieb.

Die Ausrichtung der Angebote auch auf Personen, die nicht alleine reisen möchten, kann neue Zielgruppen erschließen.

Maßnahmen für eine sinnvolle und effektive Kooperation zwischen den verschiedenen Partnern können beispielsweise wie folgt aussehen:

- Bildung von Clustern, für eine vielfältige Auswahl (Vernetzung der Partnerbetriebe)
- Schaffung einer Vertrauensbasis zwischen den Kooperationspartnern
- Entwicklung eines gemeinsamen Konzeptes, das sich abhebt
- Reiseanbieter gestalten aus den einzelnen Produkten/Angeboten ein einheitliches Gesamtpaket für die Vermarktung



Abb. 17: Ergebnisse Thementisch Nr. 3 – Kooperationen mit Reiseanbietern (Foto: EUROPARC Deutschland)

Folgende Risiken sind zu bedenken und entsprechende Gegenstrategien sind zu entwickeln:

- Pauschale muss etwas Besonderes für den Reisenden bieten, sonst besteht die Gefahr der „Selbstorganisation“
- Reisekatalog wird als Reiseführer genutzt
- Keine preislichen Unterschiede zwischen Reiseanbietern und Betrieb verhindern „Selbstorganisation“

Thementisch Nr. 4: Nachhaltige Mobilität

Die nachhaltige Mobilität und die Verbindung mit den Partnerinitiativen in den NNL war die Diskussionsgrundlage des vierten Thementischs. Generell gehört nach dem Verständnis der Teilnehmerinnen und Teilnehmer die nachhaltige Mobilität zu einem wichtigen Themenspektrum in den Partnerinitiativen mit dringendem Handlungsbedarf.

Als gute Gründe für mehr nachhaltige Mobilität wurden folgende Faktoren benannt: CO₂-Senkung, Ruhe, oft günstigere Angebote, sicherer, nachhaltig, Beitrag zum Klimaschutz, Zeiterparnis, Erlebnisreichtum, gemeinsam unterwegs sein.

Um eine nachhaltige Mobilität erfolgreich umsetzen zu können, müssen die Zuständigkeiten geklärt und Verantwortungen zugewiesen werden. Dies kann z. B. im Rahmen von Mobilitätssti-

schen, durch eine Beratung von Externen oder mithilfe politischer Einflussnahme erfolgen. Sobald dies geklärt ist, können Kriterien für eine umweltfreundliche Mobilität von den beteiligten Akteuren erstellt werden. Folgende Vorschläge wurden im Rahmen der Diskussion dazu gemacht:



- Einrichtung eines Abholservices vom Bahnhof/Haltestelle
- Bereitstellung von Hausfahrrädern
- Tour-Angebote ab Haltestelle und Anbieten einer Reisekette
- Bonus im ÖPNV
- Kompetente Beratung bei der Buchung und beim Fahrkartenverkauf

Als Vision formulierte die Arbeitsgruppe folgende Ziele:

- Einführung von Mobilitätskarten
- Erreichung einer nahtlosen Reisekette
- Verkehrsmittelwahl (Modal Split) 80 % ÖPNV
- Insgesamt wird mehr ÖPNV bereitgestellt

Abb. 18: Ergebnisse Thementisch Nr. 4 – Nachhaltige Mobilität (Foto: EUOPARC Deutschland)

Eindrücke von der Exkursion

Die TeilnehmerInnen gingen am letzten Veranstaltungstag auf Exkursion im grenzübergreifenden UNESCO-Biosphärenreservat Flusslandschaft Elbe. Sie besuchten Partnerbetriebe und Projekte in der Region. Der Ausflug führte sie von der brandenburgischen Seite der Elbe, wo ihnen ein umfangreiches Deichrückverlegungsprojekt vorgestellt wurde auf die niedersächsische Seite, wo sie zwei Partnerbetriebe besuchten.

