

Leitfaden

# Faszination Natur erlebbar machen



Naturparke  
Deutschland





## Inhalt

Vorwort .....	3
<b>1. Tourismus in den Nationalen Naturlandschaften gemeinsam gestalten .....</b>	<b>4</b>
1.1 Erfolgsrezept Kooperation – das Netzwerkmodell .....	4
1.2 Anleitung zur Produktentwicklung – das Produktraster .....	7
<b>2. Erfolgreiche Naturerlebnisse in den Nationalen Naturlandschaften entwickeln .....</b>	<b>11</b>
2.1 Situation analysieren und Ziele definieren .....	11
2.2 Angebotsbereiche auswählen .....	12
2.3 Erfolgskriterien berücksichtigen .....	14
<b>3. Das Gesamterlebnis Natur gestalten .....</b>	<b>25</b>
3.1 Sanfte Mobilität zum und vor Ort sichern .....	27
3.2 Naturnahe und ressourcenschonende Übernachtungen bieten .....	28
3.3 Natürlich und regional genießen .....	29
<b>4. Das Produkt buchbar machen .....</b>	<b>30</b>
4.1 Konkreten Ablauf und Verfügbarkeit festlegen .....	30
4.2 Preis kalkulieren .....	32
4.3 Vermarktung und Vertrieb planen .....	32
4.4 Fortlaufend die Qualität sichern .....	34

## Vorwort

Wir alle wissen, wie wichtig die Naturparke, Nationalparke und Biosphärenreservate für den Tourismus im ländlichen Raum sind. Sie bieten Bewohnern der Region und Gästen eine attraktive Landschaft sowie Möglichkeiten für Erholung und Naturerleben. Sie tragen zur Entwicklung der touristischen Infrastruktur bei und entwickeln selbst touristische Angebote für das Naturerleben. Touristische Leistungs- und Entscheidungsträger sowie Tourismusregionen werben und kooperieren erfolgreich mit „ihren“ Nationalen Naturlandschaften.

Das Erleben von intakter Natur wird für die Urlaubsentscheidung immer wichtiger. Aus diesem Grund hat die Deutsche Zentrale für Tourismus die Naturparke, Nationalparke und UNESCO-Biosphärenreservate in ihr touristisches Themenmarketing integriert.

Der Verband Deutscher Naturparke e. V. und EUROPARC Deutschland e. V. haben im Rahmen des Projektes „Naturschutz- und umweltbildungsorientierte Naturerlebnisangebote in den Nationalen Naturlandschaften“, gefördert durch das Bundesamt für Naturschutz aus Mitteln des Bundesministeriums für Umwelt, Naturschutz, Bau und Reaktorsicherheit, einen umfangreichen „Wegweiser für die Konzeption und Umsetzung von Naturerlebnisangeboten in den Nationalen Naturlandschaften“ entwickelt. Die vorliegende Kurzfassung konzentriert sich auf die zentralen praxisnahen Inhalte und Arbeitshilfen. Für weiterführende Informationen kann die



Langfassung unter [www.naturparke.de](http://www.naturparke.de) oder [www.europarc-deutschland.de](http://www.europarc-deutschland.de) abgerufen werden. Der Leitfaden soll dazu beitragen, die einzigartigen Potenziale der Nationalen Naturlandschaften zukünftig für einen nachhaltigen Tourismus noch besser zu nutzen.

Ganz besonders würden wir uns freuen, wenn durch den Leitfaden die Zusammenarbeit zwischen den Nationalen Naturlandschaften und ihren touristischen Partnern noch weiter ausgebaut wird und dabei neue attraktive Naturerlebnisangebote entstehen. Diese Angebote sollen die Natur auf besondere Weise erlebbar machen und dazu beitragen, dass die Menschen in den Schutzgebietsregionen wie auch weitere Gäste aus dem In- und Ausland von den Nationalen Naturlandschaften begeistert werden. Auf diese Weise stärken wir die ländlichen Räume und verankern die Nationalen Naturlandschaften als Aushängeschild der Natur und als essentiellen Teil des Tourismus in Deutschland.

Handwritten signature of Michael Arndt in black ink.

**Dr. Michael Arndt**  
Präsident  
Verband Deutscher Naturparke e. V.

Handwritten signature of Guido Puhmann in black ink.

**Guido Puhmann**  
Vorsitzender  
EUROPARC Deutschland e. V.

# 1. Tourismus in den Nationalen Naturlandschaften gemeinsam gestalten

Das intensive Erleben der Natur nimmt im Alltag und auf Reisen einen sehr hohen Stellenwert ein: Die Mehrheit der Deutschen fühlt sich mit der Natur und Landschaft ihrer Region eng verbunden (81%) und versucht, sich so oft wie möglich in der Natur aufzuhalten (76%).<sup>1</sup> Fast ebenso viele Menschen interessieren sich auch im Urlaub für spektakuläre Landschaften (72%) und Aufenthalte in der Natur (71%).<sup>2</sup> Die ca. 130 deutschen Nationalparke, Naturparke und Biosphärenreservate, die Nationalen Naturlandschaften, nehmen dabei eine besondere Rolle ein – an keinem anderen Ort lässt sich die Natur in ihrer besonderen Eigenart, Schönheit und Vielfalt so direkt erfahren wie hier.<sup>3</sup>

## 1.1 Erfolgsrezept Kooperation – das Netzwerkmodell

Die besonderen Natur- und Landschaftsräume der Nationalen Naturlandschaften stellen für sich genommen in der Regel noch kein touristisches Produkt dar. Die Natur- und Kulturwerte müssen für den Gast erst zugänglich und erlebbar bzw. verfügbar gemacht werden. Voraussetzung für eine erfolgreiche touristische Nutzung der Nationalen Naturlandschaften ist eine **enge Zusammenarbeit der Akteure aus den Schutzgebieten und dem Tourismus**, denn die beteiligten Akteure sind aufeinander angewiesen: Die Schutzgebietsakteure brauchen die Touristiker für eine marktgerechte Entwicklung und Vermarktung eines touristischen Produktes. Die Touristiker wiederum sind auf die Experten aus den Nationalen Naturlandschaften angewiesen, die authentische Naturerlebnisse als Angebotsbausteine gestalten und mit ihrem Fachwissen an die Gäste vermitteln. Wichtig ist es, die knappen Personalressourcen optimal zu nutzen und die anfallenden Aufgaben effizient zu verteilen.

**Netzwerke haben dabei eine Schlüsselfunktion**, denn sie führen unterschiedlichste Akteure, die ohne hierarchische Bindung zueinander jeweils individuell für sich handeln, unter einem gemeinsamen Ziel zusammen. Grundsätzlich geht es dabei darum, **zum gegenseitigen Nutzen (Win-win-Situation) und zugunsten der gesamten Region eng zusammenzuarbeiten**, um diese voranzubringen und mit den jeweilig vorhandenen Mitteln zu unterstützen.



### Aufbau eines Netzwerks zwischen der Nationalen Naturlandschaft und dem Tourismus

Für den **Aufbau eines Netzwerks**, das die Nationale Naturlandschaft, den Tourismus und weitere Partner in der Region umfasst, **gibt es kein Patentrezept**, da die Ausgangssituation in den jeweiligen Regionen sehr unterschiedlich sein kann. Die Erfahrungen aus der Praxis zeigen, dass es häufig die Verwaltung bzw. Geschäftsstelle einer **Nationalen Naturlandschaft ist, die die Rolle des Initiators übernimmt** und den Prozess zum Netzwerkaufbau startet.<sup>4</sup> Entsprechend ihrer Aufgabenstellung sind sie dafür prädestiniert, Prozesse zur Förderung einer nachhaltigen Tourismus- und Regionalentwicklung zu initiieren und zu koordinieren.<sup>5</sup>

Jedoch sollte bereits frühzeitig eine **Kooperation mit der lokalen bzw. regionalen Tourismusorganisation** erfolgen, da diese in den meisten Fällen bereits schon über entsprechende Netzwerkstrukturen (z. B. Mitglieder des Tourismusverbands) und einen engen Kontakt zu den wichtigsten Akteuren im Tourismus der Region verfügt, an die angeknüpft



werden kann. Das **Netzwerk kann deshalb auch von der Tourismusorganisation initiiert werden**, die dann wiederum die Nationale Naturlandschaft als Hauptakteur frühzeitig in die Planung einbindet. Auch einzelne Leistungsträger der Region können den Anstoß zur Gründung eines Netzwerks geben, z. B. zur Entwicklung von Naturerlebnispauschalen. Sie sind beim Aufbau des Netzwerks meist jedoch auf die Unterstützung durch die Nationale Naturlandschaft und/oder die Tourismusorganisation vor Ort angewiesen.

### Netzwerkmodell für den Tourismus in den Nationalen Naturlandschaften

Voraussetzung für die Erzielung von Wertschöpfung für die Region bzw. für eine nachhaltige Tourismus- und Regionalentwicklung auf Basis der besonderen Natur- und Kulturlandschaft ist eine **abgestimmte Leistungserstellung entlang der naturtouristischen Servicekette** (↗ Kap. 3, S. 25). Jeder beteiligte Akteur hat für die Entwicklung und Vermarktung der naturtouristischen Produkte entsprechend seiner ihm zur Verfügung stehenden Kompetenzen und Ressourcen bestimmte Aufgaben zu erbringen. Dabei lassen sich **charakteristische Strukturen** identifizieren, die sich aus den jeweiligen Kompetenzen und Ressourcen der Netzwerkpartner ableiten. Das **Netzwerkmodell für den Tourismus in den Nationalen Naturlandschaften** (↗ S. 6) soll Ihnen einen Orientierungsrahmen bieten.

Im Mittelpunkt des Netzwerkmodells stehen die Nationalen Naturlandschaften – sie schaffen die **Basis für die touristische Produktentwicklung**, in dem sie die Natur schützen und mittels Einrichtungen zur Besucherinformation und -lenkung sowie Erholungsnutzung gezielt in Wert setzen. Darauf basierend gestalten sie einen **Pool an Naturerlebnissen**, um die Gäste über die Besonderheiten der Natur zu informieren, sie für einen rücksichtsvollen Umgang mit Natur und Umwelt zu bilden und die Natur mit allen Sinnen erlebbar zu machen. In Kapitel 2 (↗ S. 11, **dunkelgrün hervorgehoben**) erfahren die Nationalen Naturlandschaften, wie sie für eine erfolgreiche Gestaltung von Naturerlebnissen vorgehen sollten.

Die Naturerlebnisse der Nationalen Naturlandschaften stellen die **zentralen Angebotsbausteine** eines naturtouristischen Produktes dar, werden jedoch **erst durch die Leistungen der (touristischen) Partner vervollständigt**. Hinweise zur optimalen Integration in die naturtouristische Servicekette bzw. das **Gesamterlebnis Natur** erhalten die Partner der Nationalen Naturlandschaften in Kapitel 3 (↗ S. 25, **blau hervorgehoben**).



- 1 Bundesministerium für Umwelt, Naturschutz und Reaktorsicherheit (BMU) und Bundesamt für Naturschutz (BfN): Naturbewusstsein 2013 (S. 38)
- 2 Institut für Management und Tourismus: Destination Brand 2013 (o. S.)
- 3 EUROPARC Deutschland e. V.: Leitbilder Deutsche Nationalparks, Naturparke und Biosphärenreservate, 2005 (S. 3)
- 4 EUROPARC Deutschland e. V.: Urlaub bei unseren Partnern, 2010 (o. S.)
- 5 Föderation EUROPARC: Europäische Charta für Nachhaltigen Tourismus in Schutzgebieten (Faltblatt), o. J. (S. 1) und Verband Deutscher Naturparke e. V.: Nachhaltiger Tourismus in Naturparks – Ein Leitfaden für die Praxis, 2002 (S. 15)

Für die Zusammenführung der Einzelleistungen ist ein **Koordinator erforderlich**, der die einzelnen Angebote bündelt und – u. a. hinsichtlich eines einheitlichen Qualitätsniveaus – aufeinander abstimmt, um sie als ein Gesamtprodukt erfolgreich

am Markt zu platzieren. Welche Aufgaben dabei konkret zu erbringen sind, erfährt der Koordinator in Kapitel 4 (➔ S. 30, **orange hervorgehoben**).



Abb. 1: Netzwerkmodell für den Tourismus in den Nationalen Naturlandschaften  
Quelle: eigene Darstellung (PROJECT M) in Anlehnung an Verband der Naturparke Österreichs: Touristische Potenziale der Österreichischen Naturparke, 2009 (S. 46)

**Weiterführende Informationen und Hilfestellungen**

Informationen zu Kooperationsnetzwerken im Naturtourismus im Praxisleitfaden „Tourismus und biologische Vielfalt“ des Ökologischer Tourismus in Europa e. V. (2013), abrufbar unter: [www.oete.de](http://www.oete.de)

Beispiele aus der Praxis in der Broschüre „Tourismus und Naturschutz: Gemeinsam für den Erhalt der biologischen Vielfalt. Potenziale, Rahmenbedingungen und Beispiele für eine Kooperation von Naturschutz und Tourismus“ des Ökologischer Tourismus in Europa e. V. (2011), abrufbar unter: [www.oete.de](http://www.oete.de)

## 1.2 Anleitung zur Produktentwicklung – das Produktraster

Das folgende Produktraster soll Ihnen dabei helfen, **ein erfolgreiches Naturerlebnisangebot in den Nationalen Naturlandschaften zu entwickeln** und dieses in ein konkret buchbares Produkt zu überführen. Füllen Sie das Raster gemeinsam mit Ihren Partnern aus und stimmen Sie sich intensiv bei allen Schritten ab, um gemeinsam zum Ziel zu gelangen.

Die Schritte des Produktrasters stellen einen Vorschlag dar, in welcher Reihenfolge die Erstellung von Naturerlebnisangeboten erfolgen kann; sie sind jedoch nicht verbindlich. Der **aufgezeigte Weg soll lediglich Orientierung geben** – in der Praxis

ist häufiger auch noch einmal ein Schritt zurück oder ein vorläufiges Überspringen eines Schrittes notwendig, um in der Produktentwicklung voranzukommen. Bis zur Fertigstellung des buchbaren Produktes sind Anpassungen an den vorangegangenen Schritten – auf Basis neu gewonnener Erkenntnisse – möglich.

