

## Parks & Benefits – Die Charta-Prinzipien für nachhaltigen Tourismus

Arbeitsgruppensitzung „Kultur trifft Natur“

Protokoll vom 26.08.2010 – 9.00 bis 13.00 Uhr

Zur Einleitung wurde eine Power Point-Präsentation über die Prinzipien der Charta und die daraus abzuleitenden Aufgaben für die Arbeitsgruppe gezeigt.

**Die Arbeitsgruppe soll eine Strategie für Kultur- und Naturtourismus im Schutzgebiet vorbereiten, in dem sie strategische Ziele für die Entwicklung des Kultur- und Naturtourismus und dessen Management erarbeitet.**

**Die Strategie soll dazu beitragen,**

- die Umwelt und das kulturelle Erbe zu schützen und zu verbessern.
- die wirtschaftliche und soziale Entwicklung zu fördern.
- die Lebensqualität der Anwohner/innen zu verbessern.
- das touristische Angebot durch Besuchermanagement und Qualitätssteigerung zu verbessern.
- Aktivitäten anzuregen, die den Erhalt des historischen Erbes, der Kultur und der Traditionen unterstützen.
- sowohl im Schutzgebiet selbst als auch in seiner Umgebung hochwertige und leicht verfügbare Besucherinformationen bereitzustellen und den touristischen Unternehmen dabei zu helfen, dies ebenfalls zu tun.
- Besucher und Tourismuswirtschaft zu ermutigen, zum Erhalt des natürlichen und kulturellen Erbes beizutragen.
- den besonderen Bedürfnissen behinderter Menschen Rechnung zu tragen und Initiativen zu unterstützen, die die Qualität von Einrichtungen und Dienstleistungen prüfen und verbessern.
- Aktivitäten, Veranstaltungen und Programme zur Erläuterung der Natur und des kulturellen Erbes zu unterstützen.
- den Verkauf lokaler Produkte (Nahrungsmittel, Kunsthandwerk, örtliche Dienstleistungen) an Besucher und örtliche touristische Betriebe zu fördern.

**Die Leiterin der Arbeitsgruppe, Frau Hoffmann (Bürgermeisterin der Gemeinde Lancken-Granitz), hielt zur Einführung das Impulsreferat für die Arbeitsgruppe.**

Nach einer Vorstellungsrunde und der Einführung in das Thema durch Frau Hoffmann, wurden die zu diskutierenden Arbeitsschwerpunkte benannt.

- A. Natürliches Erbe der Region
- B. Kulturelles Erbe der Region
- C. Naturtouristische Angebote
- D. Umweltorientierung der touristischen Betriebe
- E. Regionalprodukte

und die Fragestellungen die zu diskutieren sind, wären:

1. Welche Angebote sind notwendig um die Saison zu verlängern und insbesondere in den ländlicheren Gemeinden den Naturtourismus zu stärken?
2. Wie ist der Erhalt des kulturellen und natürlichen Erbes zu sichern?
3. Wie können wir die Umweltorientierung der touristischen Betriebe fördern?
4. Wie können Tourismus und Naturschutz Partner werden?
5. Kann die Landschaft zur Profilierung der Region genutzt werden?
6. Kultur und Kulturlandschaft – wie schaffen wir mehr Bezug?
7. Inwieweit können Themen wie Informationsqualität, Informationskanalisation, und Neue Medien förderlich sein?

**Die Diskussion ergab folgende Schwerpunktthemen, die in einer künftigen Strategie Beachtung finden sollten:**

**Als wichtiger zukünftiger Arbeitsbereich, übergreifend für alle oben genannten Arbeitsschwerpunkte wird das derzeitige Marketing angesehen, und zwar sowohl „Indoor“ wie auch „Outdoor“**

