

LEADER Mittelbaden
10.03.2022



Nachhaltiger Tourismus in der Nationalparkregion Schwarzwald



Was ist eigentlich Tourismus?



Eine Reise zur Begierde



Aber was ist Begierde?



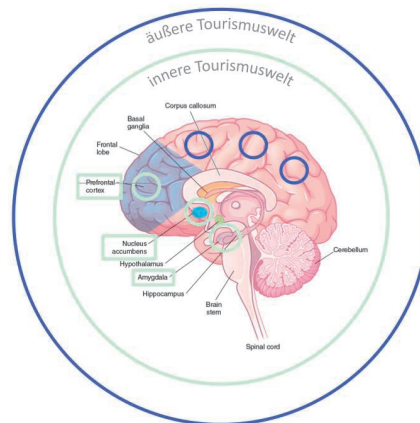
Ein Verlangen nach seelischem
Ausgleich, Emotionen, Phantasie und
Wünschen



Genau deshalb steht im Mittelpunkt
nicht ein Tourist, sondern ein Mensch



Ängste / Sehnsüchte



ÄUSSERE TOURISMUSWELT	INNERE TOURISMUSWELT
<ul style="list-style-type: none"> - SPEKTAKULÄRE LANDSCHAFT - SEEN, MEER, FLÜSSE - IMPOSSANTE BAUWERKE - BAHNEN, BÄDER, HÄNGEBRÜCKEN - AUSSICHTSTÜRME - BAUMWIPFELPFADE - SKYWALKS - WASSERFÄLLE - LEUCHTTURMARCHITEKTUR - MEGAFUNA - MEGAFLORA - GOURMET-GASTRONOMIE - TOP-KULTUR USW. 	<ul style="list-style-type: none"> - ZU SICH SELBST KOMMEN - BALANCE ERLEBEN - GEDANKEN ORDENEN - KONTEMPLATION - MUSSE - SPIRITUALITÄT - TAGTRÄUMEN - BERÜHRT WERDEN - EINS SEIN MIT DER NATUR - INNIGE BEGEGNUNGEN - ICH-ZEIT ERLEBEN - KRAFT SCHÖPFEN/ENERGIE TANKEN - NACHHALTIG VON DEN EMPFINDUNGEN ZEHREN KÖNNEN USW.
<p>Sozialstatus-orientierte Destinationspräferenz; zielgruppenübergreifend. Am Ende kann ich meiner Community sagen: Schaut her! Ich war schon dort. Ich bin der Erste. Ich bin der Schläueste. Ich bin.....</p>	<p>Intrinsich-orientierte Destinationspräferenz; bedingt zielgruppenübergreifend. Am Ende kann ich mir sagen: Ich habe selbst etwas entdeckt, ich bin glücklich, ich habe Kräfte gewonnen, ich bin ausgleichender, mein Ego ist mit sich im Reinen, ich schaue anders auf die Welt....</p>
<p>Outbound-Marketing (eher)</p>	<p>Inbound-Marketing (eher)</p>



10.03.2022

Innenmarketing und Vertrauen



NATUR UND MENSCH :: DIE CONDITIO HUMANA DER NATIONALPARKREGION SCHWARZWALD
BEDEUTUNGSRAUM SCHWARZWALD => INNENMARKETING

RATIONAL

EMOTIONAL

KERN

- Schutzwürdiges bewaldetes Mittelgebirge mit abwechslungsreichen Landschaftsformationen, vielfältiger Flora und Fauna sowie einem interessanten Wechselspiel zwischen ursprünglicher und erschlossener Natur.