In den aufgeführten Kapiteln erhalten die jeweiligen Verantwortlichen **praxisnahe Empfehlungen zur Gestaltung ihrer Aufgaben in Form von Checklisten**, die ebenfalls in unterschiedlichen Farben gestaltet sind, um die Zuordnung zu erleichtern.

### FRAGEBOGEN Nationale Naturlandschaften



**Welche Ziele verfolgen Sie mit Ihrem Naturerlebnisangebot? (↗ Kap. 2.1, S. 11)**

---

---

---

---

---

---

---

---

**Welche Zugänge zur Natur wollen Sie bieten? (↗ Kap. 2.2, S. 12)**

---

---

---

---

---

---

---

---

**Welche Kernleistungen bieten Sie in den Nationalen Naturlandschaften an und was zeichnen diese aus? (↗ Kap. 2.3, S. 14)**

---

---

---

---

---

---

---

---



**Was ist das Besondere an Ihrem Naturerlebnis, wodurch unterscheidet es sich von anderen?**

(↗ Kap. 2.3.1, S.15)

---

---

---

---

---

---

---

---

**Auf welche Zielgruppe ist Ihr Naturerlebnis ausgerichtet, welche Motive und Bedürfnisse werden erfüllt?** (↗ Kap. 2.3.2, S.15)

---

---

---

---

---

---

---

---

**Wie werden Sie den Anforderungen der Nachhaltigkeit gerecht?** (↗ Kap. 2.3.3, S.22)

---

---

---

---

---

---

---

---

**Wie wird eine hohe Angebots- und Servicequalität gesichert?** (↗ Kap. 2.3.4, S.23)

---

---

---

---

---

---

---

---

**Wie werden die Gäste aktiv und emotional eingebunden, werden Geschichten erzählt, gibt es einen roten Faden?** (↗ Kap. 2.3.5, S.24)

---

---

---

---

---

---

---

---





**Welche Partner können das Naturerlebnis mit welchen Leistungen vervollständigen? (↗ Kap. 3, S.25)**

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

**Wie wird eine sanfte Mobilität zum und vor Ort gesichert? (↗ Kap. 3.1, S.27)**

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

**Werden naturnahe und ressourcenschonende Übernachtungen angeboten? (↗ Kap. 3.2, S.28)**

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

**Welche natürlichen und regionalen Gastronomieangebote sind verfügbar? (↗ Kap. 3.3, S.29)**

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....





**Wer koordiniert die Einzelleistungen des Produktes und übernimmt die Aufgabe des Produkthanbieters?**  
(↗ Kap. 4, S. 30)

---

---

---

---

---

---

**Wie oft bzw. wann ist das Produkt verfügbar, wie ist der Ablauf und wie lange ist die Aufenthaltsdauer?**  
(↗ Kap. 4.1, S. 30)

---

---

---

---

---

---

**Wie teuer ist das Produkt?** (↗ Kap. 4.2, S. 32)

---

---

---

---

---

---

---

---

**Wie wird das Produkt kommuniziert und wo ist es buchbar?** (↗ Kap. 4.3, S. 32)

---

---

---

---

---

---

---

---

**Wie wird ein konstant hohes Qualitätsniveau gesichert?** (↗ Kap. 4.4, S. 34)

---

---

---

---

---

---

---

---

---

---

## 2. Erfolgreiche Naturerlebnisse in den Nationalen Naturlandschaften entwickeln

In diesem Kapitel steht die erfolgreiche Entwicklung des touristischen Angebotsbausteins „Naturerlebnis in den Nationalen Naturlandschaften“ im Fokus – das Kapitel richtet sich folglich vorrangig an die Mitarbeiter der Nationalen Naturlandschaften sowie ihre Partner im Bereich Naturschutz und Umweltbildung (z. B. Natur- und Landschaftsführer, Umweltpädagogen usw.).

### 2.1 Situation analysieren und Ziele definieren

Um ein erfolgreiches Naturerlebnis entwickeln zu können, sollten Sie sich zunächst überlegen, **welche Ziele Sie damit verbinden**. Gerade in den Nationalen Naturlandschaften misst sich der Erfolg eines Angebots nicht allein an den wirtschaftlichen Kennzahlen, z. B. an den erzielten Gäste- oder Umsatzzahlen. Ob ein Naturerlebnis erfolgreich ist oder nicht, entscheidet der **Wirkungs- bzw. Zielerreichungsgrad**. Eine Vielzahl der Aktivitäten der Schutzgebiete zielt bspw. auf die **Sensibilisierung und Umweltbildung** der Gäste ab – vor diesem Hintergrund kann es sinnvoll sein, ein Naturerlebnis zu entwickeln, das aufgrund eines geringen Entgeltes nur wenige Einnahmen erzielt, dafür aber **viele Besucher erreicht** (z. B. Naturerlebnisführung für eine Schulklasse). Neben dem Ziel, mehr Gäste zu gewinnen, können Natur- und Nationalparke oder UNESCO-Biosphärenreservate, die bereits über ein hohes Besucheraufkommen verfügen, auch andere Ziele verfolgen. Für sie kann die Entwicklung von Naturerlebnissen zur **Ansprache einer neuen Gästegruppe**, die auch außerhalb der Hauptsaison reist und/oder eine höhere Zahlungsbereitschaft aufweist, erstrebenswert sein (z. B. gesundheitsorientiertes Naturerlebnis für eine ältere Zielgruppe).



**Für die Zieldefinition ist es wichtig, sich einen Überblick über die eigene Ausgangslage zu verschaffen:**

- Welche Zugänge zur Natur- und Kulturlandschaft gibt es bei Ihnen bereits?
- Wie ist die Nachfrage nach den bestehenden Angeboten?
- Wer sind die bisherigen Gäste, wie zufrieden sind sie bislang?
- Welche Gästegruppen möchten Sie noch ansprechen?
- Wo bieten sich weitere Erlebnispotenziale in der Natur?
- Was brauchen Sie, um auf aktuelle Trends im Reiseverhalten der Gäste zu reagieren?
- Welche Naturerlebnisse bieten andere Anbieter in der Umgebung und wie können Sie sich davon abheben, um mehr bzw. andere Gäste zu gewinnen?

Eine Beantwortung der Fragen hilft Ihnen, **eigene Stärken und Potenziale für neue Naturerlebnisangebote zu identifizieren**. Darauf basierend können Sie Ihr individuelles Ziel festlegen, welches als Orientierungsrahmen für den weiteren Prozess der Angebotsentwicklung wirkt. Alle folgenden Entscheidungen sind abhängig von Ihrer Zielsetzung.



Abb. 2: Mögliche Ziele für die Entwicklung von Naturerlebnisangeboten in den Nationalen Naturlandschaften, Quelle: eigene Darstellung (PROJECT M), 2015

## 2.2 Angebotsbereiche auswählen

Auf Basis Ihrer Zieldefinition können Sie nun die **Ausrichtung Ihres Naturerlebnisangebotes** auswählen. Je nachdem, welche Aktivität im Mittelpunkt steht, unterscheiden wir zwischen folgenden **fünf Angebotsbereichen für ein Naturerlebnis**, wobei diese jeweils unterschiedlich gut geeignet sind, um die zuvor definierten Ziele zu erreichen.

### Natur sehen und verstehen

In den Nationalen Naturlandschaften stehen häufig **Angebote der Natur- und Umweltbildung sowie Angebote der Bildung für nachhaltige Entwicklung** im Fokus, die darauf abzielen, faszinierende Einblicke in die geschützten Natur- und Lebensräume zu bieten, für ihre Besonderheiten zu begeistern und für Maßnahmen zu ihrem Erhalt zu sensibilisieren. Diese Angebote richten sich häufig an Kinder (Familien und Schulklassen), werden aufgrund eines gestiegenen Umwelt- und Nachhaltigkeitsbewusstseins der Bevölkerung aber immer häufiger auch von anderen Gästegruppen (insbesondere Naturkenner bzw. -spezialisten) nachgefragt.

### Natur aktiv erleben

Der Angebotsbereich „Natur aktiv erleben“ umfasst **naturnahe Erholungsräume**, die eine **aktivorientierte, sportliche Nutzung** ermöglichen. Ob auf dem Land, auf dem Berg, im Wasser oder in der Luft – im Angebotsbereich „Natur aktiv erleben“ bestehen vielfältige Gestaltungsmöglichkeiten für ein sportliches Naturerlebnis. Die Herausforderung besteht dabei darin, den sportlichen Zugang zur Natur mit den Anforderungen der sensiblen Ökosysteme in den Nationalen Naturlandschaften in Einklang zu bringen, um **Konflikte zwischen Naturschutz- und Sportinteressen zu vermeiden**.

### Weiterführende Informationen und Hilfestellungen



NaturSportInfo, das Informationsportal des Bundesamtes für Naturschutz, bündelt Informationen zu Natursportarten, deren Auswirkungen auf Lebensräume und Tierarten und stellt Konfliktlösungen sowie weiterführende Literaturhinweise bereit, abrufbar unter: [www.natursportinfo.de](http://www.natursportinfo.de)

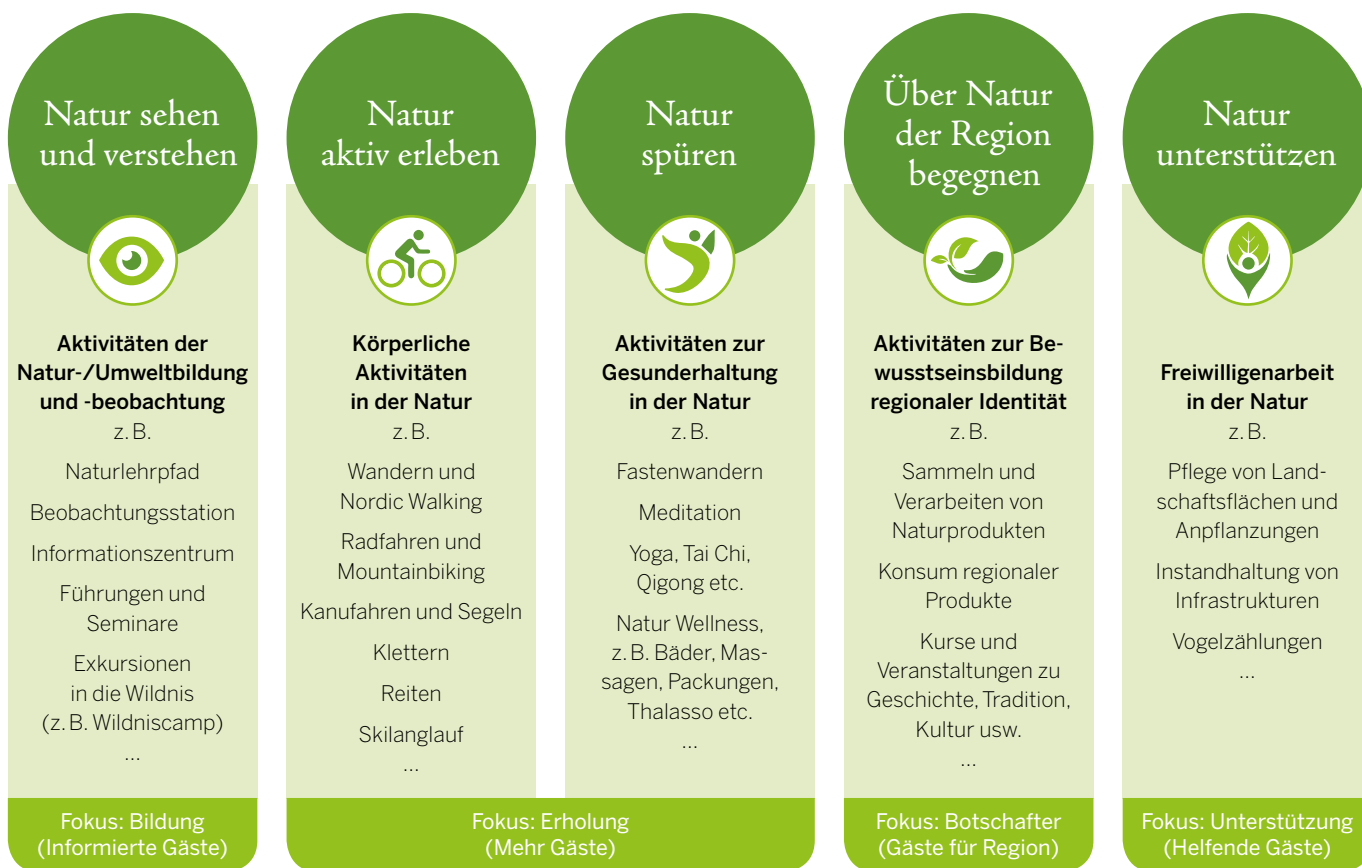


Abb. 3: Angebotsbereiche für ein Naturerlebnis in den Nationalen Naturlandschaften, Quelle: eigene Darstellung (PROJECT M), 2015

### Natur spüren

Im Gegensatz zum sportlichen Naturerlebnis steht im Angebotsbereich „Natur spüren“ die **passive, entsleunigende Erholung** in der Natur im Mittelpunkt. Landschaften mit malerischer Kulisse, weite Ausblicke, eine natürliche Ruhe und das gesunde Klima wirken sich positiv auf das Wohlbefinden aus, so dass insbesondere ältere Gäste die Natur aus einer gesundheitlichen Motivation aufsuchen.<sup>6</sup> Vor dem Hintergrund einer älter werdenden Bevölkerung, die sich nach gesundheitserhaltenden Auszeiten in der Natur sehnt, bietet dieser Angebotsbereich **steigende Nachfragepotenziale**.