- Die Ausschilderung sollte optimiert werden, d.h. im Rahmen des Parks & Benefits-Projektes sollte die Umsetzung des Wegekonzeptes für Rügen konstruktiv begleitet werden. Dort ist die Vereinheitlichung aller Wegeschilder für den Rad-, Wander- und Reitverkehr vorgesehen.
- Die Region, d.h. alle informationsgebenden Stellen, sollte sich auf die Nutzung und Bewerbung von einem einheitlichen und aktuellen Kartenwerk verständigen, wie es auch bei der Erarbeitung des Wegesystems erfolgt ist.
- Es sollten Richtlinien zur Verwendung von nicht hauseigenem Prospektmaterial erarbeitet werden, die ein koordiniertes Bewerben der Angebote ermöglichen, die die Region im Sinne eines nachhaltigen Tourismus fördern möchte. Eine Thematische Ordnung wäre hierbei hilfreich.
- Der derzeitige gemeinsame Veranstaltungskalender für Mönchgut-Granitz ist ein großer Schritt in Richtung gemeinsames Marketing. Es sollte darüber nachgedacht werden weitere Gemeinden im Bereich des BR mit einzubeziehen. Weitere gemeindeübergreifende thematische Faltblätter könnten folgen.
- Das Biosphärenreservat sollte mit gutem Beispiel vorangehen und einen Vorschlag zur Einrichtung einer BR-Infoecke in den Informationsstellen und den Hotels und Pensionen entwerfen.

### **Zu A. Natürliches Erbe der Region - Analyse und erste Gedanken**

Im Biosphärenreservat Südost-Rügen gibt es eine einzigartige und attraktive Kulturlandschaft mit interessanten Einblicken in Naturareale wie Kliffs, Schilfgebiete, Moore, eine vielfältige Flora und Fauna, die unseren Einheimischen und Gästen die Möglichkeit bietet sich aktiv zu bewegen. Wichtig ist die Recherche der derzeitigen Angebote.

- Die Möglichkeiten, die unsere Landschaft für Naturerlebnisreisen bietet sind sehr vielfältig. Unter Berücksichtigung der unterschiedlichen Schutzwürdigkeit einzelner Areale sollte daher eine abgestimmte Angebotserweiterung von „Erlebnisführungen“ erarbeitet werden.
- Reine Naturführungen, wie Vogelbeobachtungen sind jedoch eher ein Nischenprodukt, wogegen eine Mischung aus Natur- und landschaftsgebundenem Kulturerlebnis einem breiten Publikum ein abwechslungsreiches Erleben und Verstehen der Region ermöglicht.
- Das natürliche Erbe sollte in mehr geeigneten Bereichen barrierefrei erlebbar sein, nicht nur für Gehbehinderte sondern auch im Informationsbereich z.B. für Sehbehinderte.
- Ausbau des Führungsangebotes
- Ausbau des Informationssystems
- Datenbank erstellen oder übernehmen

## **Zu B. Kulturelles Erbe der Region - Analyse und erste Gedanken**

Im Biosphärenreservat Südost-Rügen ist eine reichhaltige Kulturlandschaft mit einer langen Siedlungstradition vorhanden. Dies kann als Saisonverlängerung sehr gut genutzt werden. Wichtig ist die Recherche der derzeitigen Angebote.

- Es ist in den letzten Jahren ein Kulturverlust durch den Rückgang von traditionellem Handwerk zu verzeichnen. Wie ist dieses Handwerk zu fördern, ohne das man das entsprechende Handwerk nur noch in einem musealen Sinne ausübt.
- Die Dörfer sollten mehr für sich sprechen und ihr Angebot für Gäste ausbauen. Attraktive Ortsgestaltung und gemeinsame Ortsentwicklung ist ein wichtiger Bestandteil der Gästebindung in der Region.
- Verknüpfung von kulturellen Events z.B. eine geführte Wanderung mit anschließendem Kurzkonzert in einer Düne/ einem Strand
- Der Ausbau des kulturellen Angebotes in Kirchen, wie z.B. Kirchenkonzerte und Kirchenführungen, insbesondere über die Hauptsaison hinaus sollte gefördert werden. Dies ist eine saisonverlängernde Maßnahme und auch für die einheimische Bevölkerung eine Bereicherung ihres Gemeinschaftslebens. Die 3 Säulen die es zu stärken und auszubauen gilt:
  1. in der Hauptsaison
  2. Saisonverlängerung durch Kulturtourismus
  3. Einheimische in der Adventszeit etc.
  4. Friedhofsführungen
- Bildung einer AG Kirchenkreis
- Die Wiederauflage attraktiver Faltblätter wie Guts- und Herrenhäuser auf Rügen und Backsteinkirchen auf Rügen sollte erwogen werden.
- Welche Events könnten insbesondere im ländlichen Raum initiiert werden? Naturfotografie, Festivals...