EMOTION

- Emotionale Dreifaltigkeit:
 1. Idealbild von Heimat
 2. Starkes Cluster von Gegenwelt
 3. Überschaubarkeit der Themenvielfalt

ELEMENTE

- Landschaft von Baumgrenze bis Rheintal
- Klima von subtropisch bis Reizklima
- schadstoffarme und sauerstoffreiche Luft
- überdurchschnittlich viele natürliche Produkte (Speisen/Getränke); Holz;

BEHARFE

- Entsprechungen zu: epochaler Bedürfnislage
Besonders zu Sicherheit, Gesundheit, Selbstbestimmung, Generationengerechtigkeit, struktureller Stabilität

QUALITÄT

- gute bis sehr gute touristische Infrastruktur
- kollektives Bewusstsein für Tourismuswirtschaft
- Klare Kenntnis zu zeitgemäßer TW
- weitgehend konsistente Ikonografie
- durchgängig entsprechend geschultes Personal

SEH-SÜCHTE

- Entsprechungen zu: epochalem Sehnsuchtsprofil
Besonders zu Selbstfindung und Ich-Bezogenheit, Authentizität, Entschleunigung, Analogisierung, Belohnung, Anerkennung, Bedeutsamkeit, Achtsamkeit, Harmonie und Konfliktlosigkeit, Geborgenheit...

INNOVATIONEN

- wie innovativ wirkt die Region?
- wie innovativ ist sie tatsächlich?
- warum ist „Innovation“ in allen Bereichen der zentrale Treiber?
- Wie innovativ können Menschen als Mensch sein?
- Was bedeutet es, sich als Individuum immer wieder an die Dynamik der Epoche anzupassen?
- Wie innovativ geriert sich eine Marke?
- „Innovativ“ bedeutet auch „positiv“! Gehen die an der Nationalparkregion Beteiligten positiv miteinander um?
- Kann man die Form der Gästebegegnung als „innovativ“ bezeichnen? Zahlt diese auf das Belohnungssystem ein?

BELOHNUNGSSYSTEME

- **Übertreffen der emotionalen Erwartungen**
Für Unternehmen, Verwaltungen, Services jeglicher Art gehört es mithin zur schwierigsten Disziplin, sagen zu können, wann Erwartungen von Kunden übertroffen werden – und zwar deutlich übertroffen werden.
Wir alle wissen: Erst dann tritt „Begeisterung“ ein, erst dann wird der Kunde sein Erlebnis positiv weiter erzählen.
Neuropsychologisch sind die Zusammenhänge heute völlig klar! Im praktischen Alltag hat davon aber kaum jemand eine Ahnung, geschweige denn verfügt über genügend Selbstreflexion, um sich entsprechend einstellen zu können.



Tradition In Gästeumsorgung
Tradition In Genuss
Tradition In Beherbergung
Tradition In Geborgenheit
Tradition In Innovation
Tradition In Markenbewusstsein
Tradition in Codierung (teilweise)
Tradition Im Umgang mit den Naturprodukten



Grundlagen / Tourismuskonzept



- Bildet die zentralen Strategien und gemeinsamen Werte ab
- Analysen zur Bedeutung des Tourismus in der Region
- Über 200 Einzelmaßnahmen(!)
 - Gefahr, dass es als Papiertiger in der Schublade verschwindet, bzw. erst gar nicht bekannt ist



Grundlagen / Tourismuskonzept



Das Tourismuskonzept, das Wegekonzept und das Verkehrskonzept sind mit den Infozentren die maßgeblichen und entscheidenden Faktoren in der Wahrnehmung des Nationalparks bei der Bevölkerung.



Grundlagen / Tourismuskonzept



Die Aufgaben und Ziele eines Nationalparks sind spannend und vielfältig. Das Motto "Natur Natur sein lassen" drückt zugleich das vorrangige Ziel des Schutzgebietes aus. Zugleich jedoch soll der Park auch den Menschen als Freizeit- und Erholungsort zur Verfügung stehen, um sich beispielsweise von der Hektik des Alltags erholen können.

Quelle: <https://www.nationalpark-schwarzwald.de/de/nationalpark/aufgaben-ziele/#c12213>