### Über Natur der Region begegnen

Die Nationalen Naturlandschaften sind auch **Botschafter für ihre Region und Motoren einer nachhaltigen Regionalentwicklung**. Angebote, die über das Naturerlebnis hinausgehen und Aspekte der Region mit Bezug zum Schutzgebiet in den Mittelpunkt stellen, werden dem Angebotsbereich „Über Natur der Region begegnen“ zugerechnet. Eine wichtige Rolle spielen **kulturelle Angebotsbausteine, die den Gästen die regionale Kultur und Tradition nahebringen**, z. B. bei Führungen in den Kulturlandschaften oder auf Themenwegen, bei Kulturveranstaltungen zur Geschichte und zum Brauchtum der Region, bei Kursen zum regionalen Handwerk, zur Mundart oder zur Küche sowie beim Besuch kulturhistorischer Sehenswürdigkeiten. Einen **besonders hohen Stellenwert nehmen regionale Spezialitäten ein** – diese vertiefen über die bewusste Einbeziehung des Geschmacks- und auch des Geruchssinns die Emotionalität des Naturerlebnisses. Diese Angebote bzw. Angebotsbausteine sind besonders geeignet, um sie mit **weiteren Leistungen aus den anderen Angebotsbereichen zu verknüpfen** und somit das Gesamterlebnis Natur zu vervollständigen.

### Weiterführende Informationen und Hilfestellungen

NatGesIS, das Informationsportal des Bundesamtes für Naturschutz, bündelt Fakten und Zahlen, Anregungen und Hintergründe, Projekte und Literatur zu den Schnittpunkten von Naturschutz und Gesundheit, abrufbar unter: [www.natgesis.bfn.de](http://www.natgesis.bfn.de)

<sup>6</sup> Bundesministerium für Umwelt, Naturschutz und Reaktorsicherheit (BMU) und Bundesamt für Naturschutz (BfN): Naturbewusstsein 2009 (S. 58)

## Natur unterstützen

Der Angebotsbereich „Natur unterstützen“ umfasst **Angebotsbausteine für eine freiwillige Mitarbeit („Volunteering“)** zum Erhalt der besonderen **Natur- und Lebensräume** in den Nationalen Naturlandschaften. Zu den Aufgaben gehören z. B. praktische Tätigkeiten im Arten- und Biotop-schutz, naturkundliche Beobachtungen oder die Kontrolle, Pflege und Instandhaltung von Besuchereinrichtungen. Dahinter steckt häufig das **ideelle Motiv, sich aktiv am Natur- und Umweltschutz zu beteiligen** und somit etwas Sinnvolles in der Freizeit zu tun. Wichtig ist es, Mehrwerte, wie z. B. Qualifi-zierungsangebote zur Vermittlung zusätzlicher Kenntnisse und Fähigkeiten, deutlich herauszustellen und das Volunteering mit weiteren Angebotsbausteinen zu einem attraktiven Gesamtpaket zu verknüpfen.

## 2.3 Erfolgskriterien berücksichtigen

Unabhängig davon, in welchem Angebotsbereich Sie auf Basis Ihrer natur- und kulturräumlichen Ausstattung eigene Angebotsbausteine entwickeln wollen, gibt es wichtige Kriterien, die Sie für eine erfolgreiche Angebotsgestaltung immer berücksichtigen sollten. Im Fokus des folgenden Kriteriensystems steht das Ziel, **Anforderungen aus Sicht der Nationalen Naturlandschaften und des Tourismus in Einklang miteinander zu bringen**, so dass es Ihnen gelingt, marktgerechte und wirtschaftlich erfolgreiche Angebote zu gestalten, die sich zugleich durch eine hohe Natur- und Umweltverträglichkeit auszeichnen.



Abb. 4: Kriteriensystem für erfolgreiche Naturerlebnisse in den Nationalen Naturlandschaften  
 Quelle: eigene Darstellung (PROJECT M), 2015; Darstellung zu den Anforderungen der Schutzgebiete in Anlehnung an EUROPARC Deutschland e. V.: Leitbilder Deutsche Nationalparks, Naturparke und Biosphärenreservate, 2005 und Verband Deutscher Naturparke e. V.: Naturparke in Deutschland, Aufgaben und Ziele, 2009

### 2.3.1 Einzigartige und unverwechselbare Naturerlebnisse schaffen

Damit die Gäste zu Ihnen kommen, müssen Sie ihnen **Besonderheiten bieten**, die sie so nicht kennen und möglichst auch nicht woanders erleben können. Wer erfolgreich sein will, muss sich von der Konkurrenz abheben können, denn Natur- und Kulturlandschaften sind auch in anderen Urlaubsregionen schön und interessant. Themen wie Wasser, Wald und Berge oder Aktivitäten wie Wandern und Radfahren sind zunächst nur wenig profilgebend – **es kommt auf regionaltypische Besonderheiten an**, die das Naturerlebnis einzigartig machen und den Gast beeindrucken.

Das sogenannte Alleinstellungsmerkmal muss nicht bundesweit gelten – es reicht aus, sich von vergleichbaren Angeboten abheben zu können, die auf die gleichen Gäste bzw. Quellmärkte abzielen. Die Herausforderung besteht darin, die Einzigartigkeit der Natur- und Kulturgüter und die damit verbundenen Erlebnismöglichkeiten zu erkennen und geeignete Zugänge für die Gäste zu schaffen.

#### CHECKLISTE Alleinstellungsmerkmale erkennen und vermitteln



- Ausgangspunkt: Identifizieren Sie die besonderen Charakteristika Ihres Schutzgebietes (im Abgleich mit Wettbewerbern, in der Wahrnehmung der Gäste). Fragen Sie sich, was Sie haben, was andere nicht haben und ob auch der Gast dies erkennen kann.
- Schaffen Sie Zugänge zu den Besonderheiten, z. B. selten zu beobachtende Tier- und Pflanzenarten oder unberührte Natur, bspw. über Informationstafeln, Ausstellungen im Besucherzentrum oder Führungen.
- Rücken Sie einmalige Landschaften bzw. Landschaftselemente an ausgewählten Standorten in den sichtbaren Fokus, z. B. Aussichtspunkte und Schaufenster in die Natur (am Weg- oder Gewässerrand), Orte zum Innehalten und Kraft tanken (z. B. Flüstern des Windes, Rauschen eines Baches, Vogelstimmen o. ä.),  
Motive für künstlerische Aktivitäten (z. B. Mal- oder Fotokurs).
- Binden Sie tages- oder jahreszeitliche Naturphänomene ein, z. B. Sonnenauf- und -untergang, Gezeiten, Vogelzug, Paarungszeit, Obstblüte, Blumenpracht, Blattverfärbung, Winterlandschaft.
- Gestalten Sie nachvollziehbare historische Spuren der besonderen Natur- und Kulturlandschaft (u. a. Erdgeschichte, alte Verkehrswege und Siedlungen etc.), z. B. über einen Lehrpfad.
- Stellen Sie Hilfsmittel zur Wahrnehmung der Besonderheiten zur Verfügung, z. B. Audio-Guides, Naturpark-Entdecker-Westen/Rucksäcke, Lupe, Fernglas, Naturforscherset usw.

### 2.3.2 Zielgruppenorientierte Naturerlebnisse entwickeln

Häufig ist der **Aufenthalt in der Natur einer von mehreren Reiseanlässen**, dementsprechend wird der Urlaub meist eher als Aktiv-, Gesundheits- oder Entspannungsurlaub und nicht als ein Natururlaub wahrgenommen. Umso wichtiger ist es, die **weiteren Bedürfnisse der jeweiligen Gäste zu kennen**. Denn erst eine an den Anforderungen und Bedürfnissen der jeweiligen Gäste- bzw. Zielgruppe ausgerichtete Angebotsgestaltung hat Aussicht auf Erfolg.

Grundsätzlich **steigt die Affinität zu Naturerlebnissen mit dem Alter**, so dass die Nachfragepotenziale in Folge des demografischen Wandels in den kommenden Jahren zunehmen werden. Aufgrund der Vielzahl bildungsorientierter Angebote

interessieren sich außerdem besonders Familien mit Kindern für einen Ausflug in die Nationalen Naturlandschaften.<sup>7</sup>

Unterschiede bei den soziodemografischen Merkmalen (z. B. Alter, Familienstruktur, Einkommen und Bildung), dem Lebensstil und der Werteorientierung sowie den (Urlaubs-)Interessen führen dazu, dass die verschiedenen Gästegruppen **sehr unterschiedliche Anforderungen an ein naturnahes Urlaubserlebnis stellen**. Darauf basierend lassen sich folgende relevante Gästegruppen grob voneinander abgrenzen:

<sup>7</sup> Bundesministerium für Umwelt, Naturschutz und Reaktorsicherheit (BMU) und Umweltbundesamt (UBA): Umweltbewusstsein in Deutschland 2010 (S. 11)

## NATURBEGEISTERTE BEST AGER Ältere Singles und Paare (50+)



- Hohe Natur- und Umweltorientierung: Genießen Ursprünglichkeit und bewegen sich gern in einer intakten, gesunden Natur, sind dementsprechend für Umweltschutz und Nachhaltigkeit sensibilisiert
- Urlaubsinteressen: Aufenthalt in möglichst unberührter Natur in Verbindung mit gesundheitsfördernden Aktivitäten (z. B. leichte sportliche Aktivitäten wie Wandern und Radfahren) und kulturellen sowie kulinarischen Angeboten mit regionalem Charakter

➤ **Besonders geeignet:** Angebote aus den Bereichen „Natur spüren“ und „Über Natur der Region begegnen“ in Verbindung mit Aktivitäten aus den anderen Bereichen

- Anforderungen: Flexible Erholungs- und Aktivangebote, hohe Komfort- und Genussorientierung mit Rücksicht auf Nachhaltigkeitsaspekte

## FAMILIEN Eltern und Großeltern mit Kindern im Vor- und Grundschulalter



- Hohe Familienorientierung: Wohl der Kinder und der Wunsch, Zeit miteinander zu verbringen stehen im Fokus
- Urlaubsinteressen: Aktivitäten am/im und auf dem Wasser, Besuch von Naturattraktionen, Freizeit- und Erlebniseinrichtungen (wichtig Edutainment: Verbindung von Erlebnis- und Bildungsaspekten) sowie kultureller/historischer Sehenswürdigkeiten, dabei Vermittlung von Inhalten und Wissen an die Kinder

➤ **Besonders geeignet:** Angebote aus den Bereichen „Natur sehen und verstehen“ und „Natur aktiv erleben“ in Verbindung mit Aktivitäten aus den anderen Bereichen

- Anforderungen: Vielfältiges Freizeitangebot, kinder- und familienfreundliche Einrichtungen



## AKTIVE SINGLES UND PAARE Singles und Paare mittleren Alters



- Hohe Aktivorientierung: Sportliche Erlebnisse mit Spaß- bzw. Leistungscharakter stehen im Fokus
- Urlaubsinteressen: Bewegungsintensive Aktivitäten in der Natur, z. B. Bergsteigen, Mountainbike fahren, Trendsportarten
- **Besonders geeignet:** Angebote aus dem Bereich „Natur aktiv erleben“ in Verbindung mit Aktivitäten aus den anderen Bereichen
- Anforderungen: Herausfordernde sportliche Aktivitäten

## ERGÄNZEND: GRUPPEN Kinder und Jugendliche (z. B. Schulklassen), aber auch Erwachsene (z. B. Firmen, Vereine, Gruppen mit spezifischem Interesse bspw. Birdwatcher)



- Hohe Bildungsorientierung: Wissen erweitern und vertiefen (teilweise aber nur verpflichtende Teilnahme an Bildungsangeboten) in Verbindung mit Erlebnis- und Erholungsaspekten
- Urlaubsinteressen: Aufgrund der sehr unterschiedlichen Ausprägung der einzelnen Gruppen keine einheitliche Aussage möglich
- **Besonders geeignet:** Angebote aus den Bereichen „Natur sehen und verstehen“ und „Natur unterstützen“ (z. B. Corporate Volunteering) in Verbindung mit Aktivitäten aus den anderen Bereichen
- Anforderungen: Eine an den Bedürfnissen der jeweiligen Gruppe orientierte Vermittlungsqualität (z. B. Fachwissen vs. Erlebnischarakter) plus passendes Rahmenprogramm

Tab. 1: Charakteristika der relevanten Gästegruppen mit Interesse an Naturerlebnissen

Quelle: eigene Darstellung, in Anlehnung an Zielgruppenuntersuchungen für den Naturtourismus bzw. den Tourismus in ländlichen Räumen (Destination Brand 2013, NIT 2012 und INVENT 2005)

In der folgenden Checkliste erfahren Sie, welche Angebotsbausteine die **unterschiedlichen Erwartungen der Gäste-**

**gruppen jeweils am besten erfüllen** und wie diese auszugestalten sind.

## CHECKLISTE Zielgruppenorientierung bei Naturerlebnissen

### Naturerlebnisse für Naturbegeisterte Best Ager

- Ermöglichen Sie vielfältige Zugänge zu Natur- und Kulturerlebnissen und achten Sie dabei immer auf eine hohe Qualität und Komfort (v. a. Angebote aus den Bereichen „Natur spüren“ und „Über Natur der Region begegnen“; ↗ Kap. 2.2, S. 13).
- Bieten Sie einzigartige Einblicke, z. B. exklusive Führungen zu nur schwer und nur regional/lokal zu beobachtenden Tierarten unter fachkundiger Begleitung eines Naturspezialisten, neue Perspektiven in der Dämmerung oder auf einem Baumwipfelpfad.
- Binden Sie gesundheitsfördernde Angebote in der Natur ein, z. B. leichte sportliche Aktivitäten wie Nordic Walking oder entschleunigende Angebote wie eine meditative Wanderung. Wichtig: gestalten Sie die Natur als „Kraftquelle“ an zentralen Orten wie Rast- und Ruheplätzen.
- Schaffen Sie deutliche Bezüge zur regionalen Kultur, z. B. Führungen und Veranstaltungen mit Kulturbegleitung (u. a. kulturelle Spurensuche als Wanderung, Lesungen und Konzerte in der Natur, Mal-, Fotografie-, Schreib- und Handwerkskurse), kulinarische Kostproben.
- Berücksichtigen Sie die speziellen Anforderungen der Zielgruppe bzgl. Sicherheit und Verlässlichkeit sowie Komfort (z. B. barrierefreie Gestaltung der Erlebniseinrichtungen, Routen mit attraktiven Ruhe- und Rastmöglichkeiten, Gepäcktransfer).
- Heben Sie die nachhaltigen und umweltschonenden Aspekte des Naturerlebnisses deutlich hervor, z. B. bei Führungen, in Informationsmaterialien usw. Ergänzend können Sie auch Möglichkeiten zur aktiven Teilnahme bieten, z. B. Patenschaften für beobachtete Tiere, Teilnahme an Baumpflanzaktionen oder Schutzprogrammen.
- Kooperieren Sie mit geeigneten Tourismusanbietern, z. B. Gastronomie- und Beherbergungsbetrieben, die höchste Qualitäts- und Nachhaltigkeitsstandards erfüllen (Restaurants mit regionaler (Bio-)Küche, Slow

Food-Angebote, „grüne“ Design-Hotels, Bio- oder Viabono-Hotels). Informieren Sie über Möglichkeiten für eine sanft-mobile An- und Abreise (z. B. klimafreundlicher Routenplaner).