Besuch Deichrückverlegung an der Elbe bei Lenzen

Die Besichtigung der Deichrückverlegung rund um das Gebiet Lenzen machte deutlich, dass diese aufwendige Maßnahme nicht nur dem Hochwasserschutz dient, sondern auch wertvollen neuen Lebensraum für mehr Biodiversität schafft. Sie ist damit ein beispielhaftes Renaturierungsprojekt für den nationalen und internationalen Raum. Projektträger des Naturschutzgroßprojektes Lenzener Elbtalaue ist der Trägerverbund der Burg Lenzen (Elbe) e. V..



Abb. 19: Exkursion zur Deichrückverlegung an der Elbe (Foto: EUROPARC Deutschland)

Besichtigung des Partnerbetriebs Voelkel

Die Bio-Mosterei „Voelkel“ richtet sich in seiner Arbeitsweise nach dem Demeter-Gedanken und produziert seine Säfte ausschließlich aus hochwertigen Rohstoffen aus kontrolliert biologischen und biologisch-dynamischen Anbau.

Die Besichtigung des Werks ermöglichte den TeilnehmerInnen einen Blick hinter die Kulissen werfen. Dabei konnten sie die große Angebotspalette der Naturkostsäfte bestaunen und sich in einer kleinen Verkostung direkt von der Qualität der Produkte überzeugen.



Abb. 20: Besuch des Partnerbetriebes Voelkel, Direktvermarkter für Natur-säfte (Foto: EUROPARC Deutschland)

Landschaftspflegehof auf dem Hühbeck – auf dem Weg zum Partnerbetrieb

Der künftige Landschaftspflegehof auf dem Hühbeck befindet sich an historisch bedeutsamer Stelle. Das Gelände des Hofes liegt auf einer ehemaligen Funkstelle, auf der niedersächsischen Elbseite.



Abb. 21: Der Landschaftspflegehof auf dem Hühbeck ist gerade erst im Entstehen und potentieller neuer Partnerbetrieb (Foto: EUROPARC Deutschland)

Der Erhalt und die Entwicklung der artenreichen Kulturlandschaft stehen im Vordergrund des Vorhabens. Die kulturhistorischen Flächen auf dem Hühbeck sollen durch den Einsatz traditionell, handwerklicher Methoden sowie durch die Haltung einer eigenen Schafherde erhalten werden. Zukünftig sollen auf dem Landschaftspflegehof regionale Produkte produziert werden.

Dies und viele weitere interessante Informationen erhielten die TeilnehmerInnen durch den Naturführer Stefan Reinsch. Zur Stärkung gab es abschließend einen bunten Gemüse-Kartoffel-Eintopf aus biologisch und regional erzeugten Produkten.

Evaluation der Veranstaltung – ein Überblick

Die Evaluierung „vor Ort“ zeigte auf den ersten Blick (siehe Abbildung 22) ein positives Feedback der TeilnehmerInnen zur Veranstaltung (Gesamteindruck „gut“ bis „sehr gut“). Insbesondere der Austausch und die Gespräche wurden als „sehr gut“ bewertet, dennoch offenbarte die Abfrage in den Evaluierungsbögen, ein noch stärkeres Bedürfnis nach erweitertem Freiraum für mehr Austausch z. B. durch einen größeren Zeitrahmen für die Ideenbörse und daran anschließend ein „Regionalabend“. Die inhaltliche Bereicherung als auch die Ergebnisorientierung waren nach Meinung einiger TeilnehmerInnen noch ausbaufähig, während ein Großteil diese Aspekte mit „gut“ bewertet hat. Generell spiegelte sich dieses Bild auch in den Evaluierungsbögen wider.