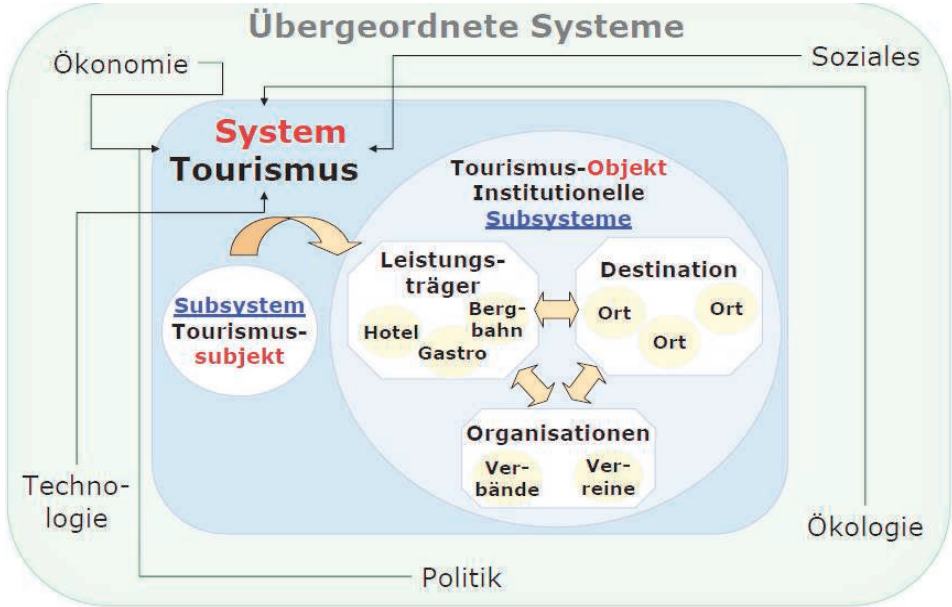
Grundlagen / Tourismuskonzept



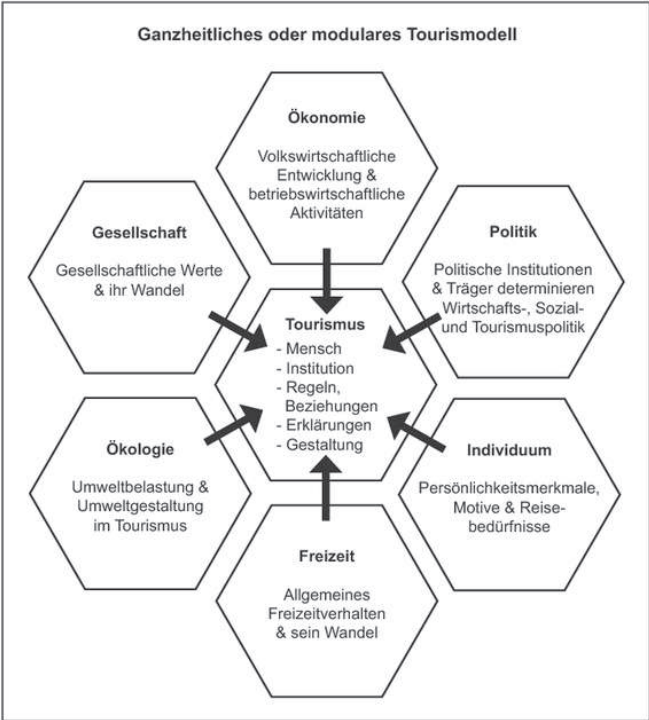
Somit kommt dem System Tourismus in und um dem Nationalpark Schwarzwald herum eine besondere Bedeutung zu.