- Sichern Sie eine zielgruppengerechte Verfügbarkeit des Naturerlebnisses auch unter der Woche (wichtig: Steigerung der Auslastung), Fokus auf Kurzreisen von zwei bis vier Tagen mit individuell zusammenstellbaren Angebotsbausteinen.

### Naturerlebnisse für Familien

- Schaffen Sie einen spielerischen und direkten Zugang zur Natur, der zum aktiven Wahrnehmen und Lernen anregt (v. a. Angebote aus den Bereichen „Natur sehen und verstehen“ und „Natur aktiv erleben“; ↗ Kap. 2.2, S. 12).
- Integrieren Sie abenteuerliche Geschichten und Überraschungsmomente oder Angebote mit Wettbewerbscharakter (z. B. Quiz, Schatzsuche, Rallye), binden Sie dabei bewusst alle Sinne ein (z. B. Fühlen von Pflanzen, Geschmack von Beeren usw.). Nutzen Sie für die Informationsvermittlung neue Medien über GPS und Handy, z. B. Geocaching-Touren.
- Berücksichtigen Sie die speziellen Anforderungen von Kindern bei der Gestaltung des Naturerlebnisprogrammes bzgl. der Dauer (max. 2 Stunden, Pausen), Bildungsinhalt (leicht verständlich), Schwierigkeitsgrad der Aktivitäten, aufgabengerechter Ausstattung (z. B. Expeditions-/Entdeckerset) usw. Gestalten Sie die Besuchereinrichtungen kind- und kinderwagengerecht.
- Bieten Sie einen ausgewogenen Mix von Entspannungs- und Erlebnisaktivitäten, z. B. Pause bei einem gemeinsamen Picknick, Aktivitäten am Wasser oder leichte sportliche Aktivitäten wie Wandern oder Radfahren, Waldspielplatz usw.
- Entwickeln Sie ein Schlechtwetterprogramm, z. B. Ausstellung im Besucherzentrum, Umweltforschungsplätze, Mal- und Bastelstunde, Kino mit Naturfilmen usw.



- Kooperieren Sie mit geeigneten Tourismusanbietern, z. B. Urlaub auf dem Bauernhof oder Ecocamping, Kiosk oder Bistro mit regionalen Snacks und Getränken. Informieren Sie über die Erreichbarkeit per Pkw (z. B. Parkplätze in der Nähe).
- Sichern Sie eine zielgruppengerechte Verfügbarkeit des Naturerlebnisses am Wochenende, an den Feiertagen und in den Schulferien.

### Naturerlebnisse für Aktive Singles und Paare

- Bieten Sie einen sportlichen Zugang zur Natur und ermöglichen Sie die Wahrnehmung besonderer Natur- und Landschaftselemente „am Wegesrand“ (auf eigene Faust), z. B. über Informationstafeln oder die Einbindung neuer Medien wie QR-Codes und Apps (v. a. Angebote aus dem Bereich „Natur aktiv erleben“; ↗ Kap. 2.2, S. 12).
- Sichern Sie eine qualitativ hochwertige aktivtouristische Infrastruktur, z. B. naturbelassene, landschaftstypische und gut angeschlossene Wege, nutzerfreundliches Leitsystem, Rastmöglichkeiten, Aussichts- und Beobachtungsmöglichkeiten usw. Orientieren Sie sich an den Grundsätzen eines integrativen Wegemanagements (↗ Handlungsleitfaden und Checkliste für ein integratives Wegemanagement des Deutschen Wanderverbandes).
- Schaffen Sie eine stimmige Kombination von Naturraum, Sportaktivität und Naturerlebnis über die Routenwahl, z. B. attraktive Naturlandschaften, Wechsel der Landschaftsformationen, Orte natürlicher Stille, punktuelle Naturattraktionen (z. B. Gipfel, Schluchten, Felsen, Höhlen, Wasserfälle, Naturdenkmäler), eindrucksvolle Aussichten.
- Entwickeln Sie natur- und landschaftsverträgliche Routen mit unterschiedlichen Schwierigkeitsgraden, z. B. auch Routen zur „Bezwingung“ der Natur, u. a. alpine Pfade und Klettersteige.

- Informieren Sie über die Angebote von Gästeführern mit sportlichen und ökologischen Qualifikationen, die einen besonderen Bezug zum Natur- und Landschaftsraum vermitteln, und über Servicestationen, die die notwendige sportliche Ausrüstung verleihen und/oder reparieren.

- Stellen Sie aktuelles Informations- und Kartenmaterial zur Verfügung, in welchem gezielt auch die besonderen Natur- und Kulturgüter der Region vermittelt werden.

- Kooperieren Sie mit geeigneten Tourismusanbietern, z. B. mit Gastronomie- und Beherbergungsbetrieben, die speziell auf aktivtouristische Zielgruppen eingestellt sind (z. B. ADFC Bett+Bike-Betriebe oder Qualitätsgastgeber Wanderbares Deutschland). Informieren Sie über die Erreichbarkeit mit öffentlichen Verkehrsmitteln und Transferservices.

- Sichern Sie eine zielgruppengerechte Verfügbarkeit des Naturerlebnisses in der Aktivsaison von April bis Oktober, möglichst auch als Kurzzeitprogramm (kompakte Touren und Führungen, Angebote für Tagesgäste).

### Naturerlebnisse für Gruppen

- Wählen Sie das Naturerlebnis nach den Interessen, Bedürfnissen und der Größe der Gruppe aus, (v. a. Angebote aus den Bereichen „Natur sehen und verstehen“ und „Natur unterstützen“; ↗ Kap. 2.2, S. 12).

- Sichern Sie eine gruppenspezifische Vermittlungsqualität, berücksichtigen Sie dabei die Gruppengröße (zwischen 8 und maximal 25 Personen).

- Kooperieren Sie mit geeigneten Tourismusanbietern zur Gestaltung eines passenden Rahmenprogramms, z. B. Jugendherbergen und Kinder-/Jugendcamps, Seminarhäusern mit Tagungsraum.



Besuchereinrichtungen  
barrierefrei  
geplant



Geeignete  
pädagogische  
Angebote



Geschulte  
Mitarbeiter

Abb. 5: Barrierefreie Naturerlebnisangebote in den Nationalen Naturlandschaften  
Quelle: eigene Darstellung (PROJECT M), in Anlehnung an Bundeskompetenzzentrum Barrierefreiheit: Mindestanforderungen zum barrierefreien Naturerleben, 2010

## Naturerlebnisse für Alle – Barrierefreie Naturerlebnisse entwickeln

Barrierefreiheit wird als Qualitätsmerkmal im Tourismus gerade im Zuge des demografischen Wandels immer wichtiger. Grundsätzlich sollten die Naturerlebnisse so gestaltet werden, dass die **Zugänglichkeit und Nutzung ohne Barrieren** gewährleistet wird. Im Sinne eines „Tourismus für Alle“ profitieren von dem Anstieg an Sicherheit und Komfort nicht nur Gäste mit Mobilitäts- oder Aktivitätseinschränkungen sowie ihre Urlaubsbegleitungen, sondern z. B. auch ältere Reisende oder Familien mit kleinen Kindern.

Bei der barrierefreien Gestaltung von Naturerlebnissen in den Nationalen Naturlandschaften geht es vor allem darum, dass die **Besuchereinrichtungen barrierefrei gedacht und geplant** (Wegefürungen, Leitsysteme und Karten, Rastplätze und Sanitäranlagen, Aussichtspunkte, Besucherzentren etc., aber auch Informations- und Öffentlichkeitsarbeit) und **um geeignete pädagogische Angebote ergänzt** werden (z. B. Führungen mit Gebärdendolmetscher, Sinnesführungen, Duft- und Tastobjekte, Audioguides, Informationstafeln mit einfacher Sprache usw.). Darüber hinaus sollten Mitarbeiter mit direktem Gästekontakt durch entsprechende Seminare **im Umgang mit den jeweiligen Gästen geschult** werden und lernen, Barrieren im zwischenmenschlichen Verhalten abzubauen.

### Weiterführende Informationen und Hilfestellungen



Leitfaden „Naturerleben für Alle. Ein Leitfaden zur Gestaltung barrierefreier Naturerlebnisangebote“ der Naturfreunde Internationale (2014), abrufbar unter: [www.wasser-wege.at](http://www.wasser-wege.at)

Leitfaden „Naturschutz-Engagement von Menschen mit Lernschwierigkeiten barrierefrei gestalten“ von EUROPARC Deutschland e. V. (2015), abrufbar unter: [www.ungehindert-engagiert.de](http://www.ungehindert-engagiert.de)

Konzept „Mindestanforderungen zum barrierefreien Naturerleben“ des Bundeskompetenzzentrums Barrierefreiheit e. V. (2010), abrufbar unter: [www.barrierefreiheit.de](http://www.barrierefreiheit.de)

Informationen zum deutschlandweit einheitlichen Kennzeichnungssystem „Reisen für Alle“ des Deutschen Seminars für Tourismus (DSFT) Berlin e. V., abrufbar unter: [www.reisen-fuer-alle.de](http://www.reisen-fuer-alle.de)

## Zielgruppenorientierte Naturerlebnisse für ausländische Gäste entwickeln

Aufenthalte in der Natur versprechen nicht nur für inländische Gäste ein attraktives Urlaubserlebnis, sondern werden zunehmend auch von **ausländischen Reisenden** nachgefragt: Für mehr als jeden Dritten der ausländischen Deutschlandurlauber sind eine attraktive Landschaft und Natur reisezielentscheidend.<sup>8</sup> Doch wie auch bei den inländischen Gästen steht bei ihnen meistens nicht das reine Naturerlebnis, sondern eine **Kombination mit Erholungs-, Aktiv- und/oder Kulturangeboten** zum Kennenlernen von Land und Leuten im Fokus. Einen hohen Stellenwert nehmen deshalb z. B. auch Aktivitäten rund um den Genuss kulinarischer Spezialitäten ein.

Zu den wichtigsten internationalen Quellmärkten für Gäste mit Naturaffinität zählen Deutschlands Nachbarländer wie Österreich, Schweiz und die Beneluxländer sowie Großbritannien, Italien und Schweden. Um die ausländischen Gäste zu erreichen, sind die dargestellten Anforderungen für eine zielgruppenorientierte Gestaltung des Naturerlebnisses um einen ent-

scheidenden Faktor zu erweitern: die **Mehrsprachigkeit bei Angeboten und Services** (z. B. Informationsmaterial, Leitsystem, Führungsangebot, Servicepersonal in Besuchereinrichtungen usw.).

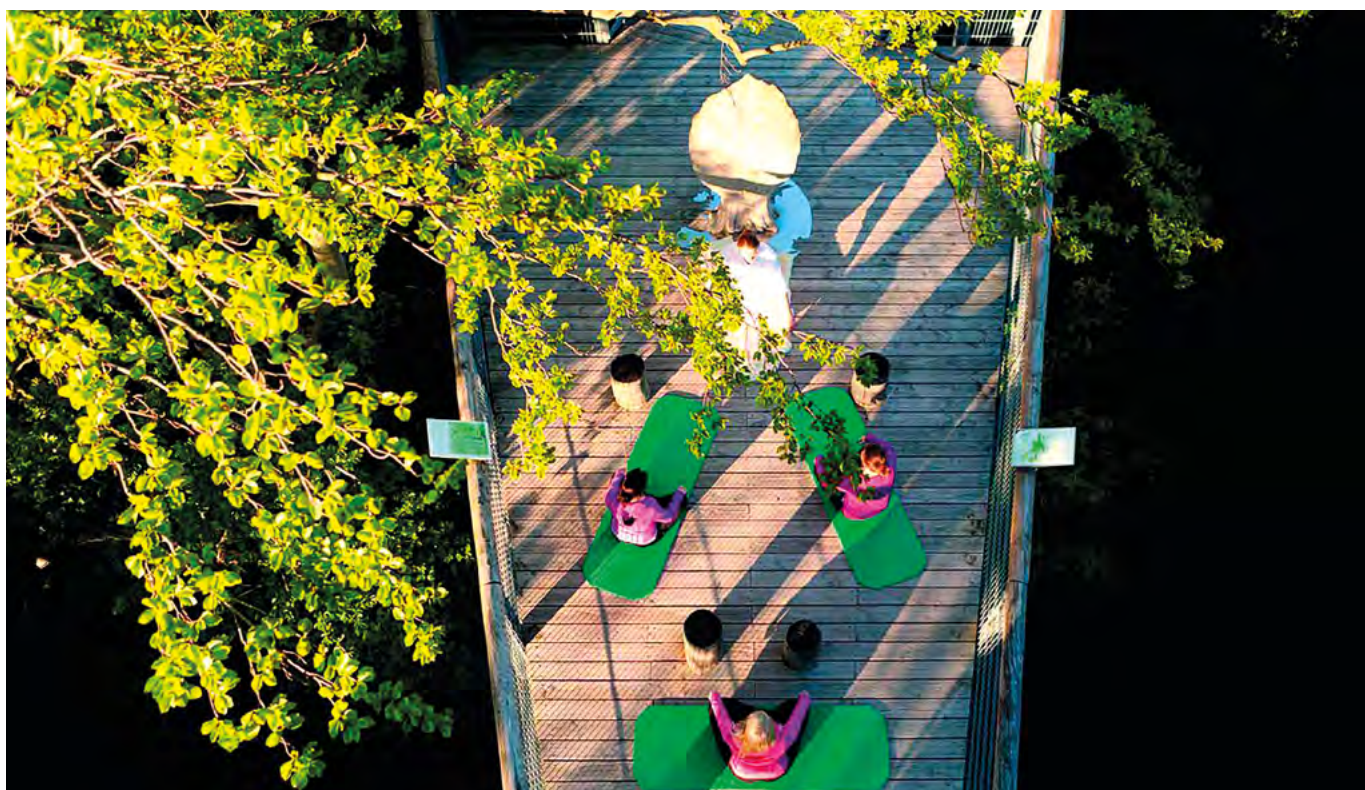
Darüber hinaus gibt es auch Unterschiede bei der Reiseform: Betreiben beispielsweise Österreicher, Schweizer und Niederländer eher aktiven Landurlaub, müssen sich Angebote für Briten eher an kulturell orientierten Rundreisen orientieren und zum Beispiel „Kurzzeit“-Naturerlebnisse ermöglichen.