Zwischen der Bewertung vor Ort und auf dem Bogen gab es keine nennenswerten Differenzen. Der Befragungsbogen ermittelte einige der Sachverhalte kleinteiliger und differenzierter. So gaben einige der TeilnehmerInnen an, dass sie sich beispielsweise weniger Impulsreferate wünschten, sofern diese gut gewählt sind. Deutlichstes Ergebnis der Auswertung der Evaluierungsbögen war, dass eine Fortführung der Dialogforen im Rahmen der „Partner der Nationalen Naturlandschaften“ als wertvolles Instrument zur bundesweiten Vernetzung uneingeschränkt von den Akteuren gewünscht ist.

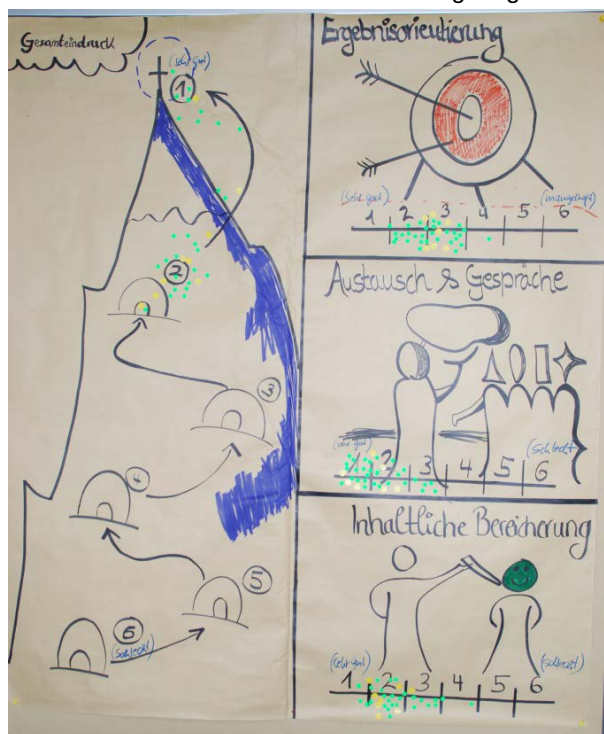


Abb. 22: Auswertung der Veranstaltung (Foto: EUROPARC Deutschland)

Impressionen der Veranstaltung



Abb. 23: Rund 90 TeilnehmerInnen nahmen am Dialogforum "Partner der Nationalen Naturlandschaften" 2014 teil und tauschten sich zu zum Thema touristische Produktentwicklung aus (Foto: Simone Ahrend)



Abb. 24: VertreterInnen der Partnerinitiativen trafen sich im Vorfeld des Dialogforums zum jährlichen Austausch (Foto: EUROPARC Deutschland)



Abb. 25: Kennenlernspiel am ersten Abend (Foto: EUROPARC Deutschland)



Abb. 26: Präsentation von Ideen und Produkten auf der Ideenbörse vor (Foto: Simone Ahrend)



Abb. 27: TeilnehmerInnen informierten sich über die vielfältigen Angebote und Produkte bei den einzelnen Initiativen (Foto: Simone Ahrend)



Abb. 28: Die TeilnehmerInnen hörten interessiert den vortragenden Referenten zu (Foto: Simone Ahrend)



Abb. 29: Zwischen den Vorträgen und Gesprächen wurden die TeilnehmerInnen über die Burg und ihre Geschichte informiert (Foto: Simone Ahrend)



Abb. 30: In Kleingruppen diskutierten die TeilnehmerInnen zu den Themen der Veranstaltung (Foto: Simone Ahrend)



Abb. 31: Neben interessanten Informationen zur Deichrückverlegung konnten auch viele gebietseinheimische Vogelarten beobachtet werden (Foto: EUROPARC Deutschland)



Abb. 32: Mit Fähre und Bus ging es von Brandenburg nach Niedersachsen zu Betrieben der Partnerinitiative UNESCO Biosphärenreservat Flusslandschaft Elbe (Foto: EUROPARC Deutschland)



Abb. 33: Vielfältige Produktpalette (EUROPARC Deutschland)