Grundlagen / System Tourismus



Grundlagen / System Tourismus

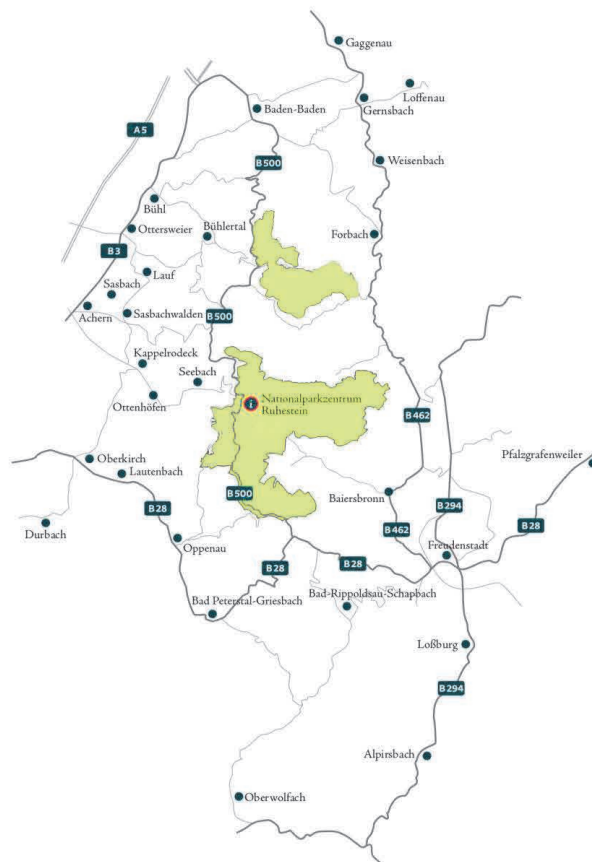


Quelle: In Anlehnung an Freyer, W., Tourismus: Einführung in die Fremdenverkehrsökonomie, 9. Auflage, 2009, S. 47