<sup>8</sup> Deutsche Zentrale für Tourismus: Qualitätsmonitor 2011/2012 (S. 2)

## Weiterführende Informationen und Hilfestellungen



Quellmarktinformationen der Deutschen Zentrale für Tourismus, abrufbar unter: [www.germany.travel](http://www.germany.travel)



### 2.3.3 Nachhaltige Naturerlebnisse gestalten und kommunizieren

Ihr Angebot basiert auf sensiblen Naturräumen und nur wenn es gelingt, diese langfristig zu erhalten, können Sie auch touristisch erfolgreich sein. Achten Sie bei der Angebotsgestaltung deshalb immer auf eine **hohe Verträglichkeit für die regionale Natur- und Kulturlandschaft**.

Die Nationalen Naturlandschaften sind **für eine nachhaltige touristische Angebotsgestaltung prädestiniert**: Sie setzen Maßnahmen zum Schutz und Erhalt von Natur und Umwelt um, fördern regionale Kultur und Identität und stärken regionale Wirtschaftskreisläufe. Umso wichtiger ist es, dass Sie

über Ihr eigenes Engagement hinaus auch die weiteren **Akteure vor Ort für den Natur- und Umweltschutz sensibilisieren** können, um eine nachhaltige Tourismusentwicklung in der Region zu fördern.

Die folgende Checkliste ist daher zweigeteilt: Teil 1 enthält Hinweise zur Nachhaltigkeit, die Sie in Bezug auf die konkrete Angebotsgestaltung und Kommunikation im Rahmen des Produktrasters berücksichtigen sollten. Teil 2 definiert grundsätzliche Voraussetzungen für eine nachhaltige Tourismusentwicklung.

#### CHECKLISTE Nachhaltige Angebots- und Tourismusentwicklung



##### Teil 1: Grundsätze einer nachhaltigen Angebotsentwicklung

- Berücksichtigen Sie die Anforderungen einer natur- und kulturverträglichen Angebotsgestaltung (v. a. Beeinträchtigungen der Schutzgüter minimieren).
- Entwickeln Sie Angebotsbausteine, mit denen Sie das Verständnis und die Motivation für eine nachhaltige Entwicklung bei den Gästen fördern, z. B. eine Führung zum Thema Klimawandel.
- Sensibilisieren Sie die Gäste fortlaufend für die Besonderheiten und den Wert der regionalen Natur- und Kulturgüter, z. B. in den Besuchereinrichtungen, bei Führungen bzw. Audioguide-Touren sowie im Internet.
- Schaffen Sie bei Ihren Angeboten Bezüge zur Region und heben Sie diese deutlich hervor, z. B. beim Verkauf von regional erzeugten Produkten und Dienstleistungen oder bei der Auswahl von Architektur- und Designelementen.
- Fördern Sie ein nachhaltiges Verhalten Ihrer Gäste während ihres Aufenthaltes und stellen Sie entsprechende Hinweise und Hilfsmittel bereit, z. B. Informationen für eine klimafreundliche An- und Abreise, Bereitstellung und Verleih sanft-mobiler Verkehrsmittel bspw. E-Bike.
- Kommunizieren Sie Ihre Kompetenzen im Bereich Nachhaltigkeit sowie Natur- und Umweltschutz aktiv

nach innen und außen, um Unterstützer zu finden und sich im (Tourismus-)Markt zu positionieren.

##### Teil 2: Grundsätze einer nachhaltigen Tourismusentwicklung

- Fördern Sie eine naturnahe Gestaltung der Besuchereinrichtungen, z. B. durch den Einsatz von Naturmaterialien aus der Region. Verzicht auf eine extensive Flächennutzung.
- Ergreifen Sie Maßnahmen zur Reduzierung des Energie- und Wasserverbrauchs sowie des Abfallaufkommens in den Besuchereinrichtungen. Fördern Sie die Nutzung regenerativer Energiequellen. (➔ Kriterienkatalog Qualitätsoffensive Naturparke des VDN).
- Beteiligen Sie sich an einem regionalen Entwicklungsprozess zur Förderung des nachhaltigen Tourismus bzw. stoßen Sie diesen mit an (z. B. über die Partner-Initiative der Nationalen Naturlandschaften; ➔ Infobox „Partner der Nationalen Naturlandschaften“, S. 26).
- Sensibilisieren Sie die relevanten Akteure aus Tourismus, Wirtschaft und Politik sowie die Bevölkerung vor Ort für den Natur- und Umweltschutz und fördern Sie den Wissens- und Erfahrungsaustausch, z. B. mittels Fachexkursionen, Schulungen und Workshops.
- Beraten und koordinieren Sie bei touristischen Projekten, z. B. Entwicklung nachhaltiger Verkehrskonzepte, Qualifizierung klimafreundlicher Gastgeber.

### 2.3.4 Qualität des Naturerlebnisses sichern

Vor dem Hintergrund der **steigenden Erwartungen der Gäste** nimmt das Thema Qualität im Tourismus einen immer größeren Stellenwert ein. Nicht nur die Naturbegeisterten Best Ager, sondern auch die anderen Gästegruppen werden anspruchsvoller und stellen **hohe Anforderungen an den Komfort** („Convenience“) des Tourismusangebotes.

Für eine erfolgreiche Gestaltung des Naturerlebnisses ist es daher wichtig, dass die **allgemeingültigen Kriterien der touristischen Angebots- und Servicequalität** erfüllt werden, um die Gäste zufriedenzustellen. Damit die Qualität Ihres Angebo-



tes verlässlich und transparent an den Gast kommuniziert werden kann, wird empfohlen, sich an geeigneten Qualitätsinitiativen zu beteiligen und sich entsprechend zertifizieren zu lassen.

#### CHECKLISTE Angebots- und Servicequalität auf ganzer Linie sichern



- Beteiligen Sie sich an relevanten Qualitätsoffensiven, z. B. Qualitätsoffensive Naturparke des Verbands Deutscher Naturparke.
- Sichern Sie die Qualität Ihrer Infrastruktur, z. B. Qualitätsweg und -region „Wanderbares Deutschland“ des Deutschen Wanderverbands, Premiumwege des Deutschen Wanderinstituts, Qualitätsradroute und -region des Allgemeinen Deutschen Fahrradclubs.
- Entwickeln Sie barrierefreie Naturerlebnisse: Planen Sie barrierefreie Zugänge zu den Besuchereinrichtungen, gestalten Sie geeignete pädagogische Angebote und schulen Sie Ihre Mitarbeiter (➔ Anforderungen des bundesweiten Kennzeichnungssystems „Reisen für Alle“).
- Sichern Sie die Qualifizierung Ihres naturtouristischen Personals, z. B. Zertifizierte Natur- und Landschaftsführer des Bundesweiten Arbeitskreises der staatlich getragenen Bildungsstätten im Natur- und Umweltschutz, Sportliche Ausbildungsgänge der NaturFreunde Deutschlands (u. a. Wandern, Berg-, Schnee- und Kanusport), Ausbildungsprogramm des Deutschen Alpenvereins (Berg-/Klettersport), Aus- und Fortbildungsprogramm des Bundesverbands Kanu.
- Lassen Sie sich Ihr Engagement für Umweltschutz und Nachhaltigkeit zertifizieren (➔ Übersicht über Zertifizierungen für nachhaltigen Tourismus, Wegweiser durch den Labeldschungel von ECOTRANS).
- Unterstützen Sie den Auf- und Ausbau der Partnerinitiativen in den Nationalen Naturlandschaften, um einen Beitrag zur Sicherung der Qualität in der Region zu liefern (➔ Infobox „Partner der Nationalen Naturlandschaften“, S. 26).
- Kooperieren Sie bevorzugt mit touristischen Anbietern, die allgemeine und themen- bzw. zielgruppenspezifische Qualitätsstandards erfüllen (z. B. ServiceQualität Deutschland, i-Marke für Tourist-Informationen, DEHOGA-/DTV-Sterneklassifizierung für Beherbergungsbetriebe, ADFC Bett+Bike-Betriebe, Qualitätsgastgeber Wanderbares Deutschland, Qualitätsmanagement Kinder- und Jugendreisen, Ecocamping, Wellnesshotels des Deutschen Wellnessverbands ➔ Übersicht über Qualitätssiegel im Deutschlandtourismus des Deutschen Tourismusverbands).
- Beteiligen Sie sich an Veranstaltungen zum regelmäßigen Wissens- und Erfahrungsaustausch zwischen den Leistungsträgern der naturtouristischen Servicekette.

### 2.3.5 Natur für ein besonderes Erlebnis in Szene setzen

Während sich die allgemeinen Anforderungen an eine hohe Angebots- und Servicequalität relativ eindeutig bestimmen lassen, ist das bei der Definition eines „einmaligen Erlebnisses“ schon etwas schwieriger. Fest steht, dass die Gäste auf der **Suche nach intensiven, neuen und ungewöhnlichen Erfahrungen** sind. Dabei sind vor allem echte, ortstypische Erlebnisse gefragt, die die Besonderheiten des Ortes und seiner Bewohner widerspiegeln und dadurch nirgendwo sonst geboten werden können (➔ Kap. 2.3.1, S. 15).

Ihr Ziel sollte es daher sein, eine möglichst anregende Atmosphäre zu schaffen, um positive Erlebnisse zu begünstigen – die **Natur ist dafür gezielt in Szene zu setzen**. Dies erfordert eine sorgfältige Planung und Gestaltung der Zugänge zur Natur, wobei jeweils die unterschiedlichen Erwartungen und Wünsche der anzusprechenden Zielgruppe zu berücksichtigen sind.



#### Weiterführende Informationen und Hilfestellungen



Kurzreport „Produktinszenierung“ im Rahmen des Projektes „Tourismusperspektiven in ländlichen Räumen“ des Bundeswirtschaftsministeriums (2013), abrufbar unter: [www.bmwi.de](http://www.bmwi.de)

#### CHECKLISTE Natur als Erlebnis gestalten



- Legen Sie einen thematischen roten Faden fest (z. B. Besonderheiten der Tier- und Pflanzenwelt oder der regionalen Kultur und Historie), den Sie im gesamten Naturerlebnis aufgreifen können, z. B. bei der Gestaltung der Besuchereinrichtungen und Erlebnisangebote (Führungen, Kurse usw.).
- Gestalten Sie authentische Erlebnisräume, wobei natürliche Elemente der Natur (Landschaften, Plätze, Geräusche, Gerüche, Lichtwechsel usw.) bewusst einbezogen und um darauf abgestimmte, gestaltete Elemente der Besuchereinrichtungen (Architektur, Design, Materialien von Wegen, Informationstafeln, Besucherzentren usw.) ergänzt werden.
- Erzählen Sie spannende und emotionale Geschichten („Storytelling“) rund um das definierte Thema, die die Gäste berühren und die glaubhaft von authentischen „Darstellern“ bzw. regionalen Originalen vermittelt werden, z. B. im Rahmen einer Führung mit dem Ranger oder Förster.
- Binden Sie die Gäste aktiv und emotional ein. Machen Sie die Natur mittels aller Sinne erlebbar (Hör-, Geruchs-, Tast- und Geschmacksproben der Natur).
- Gestalten Sie den Besuch der Gäste dramaturgisch und binden Sie Höhepunkte sowie Überraschungen ein.
- Entwickeln Sie Experimentier- und Mitmachangebote unter Berücksichtigung der jeweiligen Gästebedürfnisse, z. B. Umweltlabor oder Quiz für Kinder, Schreibwerkstatt in der Natur für ältere Zielgruppe (➔ Checkliste „Zielgruppenorientierung“, S. 18).
- Kooperieren Sie mit touristischen Anbietern (z. B. Gastronomie und Beherbergung, Freizeiteinrichtungen), die Ihren roten Faden aufgreifen und weiter erzählen für ein ganzheitliches Erlebnis und zur Vorbereitung einer gemeinsamen Programmgestaltung und Vermarktung (➔ Kap. 3, S. 25).



### 3. Das Gesamterlebnis Natur gestalten

Unter Berücksichtigung der vorangegangenen Handlungsempfehlungen und Erfolgskriterien gelingt es Ihnen, ein attraktives Naturerlebnis in den Nationalen Naturlandschaften zu entwickeln. Das Naturerlebnis stellt zwar die Kernleistung dar, ist jedoch nur ein Baustein bzw. ein Bestandteil einer Vielzahl von Leistungen, die der Gast während seines Aufenthaltes nachfragt. Auch der Tagesbesucher, der nur wenige Stunden in den Nationalen Naturlandschaften verweilt, nutzt weitere Leistungen, z. B. für die An- und Abreise oder die Verpflegung vor Ort.