## **Zu C. Naturtouristische Angebote - Analyse und erste Gedanken**

- Naturtourismus ist ein Trendthema und gerade in einem UNESCO- BR außerordentlich gut vermarktungsfähig.
- Es muss eine gute Recherche über die Erwartungen des „Naturtouristen“ erfolgen und es sollten Angebote sowohl für die Touristen die sich „Aktionen vor der Naturkulisse“ wünschen, als auch für die, die „Aktionen mit der Natur“ bevorzugen, geben.
- Die Initiatoren für die Aktivtouristen sind häufig die Kinder, daher sollten Initiativen wie die „Urlaubsranger“ und die „Juniorranger“ gefördert werden.
- Die Zusammenarbeit aller im Naturtourismus ist zu stärken. Kommunen, Anbieter und Vermarktungseinrichtungen sollten gemeinsam die Angebotspalette erarbeiten.
- Soll der Naturtourismus als neuer Tourismuszweig entstehen oder soll der Rad-/Wanderer umgestellt werden. Man könnte den Naturtourismus spezialisieren z.B. mit der Naturfotografie und/ oder der Vogelbeobachtung und ggf. mit dem Rad-/Wandertourismus kombinieren.
- Ein Naturtourist hat den Anspruch, dass er über das Gebiet durch das er Rad fährt oder wandert gut informiert wird, d.h. umfangreiches Informationstafel-system und auch geführte Wanderungen (Angebotsvermittlung muss aber stimmen).

- Mit dem Inselreich e.V. ist ein wichtiger Baustein in dem Bereich Vermarktung von natur- und kulturtouristischen Angeboten geschaffen worden
- Ausbau des Informationssystems
- Datenbank erstellen oder übernehmen
- 

#### **Zu D. Umweltorientierung der touristischen Betriebe – Analyse und erste Gedanken**

- Welche Schulungsangebote gibt es derzeit für das Tourismusgewerbe?
- Welche Schulungsangebote wären sinnvoll um eine Umorientierung der Betriebe zu fördern?
- Welche Partner sind mit ins Boot zu holen um eine Qualitätsmarke zu schaffen?
- Es sollte eine Liste der Unternehmen erstellt werden, die an einer Qualitätsmarke interessiert sind.
- welche Unternehmen sind mit ins Boot zu holen um eine Qualitätsmarke zu schaffen?
- Initiierung der Partnerinitiative „Partner des Biosphärenreservates“
- Der Tourismusverband hat digital eine Plattform mit allen Informationen geschaffen, die über das Internet eingesehen werden kann (die kleineren Pensionen bekommen den Print).
- Natur- und kulturtouristische Infomappe / digital und in Papierform für die Hotels und Pensionen gestalten.

#### **Zu E. Regionalprodukte – Analyse und erste Gedanken**

- Wichtig ist die Recherche, welche regionalen Produkte gibt es, wer stellt sie her und wer möchte über sein bisheriges Maß hinaus vermarkten.
  - Datenbank erstellen oder übernehmen
  - Welche regionalen Absatzformen und -märkte gibt es oder sind in Planung
  - Welche Vereine beschäftigen sich mit regionalen Produkten oder regionaler Qualität?
  - Wie erreiche ich mit den Produkten die Touristen?
  - Wie erreiche ich mit den Produkten die Einheimischen?
  - Wie erreiche ich mit den Produkten die „Multiplikatoren“ wie Hotels, Pensionen und das Gastgewerbe?
- Inselreich vermarktet Reiseangebote in Zusammenhang mit Hotelbuchungen  
 → Rügenprodukte vermarktet und produziert Produkte von Rügen