Zusammenarbeit

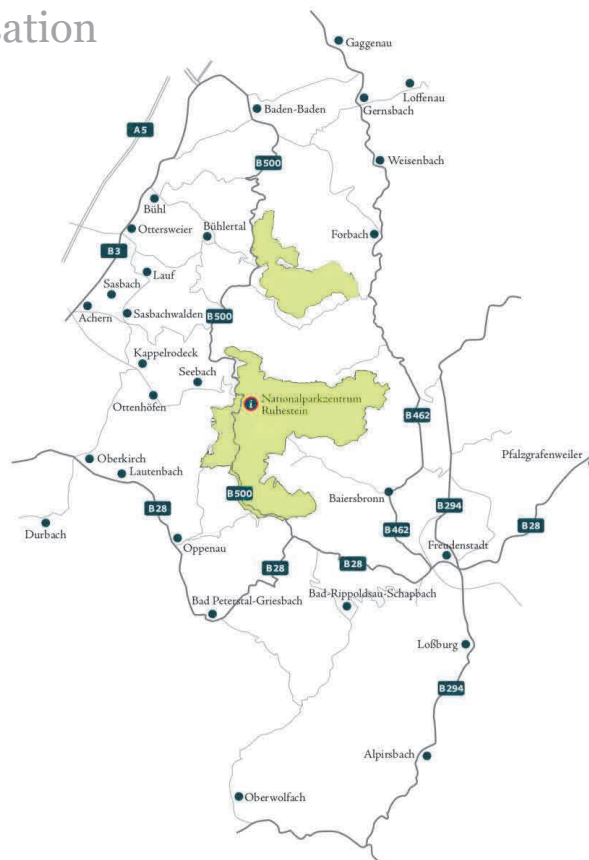
28 Gemeinden
In 3 Landkreisen



Zusammenarbeit / Organisation

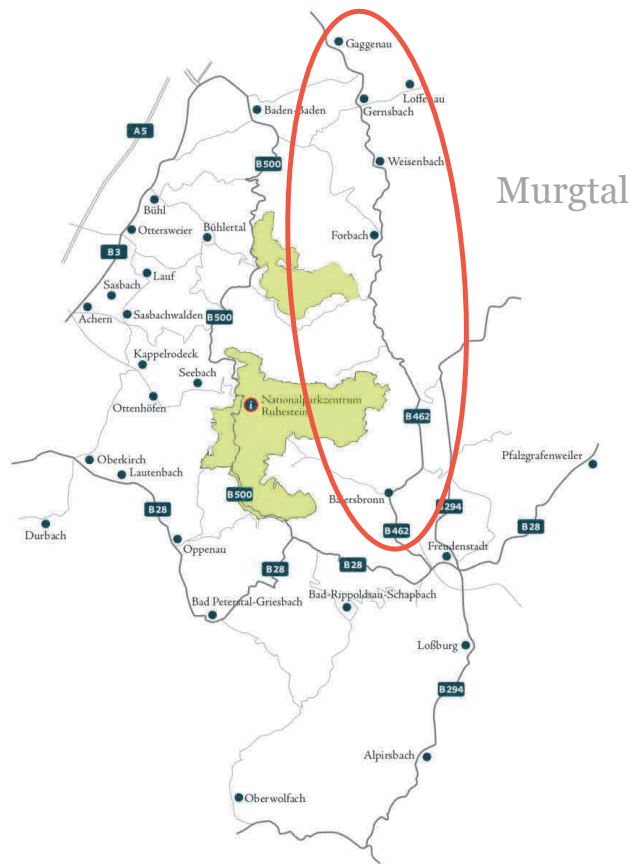


7 Cluster
27 Gemeinden



Zusammenarbeit

7
27 Cluster
Gemeinden



Zusammenarbeit

7 Cluster
27 Gemeinden



Zusammenarbeit



7 Cluster
27 Gemeinden

Renchtal /
Durbach



Zusammenarbeit



7 Cluster
27 Gemeinden

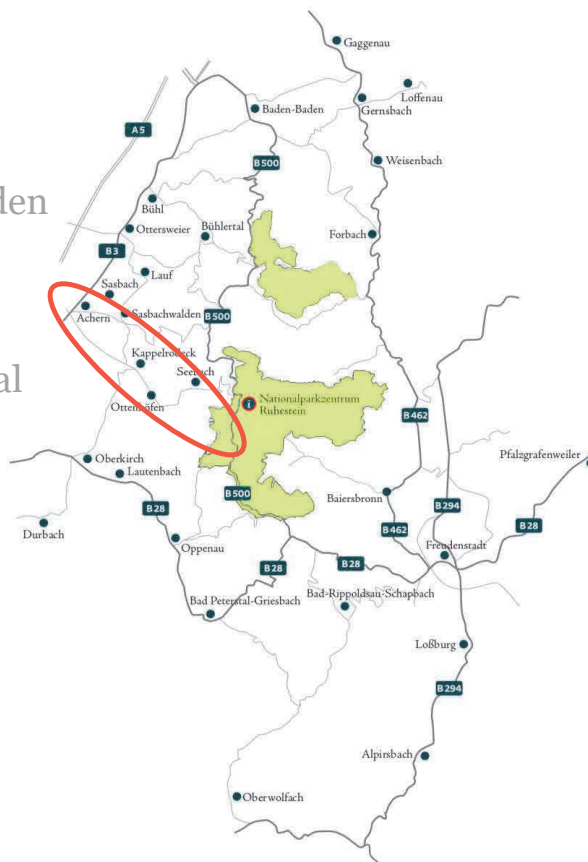
Wolftal / Ortenau



Zusammenarbeit

7 Cluster
27 Gemeinden

Achertal



Zusammenarbeit



Bühl/Bühlertal



7 Cluster
27 Gemeinden



Zusammenarbeit

Ferienregion
Sasbachwalden

7
27

Cluster
Gemeinden



Umsetzung Destinationsorganisation



Zur Umsetzung der der gemeinsamen Ziele und Maßnahmen
wurde im November 2020 die Nationalparkregion
Schwarzwald GmbH gegründet



Grundlage der Zusammenarbeit und der Kooperation in der Nationalparkregion ist der gemeinsame Wille, unseren Lebensraum nachhaltig für die zukünftigen Generationen zu sichern. Hierfür wurden in einem breit angelegten Beteiligungsprozess Ziele und Strategien formuliert und ein Konzept für die nachhaltige touristische Entwicklung in der Nationalparkregion und im Nationalpark Schwarzwald mit allen relevanten Akteuren entwickelt. Dieses Konzept bildet die Grundlage und ist somit der Handlungsleitfaden und Verpflichtung zur Erfüllung unserer zukünftigen Aufgaben.