#### Gesamterlebnis Natur – die naturtouristische Servicekette

Exemplarisch stellt die naturtouristische Servicekette die **einzelnen Bestandteile für das Gesamterlebnis Natur** dar. Jedes Glied der Servicekette steht für eine Leistung oder ein Leistungsbündel, das der Gast vor, während und nach der Reise in Anspruch nimmt. Die Nationalen Naturlandschaften sind vorrangig für das sogenannte „Kernangebot“, das eigentliche Naturerlebnis, zuständig. Die weiteren Leistungen werden von den **touristischen Dienstleistern aus der Region** (u. a. Beherbergungs-, Gastronomie-, Freizeit- und Transportbetriebe) sowie weiteren Akteuren aus der regionalen Wirtschaft (u. a. Kultur- und Landwirtschaft, Handel und Gewerbe)

erbracht. Darüber hinaus nehmen die lokalen und regionalen Tourismusorganisationen eine wichtige Funktion bei der Vermarktung und dem Vertrieb des Naturerlebnisses sowie bei der allgemeinen Gästeinformation ein.

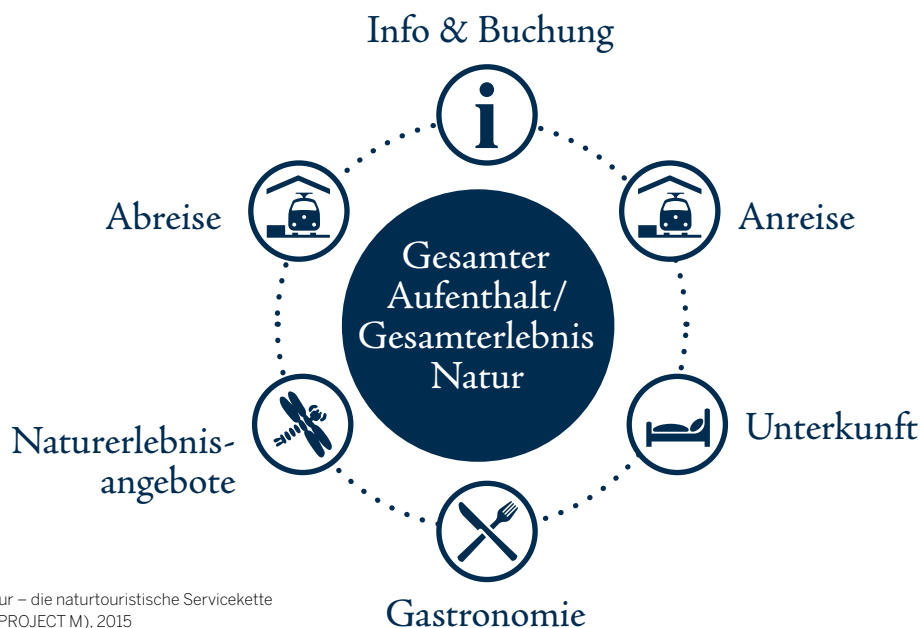


Abb. 6: Gesamterlebnis Natur – die naturtouristische Servicekette  
Quelle: eigene Darstellung (PROJECT M), 2015

## Qualität entlang der kompletten Servicekette sichern

Diese Leistungen sind eng voneinander abhängig – jedes Glied trägt maßgeblich zu einem gelungenen Gesamterlebnis bei. Von besonderer Bedeutung ist daher die **Sicherung der Qualität „auf ganzer Linie“**, d. h. alle gebotenen Leistungen, die der Gast in Verbindung mit seinem Aufenthalt nachfragt, sollten einem einheitlich hohen Qualitätsstandard entsprechen. Nur wenn alle Glieder der naturtouristischen Servicekette nahtlos ineinander greifen, wird der Urlaub als „runde Sache“ empfunden. Fehlt hingegen ein Baustein oder entspricht dieser nicht den Erwartungen, wirkt sich das negativ auf die Zufriedenheit der Gäste mit dem gesamten Angebot aus.

Umso wichtiger ist es, **geeignete Partner zu finden und sich mit diesen zu vernetzen**, um ein hochwertiges, attraktives und abgestimmtes Gesamterlebnis Natur bieten zu können, das sich auch positiv auf die nachhaltige touristische Entwicklung der Region auswirkt.



## Geeignete Partner auswählen

Nachfolgende Hinweise sollen Ihnen dabei helfen, wichtige Partner entlang der naturtouristischen Servicekette zu erkennen und auszuwählen. Vorrangig richten sich diese Hinweise direkt an die touristischen Partner der Nationalen Naturlandschaften; sie erfahren, welche Anforderungen zu erfüllen sind, um sich mit der eigenen Leistung optimal in das Gesamterlebnis Natur zu integrieren. Im Fokus steht dabei der eigentliche Gästeaufenthalt von der An- bis zur Abreise; Hinweise zur Information und Buchung erhalten Sie im folgenden Kapitel 4 (➔ S. 30).

## INFOBOX Partner der Nationalen Naturlandschaften

Seit einigen Jahren haben sich in verschiedenen deutschen Nationalparks, Naturparks und UNESCO-Biosphärenreservaten erfolgreiche Kooperationsmodelle zwischen Naturschutz und Tourismus entwickelt. Unter der Bezeichnung „Nationalpark-“, „Biosphärenreservats-“ oder „Naturpark-Partner“ sind zwischen den Verwaltungen des jeweiligen Schutzgebietes und den regional ansässigen, vorwiegend touristischen Unternehmen Netzwerke entstanden. Sie verfolgen das Ziel, die Zusammenarbeit zu verbessern, um dem Gast qualitativ hochwertige Aufenthalte in der Natur zu bieten. Um das Qualitätsniveau des Naturerlebnisses in den Nationalen Naturlandschaften weiter auszubauen und für den Gast transparent zu gestalten, hat eine Arbeitsgruppe unter dem Dach von EUROPARC Deutschland die Weiterentwicklung und Etablierung der Initiative „Partner der Nationalen Naturlandschaften“ angestoßen. Für die Partnerinitiativen gelten bundesweit einheitliche Qualitäts- und Umweltstandards

in den Bereichen Identifikation, Umweltorientierung und Regionalität sowie Qualität und Service. Vom Wattenmeer bis zum Bayerischen Wald erfüllen die ausgezeichneten Partnerbetriebe der Nationalen Naturlandschaften somit die Erwartungen der Gäste an eine gleich hohe Qualität. Zusätzlich werden die Partnerbetriebe regelmäßig zu den Besonderheiten ihres Schutzgebietes geschult, um die Schutzgebietsidee und den Wert der Naturräume sowie der Tier- und Pflanzenarten ihrer Region verlässlich an die Gäste zu vermitteln. Indem sie besondere Erlebnisse für ihre Nationale Naturlandschaft entwickeln, mit anderen Angeboten bündeln und intensiv vermarkten, fungieren sie als wichtiger Botschafter und bringen Wertschöpfung für die Region. Die Partner der Nationalen Naturlandschaften nehmen somit eine wichtige Rolle in der naturtouristischen Produktentwicklung ein. Aktuell gibt es bereits 22 Partner-Initiativen in den Nationalen Naturlandschaften mit über 800 ausgezeichneten Partnerbetrieben.

Quelle: EUROPARC Deutschland e. V.: Urlaub bei unseren Partnern, 2010 und online abrufbar unter: <http://partner.nationale-naturlandschaften.de> (Stand: August 2015)

## Weiterführende Informationen und Hilfestellungen

Kriterienkatalog „Bundesweite Mindestanforderungen für Kriterienkataloge der Partner-Initiativen“ des EUROPARC Deutschland e. V. (2011), abrufbar unter: [www.europarc-deutschland.de](http://www.europarc-deutschland.de)



### 3.1 Sanfte Mobilität zum und vor Ort sichern

Damit die Gäste das Naturerlebnis überhaupt wahrnehmen können, müssen sie **möglichst schnell, komfortabel und unkompliziert** zu ihrem Ausflugs- bzw. Urlaubsziel anreisen und sich vor Ort bewegen können. Aufgrund des steigenden Umwelt- und Klimabewusstseins der Gäste besteht immer häufiger die Bereitschaft zum Umstieg auf **sanfte Mobilitätsangebote**, die sich durch einen geringeren Ressourcenverbrauch und eine geringere Freisetzung von Treibhausgasen auszeichnen.<sup>9</sup>

Voraussetzung dafür ist, dass die **Mobilitätsketten zum und vor Ort sowohl auf die Bedürfnisse der Gäste als auch aufeinander ideal abgestimmt** sind, so dass ein Umstieg problemlos möglich ist. Zusätzlich gewinnen die Mobilitätsangebote an Attraktivität, wenn sie **dem Gast konkrete Mehrwerte bieten**. Folgende Hinweise zur Sicherung einer sanften Mobilität richten sich an alle Akteure entlang der naturtouristischen Servicekette:

<sup>9</sup> FUR Forschungsgemeinschaft Urlaub und Reisen e. V.: Abschlussbericht zu dem Forschungsvorhaben: Nachfrage für Nachhaltigen Tourismus im Rahmen der Reiseanalyse, 2014 (S. 50 ff.)

#### CHECKLISTE Sanfte Mobilität zum und vor Ort sichern



- Informieren Sie sich über die Beteiligungsmöglichkeiten an der Kooperation „Fahrtziel Natur“ von BUND, NABU, VCD und Deutscher Bahn: Prüfen Sie die Umsetzbarkeit der innovativen Mobilitätsstrategien anderer Schutzgebiete, die alle zwei Jahre mit dem „Fahrtziel Natur“-Award ausgezeichnet werden, für Ihre eigene Region. Entwickeln Sie umweltfreundliche Pauschalen und profitieren Sie von einem breiten Marketing- und Vertriebsnetzwerk.
- Suchen Sie die Zusammenarbeit mit relevanten Partnern wie Verkehrsverbänden und -trägern, der Landes- und Kommunalpolitik und den touristischen Akteuren vor Ort, um die Mobilitätsketten in Ihrer Region zu optimieren.
- Prüfen Sie, ob die öffentlichen Verkehrsmittel in Hinblick auf Kapazitäten, Abstellmöglichkeiten, Barrierefreiheit etc. auf die touristischen Bedürfnisse abgestimmt sind und geben Sie Hinweise zur Optimierung.
- Berücksichtigen Sie bei der Planung wichtiger Besuchereinrichtungen in den Nationalen Naturlandschaften die Erreichbarkeit mit öffentlichen Verkehrsmitteln mit attraktiven Taktzeiten. Entwickeln Sie Tagesausflüge und Mehrtagestouren so, dass sie an Haltestellen von Bus und Bahn beginnen und enden.
- Suchen Sie gemeinsam mit Ihren Partnern nach alternativen Mobilitätsangeboten, z. B. Urlauberbus, Carsharing, Leihfahrrad, Abholservice der Gastgeber oder Kooperation mit örtlichem Kleinbus- oder Taxiunternehmen (z. B. bei Gruppen). Prüfen Sie die Finanzierbarkeit, z. B. über die Kommunen und Landkreise, die Verkehrsträger, die Leistungsträger oder die Gäste.
- Beteiligen Sie sich an lokal oder regional vorhandenen Verleihsystemen, z. B. Einrichtung einer Fahrrad- bzw. E-Bike-Verleih- und Servicestation.
- Bieten Sie dem Gast sanfte Mobilitätsangebote mit Mehrwert, z. B. eine Pauschale mit einem rabattierten bzw. kostenfreien Ticket für Bus, Bahn und den öffentlichen Nahverkehr; alternativ: Nutzung der Gästekarte als Fahrausweis.
- Kommunizieren Sie die bestehenden sanften Mobilitätsangebote offensiv, so dass der Gast vor und während seines Aufenthaltes alle relevanten Informationen für eine alternative Fortbewegung erhält, z. B. Verlinkung zu elektronischen Fahrplänen und Kennzeichnung von Ausflugstipps, die per Bus und Bahn erreichbar sind.

#### Weiterführende Informationen und Hilfestellungen

Broschüre „Nachhaltige Mobilität in Fahrtziel Natur-Gebieten“ (2014), abrufbar unter: [www.fahrtziel-natur.de](http://www.fahrtziel-natur.de)

Kurzreport „Mobilität“ im Rahmen des Projektes „Tourismusperspektiven in ländlichen Räumen“ des Bundeswirtschaftsministeriums (2013), abrufbar unter: [www.bmwi.de](http://www.bmwi.de)



## 3.2 Naturnahe und ressourcenschonende Übernachtungen bieten

Das Naturerlebnisangebot der Nationalen Naturlandschaften ist häufig so vielfältig, dass sich ein Aufenthalt für mehrere Tage lohnt. Entsprechend wichtig ist, dass sich auch die Unterkunft durch einen **hohen Natur- und Umweltbezug** auszeichnet. Dieser kann für die unterschiedlichen Zielgruppen sehr verschieden gestaltet werden: Familien finden eine Nacht im Heuhotel oder auf dem Bauernhof spannend, während die Naturbegeisterten Best Ager Wert auf eine komfortable und designorientierte Gestaltung bspw. eines Bio-Hotels legen. Und

die aktiven Singles und Paare wollen am liebsten gleich von der Unterkunft aus zu sportlichen Höhepunkten starten und begrüßen eine auf ihre Bedürfnisse ausgerichtete Ausstattung bspw. einen Abstell- und Trockenraum.

Die Checkliste bündelt Hinweise für eine naturnahe und ressourcenschonende Gestaltung des Beherbergungsbetriebs, sie richtet sich an Anbieter, die sich in der Nationalen Naturlandschaft bzw. im unmittelbaren Umfeld befinden.

### CHECKLISTE Naturnahe und ressourcenschonende Übernachtung bieten



- Bieten Sie eine Unterkunft in ruhiger und idyllischer Lage, die möglichst attraktive Ausblicke in die Landschaft gewährt und in räumlicher Nähe zu den naturtouristischen Highlights der Nationalen Naturlandschaft liegt.
- Schaffen Sie eine angenehme und natürliche Wohlfühlatmosphäre, z. B. schadstofffreie, elektromog-reduzierte und allergiefreie Gestaltung der Zimmer, Zugang zum Garten usw.
- Berücksichtigen Sie regionale Spezifika bei der Auswahl von Architektur- und Designelementen. Bevorzugen Sie umweltfreundliche Materialien beim Bau und bei der Einrichtung der Zimmer.
- Ergreifen Sie Maßnahmen zur Reduzierung des Energie- und Wasserverbrauchs sowie des Abfallaufkommens in Ihrer Unterkunft. Fördern Sie die Nutzung regenerativer Energiequellen. Orientieren Sie sich dabei an den Maßnahmen des Umweltmanagements der Viabono-Zertifizierung (➔ Viabono Kriterienkatalog für die Hotellerie) bzw. vergleichbaren Nachhaltigkeitssiegeln. Ermitteln Sie Ihren CO<sub>2</sub>-Fußabdruck (z. B. Viabono-Partner CO<sub>2</sub>OL).
- Bevorzugen Sie regional verortete, ökologisch verträgliche Produkte und Dienstleistungen für Ihre eigene Leistungserstellung, z. B. in der Gastronomie (➔ Kap. 3.3, S. 29). Informieren Sie über die Herkunft der Produkte, um für regionale Besonderheiten zu sensibilisieren.
- Bieten Sie zielgruppenspezifische Services für Familien (z. B. Spielecke), Naturbegeisterte Best Ager (z. B. Naturkosmetika und Wellness-Produkte) oder Aktive Singles und Paare (z. B. Leihfahrrad, Abstell- und Trockenraum). Orientieren Sie sich an relevanten Zertifizierungssystemen (➔ ADFC Bett+Bike-Betriebe, Qualitätsgastgeber Wanderbares Deutschland, Qualitätsmanagement Kinder- und Jugendreisen, Ecocamping, Urlaub auf dem Bauernhof).
- Kooperieren Sie mit weiteren Akteuren in der Nationalen Naturlandschaft und beteiligen Sie sich, wenn vorhanden, an der Partner-Initiative (➔ Infobox „Partner der Nationalen Naturlandschaften“, S. 26).
- Stellen Sie Informationsmaterialien zu besonderen Naturerlebnissen in den Nationalen Naturlandschaften zur Verfügung. Sprechen Sie Empfehlungen aus und helfen Sie bei der Planung von Ausflügen in die Natur, z. B. Vermittlung von Naturführern der Nationalen Naturlandschaften. Bieten Sie Rad- und Wanderkarten, Naturführer, Naturentdeckerutensilien o. ä. an.
- Entwickeln Sie Pauschalen rund um die Naturerlebnisangebote in den Nationalen Naturlandschaften, die Sie selbst aktiv an Ihre Gäste vermarkten und vertreiben. Sichern Sie die Natur- und Umweltverträglichkeit der integrierten Aktivitäten.
- Kommunizieren Sie die bestehenden sanften Mobilitätsangebote offensiv, so dass der Gast vor und während seines Aufenthaltes alle relevanten Informationen für eine alternative Fortbewegung erhält (➔ Kap. 3.1, S. 27). Stellen Sie möglichst eigene klimafreundliche Mobilitätsangebote bereit, z. B. Transfer-service, Verleih von Fahrrädern/E-Bikes. Bieten Sie CO<sub>2</sub>-Kompensationsangebote (➔ Übersicht ausgewählter Anbieter von Emissionskompensationen für die Hotellerie).

### 3.3 Natürlich und regional genießen

Der **Genuss der landestypischen Küche und das Kennenlernen regionaler Produkte** nehmen in der naturtouristischen Servicekette einen besonderen Stellenwert ein. Um alle Sinne anzusprechen und das besondere Naturerlebnis abzurunden, können „Kostproben“ der Natur angeboten werden. Auf diese Weise profitieren auch weitere Akteure wie die regionalen Erzeuger von der touristisch motivierten Nachfrage. Mit der Nutzung und Vermarktung regionaler Produkte schaffen die Nationalen Naturlandschaften und ihre Partner somit

einen wichtigen Beitrag zur **Beförderung der Regionalentwicklung im Einklang mit einer naturverträglichen Landnutzung**. Zudem sind die Produkte aufgrund kürzerer Lieferketten besonders umweltverträglich.

Die folgende Checkliste richtet sich an Anbieter, die sich in der Nationalen Naturlandschaft bzw. im unmittelbaren Umfeld befinden.

#### CHECKLISTE Natürlich und regional genießen



- Schaffen Sie einen naturnahen Außenbereich. Greifen Sie regionale Spezifika bei der Auswahl von Architektur- und Designelementen für den Gastraum auf. Dekorieren Sie mit regionalem Bezug, z. B. Blumenschmuck.

z. B. mit Aufstellern am Buffet oder einem Einleger in der Speisekarte. Qualifizieren Sie Ihr Servicepersonal, damit sie spannende, authentische Geschichten über die Herkunft und die Produktion der Speisen erzählen können. Gäste schätzen den traditionellen Bezug.
- Verwenden Sie frische saisonale und regionale Produkte zur Herstellung regionaltypischer Spezialitäten. Nutzen Sie dabei auch alte Obst-, Gemüse- und Getreidesorten sowie Nutztierassen o. ä. und tragen Sie somit zu deren Erhalt bei. Greifen Sie bei der Zubereitung auf traditionelle Rezepte und Zubereitungsformen zurück.
- Bieten Sie dem Gast regionale Produkte zum Mitnehmen bzw. zum Verkauf an, z. B. Bereitstellung eines Lunchpaketes für die Radtour oder eines Familienpicknicks.
- Bevorzugen Sie (zertifizierte) Bio-Lebensmittel, die den Anforderungen des ökologisch verträglichen Anbaus und der artgerechten Haltung entsprechen. Achten Sie auf (zertifizierte) fair produzierte und gehandelte Lebensmittel (z. B. Kaffee und Tee, Reis und Getreide, Kakao usw.).
- Organisieren Sie kulinarische Veranstaltungen zur Vermittlung der regionalen Küche, z. B. Sammeln und Verarbeiten von Naturprodukten, Verkostung, Kochkurs, kulinarischer Themenabend, Einkehr beim Bauern oder Winzer.
- Bieten Sie eine leichte und gesunde Küche an, z. B. Natur-/Vollwertkost, vegetarische Gerichte, Speisen für Personen mit Lebensmittelunverträglichkeiten.
- Kooperieren Sie mit weiteren Akteuren in der Nationalen Naturlandschaft und beteiligen Sie sich, wenn vorhanden, an der Partner-Initiative (➔ Infobox „Partner der Nationalen Naturlandschaften“, S. 26).
- Informieren Sie über die Herkunft der Produkte, um für die regionalen Besonderheiten zu sensibilisieren, z. B. mit Aufstellern am Buffet oder einem Einleger in der Speisekarte. Qualifizieren Sie Ihr Servicepersonal, damit sie spannende, authentische Geschichten über die Herkunft und die Produktion der Speisen erzählen können. Gäste schätzen den traditionellen Bezug.
- Beteiligen Sie sich an regionalen Vermarktungsinitiativen (z. B. Regionalmarke) und kulinarischen Initiativen zur Vernetzung mit den Erzeugern und zur Förderung der regionalen Esskultur (z. B. Slow Food Deutschland).

#### Weiterführende Informationen und Hilfestellungen

Leitfaden „Nachhaltigkeit im Gastgewerbe“ des Deutschen Hotel- und Gaststättenverbandes Brandenburg e. V. (2015), abrufbar unter: [www.hoga-brandenburg.de](http://www.hoga-brandenburg.de)



## 4. Das Produkt buchbar machen

In der Praxis endet der Produktentwicklungsprozess in den Nationalen Naturlandschaften bislang häufig mit den vorangegangenen Arbeitsschritten. Das Gesamterlebnis Natur besteht aus marktfähigen Einzelleistungen unterschiedlicher Anbieter, die der Gast nach seinen Wünschen zusammenstellen und buchen kann. Das grundsätzliche Ziel, Leistungen rund um das Naturerlebnis in den Nationalen Naturlandschaften verfügbar zu machen, ist erreicht.

Allerdings ist dabei der Organisationsaufwand sowohl für den Gast als auch für die einzelnen Leistungsträger relativ hoch: Der Gast muss sich bei jedem Anbieter über den jeweiligen Angebotsbaustein informieren und eine Buchung abschließen – jeder Akteur muss dafür die entsprechenden Informationen ebenso wie Buchungsmöglichkeiten bereitstellen. Dies kann dazu führen, dass die einzelnen Angebotsbausteine **nicht ausreichend am Markt wahrgenommen** werden.

Um den Organisationsaufwand zu reduzieren und die Vermarktungs- und Vertriebsfähigkeit der Einzelleistungen des Gesamterlebnisses Natur zu erhöhen, können die einzelnen Angebotsbausteine von einem zentralen Koordinator (→ Kap. 1.1, S. 4) **gebündelt und zu einem touristischen Produkt zusammengeführt werden**. Die folgenden Arbeitsschritte sind „mehr Kür als Pflicht“, d. h. eine Umsetzung ist nicht zwingend erforderlich, da der Gast auch die individuellen Naturerlebnisangebote nachfragen kann. Falls vor Ort die notwendigen Voraussetzungen erfüllt sein sollten, ist eine Umsetzung dennoch ratsam, um die Marktfähigkeit der Naturerlebnisangebote zu steigern.



### Weiterführende Informationen und Hilfestellungen



Pauschalen-Assistent „Natur – Erlebnis – Angebote: Entwicklung und Vermarktung“ (inkl. Ablaufplanung, Preiskalkulation, Leistungsbeschreibung etc.) des Deutschen Tourismusverbands e. V. (2005), abrufbar unter: [www.naturerlebnisangebote.de](http://www.naturerlebnisangebote.de)

### 4.1 Konkreten Ablauf und Verfügbarkeit festlegen

Das Gesamterlebnis Natur kann als **eine Pauschale bzw. ein Gesamtpaket** (mindestens zwei Hauptleistungen mit einem Preis) an den Gast vermittelt werden. Dafür muss der zentrale Koordinator als **Reiseveranstalter auftreten und mit dem Gast einen Reisevertrag abschließen**. Für den Gast reduziert sich somit der Planungs- und Organisationsaufwand – er hat einen zentralen Ansprechpartner, der sich für alle Einzel-

leistungen verantwortlich zeichnet. Gerade für die Ansprache von ausländischen Gästen können Pauschalen sinnvoll sein, da diese **Angebote aus einer Hand** bevorzugen. Zusätzlich haben Pauschalen eine kommunikative Funktion, da sie den Gast kompakt über die vielfältigen Erlebnismöglichkeiten in den Nationalen Naturlandschaften informieren.



## CHECKLISTE Ablauf und Verfügbarkeit festlegen



- Stimmen Sie sich mit allen an der Produktentwicklung beteiligten Leistungsträgern ab, z. B. im Rahmen eines Produkt-Workshops.
- Definieren Sie alle Leistungsbestandteile bzw. Angebotsbausteine des Produktes und bringen Sie diese in einen chronologischen Ablauf. Legen Sie die Aufenthaltsdauer des Gastes fest, z. B. Tagesausflug oder mehrtägiger Aufenthalt (plus Anzahl der Übernachtungen).
- Achten Sie bei allen Angebotsbausteinen darauf, dass die betreffenden Anforderungen an Qualität und Nachhaltigkeit erfüllt werden. Prüfen Sie, ob alle Angebotsbausteine den Bedürfnissen der relevanten Zielgruppe entsprechen. Tauschen bzw. ergänzen Sie Angebotsbausteine, die optimal in das Gesamterlebnis Natur passen.
- Versuchen Sie bei der Produktgestaltung eine Dramaturgie rund um das Naturerlebnis aufzubauen und verfolgen Sie den thematischen roten Faden (➔ Kap. 2.3.5, S. 24).
- Bestimmen Sie die Verfügbarkeit des Produktes auf Basis individueller Kapazitätsbeschränkungen (Wie, wann, wie oft ist die Leistung verfügbar?) bei den einzelnen Angebotsbausteinen (z. B. ganzjährig, saisonal, auf Anfrage, nur zu festen Terminen etc.). Überlegen Sie, ob es sich um ein Produkt für Individual- oder Gruppenreisende handelt und legen Sie die Teilnehmerzahl fest (z. B. Mindest- und Maximalteilnehmerzahl).
- Prüfen Sie gemeinsam mit Ihren Partnern, wer die Aufgabe des Programmanbieters bzw. Reiseveranstalters übernehmen kann. Kontaktieren Sie bei Bedarf einen professionellen Reiseveranstalter. Kommunizieren Sie den Programmanbieter an den Gast.
- Informieren Sie sich über die gesetzlichen Rechte und Pflichten eines Reiseveranstalters, falls Sie diese Aufgabe selbst übernehmen (➔ Zusammenstellung „Recht im Tourismus“ des Deutschen Tourismusverbands).

## 4.2 Preis kalkulieren

Für das Angebot einer Pauschale sind im nächsten Schritt vom zentralen Koordinator alle enthaltenen Leistungen zu kalkulieren und zu einem Preis zusammenzuführen. Der **Preis stellt für den Gast ein wichtiges Entscheidungskriterium** dar; er entscheidet mit, ob der Gast das Produkt bucht. Der Preis steht aus der Sicht Ihres Gastes, aber nicht nur für Kos-

ten, sondern auch als Indikator für Qualität. Wird der Preis vom Koordinator zu hoch angesetzt, nimmt (möglicherweise) die Nachfrage ab. Wird der Preis hingegen zu niedrig kalkuliert, besteht die Gefahr, dass die Qualität des Produktes als gering eingeschätzt wird.

### CHECKLISTE Preis kalkulieren



- Berechnen Sie die Kosten pro Gast auf Basis aller für die Leistungserstellung anfallenden Kosten (z. B. Eintritt, Honorar Wanderführer, Übernachtung im Hotel, Werbematerialien, Kommission für Vertrieb). Definieren Sie eine Mindestteilnehmerzahl, um die Rentabilität des Produktes zu sichern.
- Orientieren Sie sich an der mit der Produktentwicklung verbundenen Zielsetzung (➔ Kap. 2.1, S. 11). Für manche Produkte kann es sinnvoll sein, einen Preis ohne Gewinnaufschlag festzusetzen, z. B. zur Förderung des Images.
- Kalkulieren Sie einen prozentualen Gewinnaufschlag, der sich an den Bedingungen des Marktes orientiert: Berücksichtigen Sie die Zahlungsbereitschaft der anvisierten Gäste sowie die Preise von Konkurrenzangeboten.
- Prüfen Sie, ob Sie mit den beteiligten Kooperationspartnern Sonderkonditionen vereinbaren können, z. B. Mengenrabatte. Von einer höheren Nachfrage bzw. einem höheren Gewinnaufschlag profitieren alle Leistungsträger.
- Differenzieren Sie den Preis nach Zielgruppe, Saison oder Buchungszeitpunkt, um die Auslastung zu steigern bzw. zu verlagern, z. B. Rabatte für Schulklassen, in der Nebensaison, unter der Woche, für Gruppen, für Frühbucher usw.
- Integrieren Sie besondere Leistungen in die Pauschale, die der Gast nur bei der Buchung des Gesamtpakets erhält (z. B. ein Begrüßungskorb mit regionalen Spezialitäten), um die Vergleichbarkeit des Preises zu reduzieren und gleichzeitig die Attraktivität der Pauschale zu erhöhen.
- Kommunizieren Sie offensiv die mit dem Produkt verbundenen Ausgaben für den Natur- und Umweltschutz in den Nationalen Naturlandschaften, um einen ggf. höheren Preis zu rechtfertigen und dem Gast das gute Gefühl zu vermitteln, sich selbst aktiv am Erhalt von Natur, Landschaft und Lebensraum zu beteiligen.

## 4.3 Vermarktung und Vertrieb planen

Das naturtouristische Produkt ist soweit fertig – jetzt muss es dem **potenziellen Gast bekannt gemacht werden und er muss es auch buchen können**. Auch wenn das Produkt noch so attraktiv gestaltet ist, wird es sich nicht an den Gast verkaufen lassen, wenn dieser nicht (ausreichend) darüber informiert wird. Dafür gibt es zu viele andere naturtouristische Produkte, die der Gast stattdessen „konsumieren“ kann.

Um die Vermarktung und den Vertrieb des fertigen naturtouristischen Produktes möglichst effektiv und effizient durchzuführen, ist eine **klare Aufgabenteilung zwischen den betei-**



**igten Akteuren** an dieser Stelle sehr wichtig: Die Nationale Naturlandschaft besitzt das **Fachwissen im Bereich Natur** und ist deshalb als glaubwürdige Botschafterin unbedingt in die Vermarktung einzubinden. Der Koordinator, meist die lokale bzw. regionale Tourismusorganisation, ist dafür zuständig, die Kommunikationsbotschaft der Nationalen Naturlandschaft auf Zielgruppenkonformität zu überprüfen und die passenden Kommunikations- und Vertriebskanäle auszuwählen



und zu bespielen, um den Gast zu erreichen. Nur in Ausnahmefällen, z. B. wenn vor Ort keine geeignete Tourismusorganisation vorhanden ist oder die Leistungsträger des Gesamterlebnisses Natur selbst über die notwendigen Kompetenzen und Ressourcen im Marketing und Vertrieb verfügen, kann es

sinnvoll sein, von dieser Aufgabenteilung abzuweichen. Voraussetzung sind klare Absprachen zwischen allen beteiligten Akteuren für einen **gebündelten und einheitlichen Marktauftritt**.

## CHECKLISTE Vermarktung und Vertrieb planen



- Verteilen Sie die Aufgaben für die Vermarktung und den Vertrieb des Produktes entsprechend der vorhandenen Kompetenzen und Ressourcen der eingebundenen Leistungsträger, z. B. im Rahmen des Produkt-Workshops (Wer kann welche Kanäle mit welchen Inhalten bespielen?).
- Definieren Sie einen prägnanten und aktivierenden Produkttitel, um die Aufmerksamkeit und die Emotionen der potenziellen Gäste zu wecken. Formulieren Sie einen kurzen und Lust machenden Einleitungstext, der auf die Motivation und die Bedürfnisse der Zielgruppe abzielt.
- Entwickeln Sie eine attraktive Leistungsbeschreibung, in der die Produktbestandteile und der Ablauf transparent und eindrucksvoll beschrieben werden. Stellen Sie den Nutzen sowie die Besonderheiten des Produktes heraus. Binden Sie für die Erstellung der Leistungsbeschreibung die Nationalen Naturlandschaften ein, um von deren Fachwissen zu profitieren.
- Binden Sie den thematischen roten Faden des Produktes ein und erzählen Sie eine spannende und authentische Geschichte oder lassen Sie diese über die Einbindung von „Darstellern“ bzw. regionalen Originalen erzählen.
- Heben Sie die vorhandene Qualifikation der einzelnen Leistungsträger (z. B. Qualitätsgütesiegel) hervor. Gehen Sie dabei insbesondere auf die Nationalen Naturlandschaften als Qualitätsmerkmal ein und binden Sie entsprechende Logos ein, um den Wiedererkennungswert zu erhöhen.
- Ergänzen Sie wissenswerte Informationen, z. B. Name des Programmanbieters und Kontaktdaten, Preis, Reisezeit und -dauer, Verfügbarkeit usw. (➔ Kap. 4.1, S. 30).
- Integrieren Sie aussagekräftige und qualitativ hochwertige Bilder, falls möglich auch Videos, um die Aufmerksamkeit und die Emotionen zu steigern. Achten Sie darauf, dass das Foto- und Videomaterial authentisch und nicht gestellt wirkt.
- Übersetzen Sie Ihre Kommunikationsbotschaft (z. B. in Englisch), falls das Produkt von fremdsprachigen Reisenden genutzt werden kann.
- Wählen Sie geeignete Kommunikations- und Vertriebskanäle aus, die am besten zur anvisierten Zielgruppe passen. Informieren Sie die Leistungsträger über Beteiligungsmöglichkeiten, z. B. über eine Anzeigenkampagne, auf der Website, bei einer Pressereise usw.
- Binden Sie weiterführende Detailinformationen und Einblicke, die die Leistungsträger über eigene Kommunikationskanäle bereitstellen, ein, z. B. Verlinkung auf Website, Teilen eines Beitrags in den sozialen Medien, Auslage eines Informationsflyers usw.
- Nutzen Sie insbesondere für neuartige Angebote auch Maßnahmen der Presse- und Öffentlichkeitsarbeit, z. B. Versand einer Pressemitteilung über bestehenden Presseverteiler.
- Suchen Sie nach geeigneten Kooperationspartnern, um die Reichweite der Kommunikationsbotschaft zu erhöhen, z. B. Landestourismusorganisation und Deutsche Zentrale für Tourismus, Verband Deutscher Naturparke und EUROPARC Deutschland, Reiseveranstalter usw.
- Suchen Sie einen erfahrenen und starken Vertriebspartner, der Zugriff auf die relevanten Buchungskanäle (z. B. Online-Plattform, direkter Vertrieb per Telefon und E-Mail, Reisebüro usw.) hat. Vereinbaren Sie gemeinsam die Provisionsregelung für das Produkt.

## 4.4 Fortlaufend die Qualität sichern

Nachdem das Produkt erfolgreich am Markt platziert wurde, ist es ebenfalls Aufgabe des zentralen Koordinators, **kons-tant die Qualität zu überprüfen**, um bei Problemen frühzeitig gegensteuern zu können. Wichtig ist dafür vor allem der Austausch mit den Gästen. Der Koordinator bündelt das

Feedback der Gäste, wertet es aus und beurteilt darauf basierend den Zielerreichungsgrad (➔ Kap. 2.1, S. 11). Bei Bedarf ist das Produkt in Zusammenarbeit mit den beteiligten Leistungsträgern zu optimieren.

### CHECKLISTE Fortlaufend die Qualität sichern



- Bitten Sie den Gast regelmäßig um Feedback (z. B. im direkten Gespräch oder per Fragebogen), um mögliche Qualitätsdefizite aufzudecken.
- Schaffen Sie eine Datenbasis und werten Sie verfügbare Messzahlen, die im Zusammenhang mit dem Produkt stehen, aus, z. B. Besucher- und Verkaufszahlen, touristische Wertschöpfungsquote, Image- und Bekanntheitsgrad usw.
- Bündeln Sie die erhobenen Daten und bewerten Sie darauf basierend den Zielerreichungsgrad des touristischen Produktes (➔ Kap. 2.1, S. 11). Kommunizieren Sie gemeinsame Erfolge offensiv nach außen, um die Zusammenarbeit zu stärken.
- Beraten Sie sich mit den beteiligten Leistungsträgern über Maßnahmen zur Qualitätsverbesserung. Organisieren Sie Qualifizierungsveranstaltungen und setzen Sie Anreize zur Verbesserung der Qualität (z. B. kostenfreie Beteiligung an Marketingmaßnahmen).

Mit dieser letzten Checkliste können Sie das Produktraster (➔ Kap. 1.2, S. 7) gemeinsam mit Ihren Partnern fertigstellen. Damit verfügen Sie nun über das komplette Rüstzeug, das wir Ihnen für die Entwicklung von attraktiven Naturerlebnissen mitgeben wollen. Für weitere Informationen und Einblicke in die Praxis empfehlen wir Ihnen die Langfassung, die unter [www.naturparke.de](http://www.naturparke.de) oder [www.europarc-deutschland.de](http://www.europarc-deutschland.de) abgerufen werden kann. Bei Fragen und Unklarheiten können Sie sich jederzeit gern an die Dachverbände Verband Deutscher Naturparke e. V. und EUROPARC Deutschland e. V. wenden (➔ Kontaktdaten im Impressum, S. 35).

**Wir wünschen Ihnen viel Erfolg für Ihre Naturerlebnisangebote und die Arbeit im Netzwerk!**



## IMPRESSUM

### Herausgeber

Verband Deutscher Naturparke e. V. (VDN)  
Holbeinstr. 12, 53175 Bonn  
Ulrich Köster, Kathrin Risthaus  
www.naturparke.de

EUROPARC Deutschland e. V.  
Pfalzburger Straße 43/44, 10717 Berlin  
Dr. Elke Baranek, Stephanie Schubert  
www.europarc-deutschland.de

Im Sinne einer besseren Lesbarkeit der Texte wurde entweder die männliche oder weibliche Form von personenbezogenen Hauptwörtern gewählt. Dies impliziert keinesfalls eine Benachteiligung des jeweils anderen Geschlechts. Frauen und Männer sind gleichermaßen angesprochen.

Für weiterführende Informationen kann die Langfassung unter [www.naturparke.de](http://www.naturparke.de) oder [www.europarc-deutschland.de](http://www.europarc-deutschland.de) abgerufen werden. Alle Eigentums- und Verfügungsrechte der Broschüre liegen beim Herausgeber. Jede Verwertung ist ohne ausdrückliche Zustimmung des Herausgebers unzulässig. Ohne schriftliche Genehmigung ist es zudem nicht gestattet, die Broschüre oder Teile daraus zu vervielfältigen. Der Herausgeber übernimmt keine Gewähr für die Richtigkeit, die Genauigkeit und Vollständigkeit der Angaben sowie die Beachtung privater Rechte Dritter.  
Stand: Oktober 2015

### Teilnehmer der projektbegleitenden Arbeitsgruppe

Dr. Kathrin Bürglen (Fahrtziel Natur), Barbara Engels (Bundesamt für Naturschutz), Elfriede Grabe (Thüringer Tourismus GmbH), Beate Job-Hoben (Bundesamt für Naturschutz), Brigitte Kohlhaas (Naturpark Siebengebirge), Dr. Stefanie Pfahl (Bundesministerium für Umwelt, Naturschutz, Bau und Reaktorsicherheit), Torsten Raab (Biosphärenreservat und Naturpark Hessische Rhön), Felix Rhein (Tourismus Marketing Baden Württemberg GmbH), Christine Sperling (Wikinger Reisen GmbH), Peter Südbeck (Nationalpark Niedersächsisches Wattenmeer)

### Konzeption und Text

PROJECT M GmbH  
Tempelhofer Ufer 23/24, 10963 Berlin  
Anne-Sophie Krause, Andreas Lorenz  
www.projectm.de

### Gestaltung

FISCHUNDBLUMEDESIGN Yvonne Berthold & Katrin Hellmann GbR  
www.fischundblume.de

### Druck

Rautenberg Media & Print Verlag KG  
www.rmp.de

### Bildnachweise

VDN/Gerhard Albricker (Titel/Rückseite), Lisa Mäder/EUROPARC Deutschland e.V. (S. 2/3), Stockpics/fotolia.com (S. 4), Smileus/Fotolia (S. 5 oben), lagom/fotolia.com (S. 5 unten/S. 16 unten), Rido/fotolia.com (S. 6 oben), N. Kolster/Nationalpark Eifel (S. 6 Mitte), Tourismusverband Spreewald (S. 6 unten), JGPhoto76/shutterstock.com (S. 11), Jan the Manson/fotolia.com (S. 12), Robert Kneschke/fotolia.com (S. 16 oben), Fotos593/Fotolia.com (S. 17 oben), WavebreakmediaMicro/fotolia.com (S. 17 unten), H.-D. Budde/Deutsche Bahn AG (S. 20 oben), A.Schnabler/LKN-SH (S. 20 Mitte), ScandinavianStock/shutterstock (S. 20 unten), Christian Habel/Tourist Information Bad Langensalza (S. 21), VDN/Raimund Knauf (S. 23), Siegfried Richter (S. 24), Gregor Scheiffarth (S. 25), VDN/Hans-Jürgen Zietz (S. 26), Eike Dubois/www.tourismus.saarland.de (S. 30), Stephanie Schubert/EUROPARC Deutschland e. V. (S. 31), Reeel/Fotolia (S. 32), blas/Fotolia (S. 34)

### Förderung

Der Leitfaden ist im Rahmen des Projektes „Naturschutz- und umweltbildungsorientierte Naturerlebnisangebote in den Nationalen Naturlandschaften“ entstanden. Das Projekt wurde durch das Bundesamt für Naturschutz aus Mitteln des Bundesministeriums für Umwelt, Naturschutz, Bau und Reaktorsicherheit gefördert.



Bundesministerium  
für Umwelt, Naturschutz,  
Bau und Reaktorsicherheit

Dieser Leitfaden gibt die Meinung des Herausgebers wieder und muss nicht mit der des Zuwendungsgebers übereinstimmen.



[www.naturparke.de](http://www.naturparke.de)  
[www.europarc-deutschland.de](http://www.europarc-deutschland.de)