Aufgaben



- Marketing und Servicedienstleistungen
- Entwicklung und Markteinführungen neuer Angebote
- Touristische Regionalentwicklung
- Unterstützung der Gesellschafter beim Aufbau der dafür notwendigen Infrastruktur
- Entwicklung von nachhaltigen touristischen Mobilitätsangeboten
- Betreiben einer gemeinsamen Informationsstelle im neuen Infozentrum



Ziele

*Wertschöpfung, Naturschutz und Heimatentwicklung,
Lebens- und Aufenthaltsqualität*

Allgemeine touristische Entwicklungsziele

Wirtschaftlich orientierte Ziele

- Langfristige **Sicherung** des Tourismus als bedeutsamer **Wirtschaftszweig**
- Stabile **Wertschöpfung** aus dem Tourismus innerhalb der Region
- Sicherung bestehender und Schaffung zusätzlicher **Arbeitsplätze** im und durch den Tourismus

Natur- und umweltbezogene Ziele

- Erhalt und weitgehend ungestörte **Entwicklung natürlicher und naturnaher Lebensräume** und Lebensgemeinschaften im Nationalpark (gemäß NLP-Gesetz)
- Erhalt und Weiterentwicklung der **schwarzwaldtypischen Kulturlandschaft** und Sicherstellung einer **Biotopvernetzung** im Umfeld des Nationalparks
- Dem Schutzzweck und der ökologischen **Tragfähigkeit angepasste touristische Nutzung** von Nationalpark und Umgebung

Soziale und kulturelle Ziele

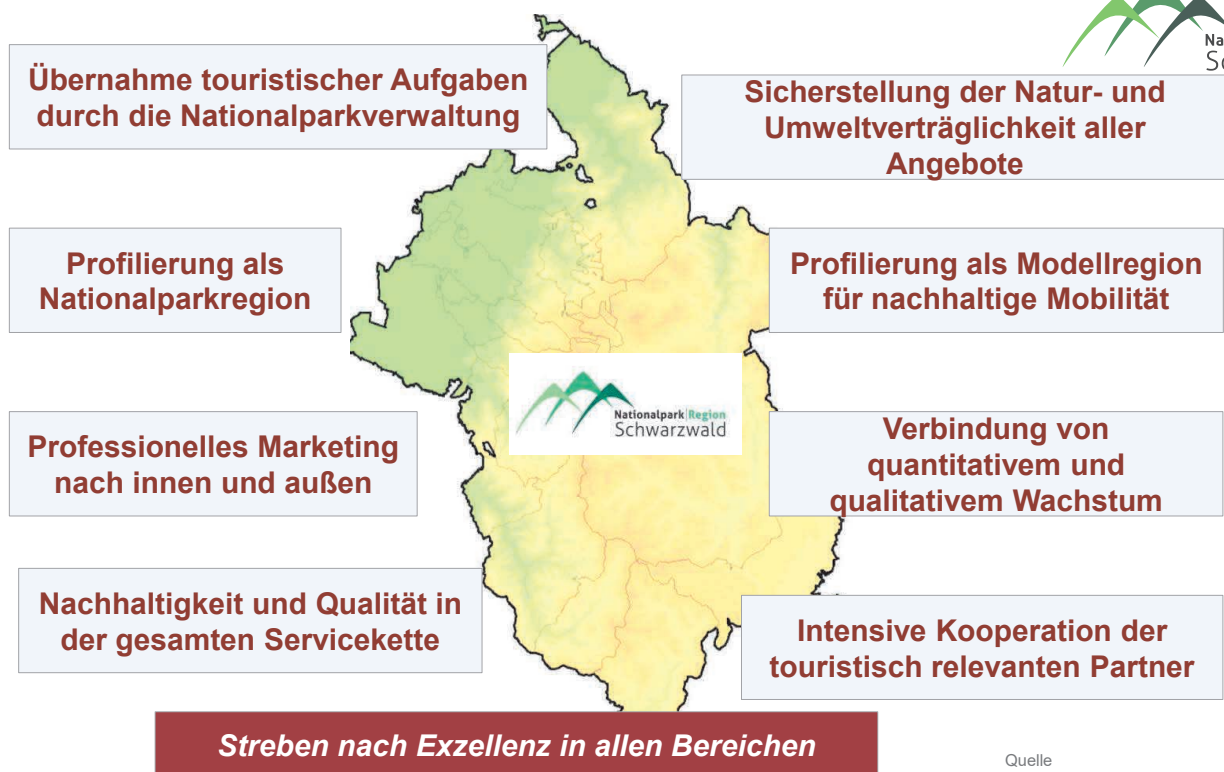
- Sicherstellung **hoher Aufenthaltsqualität** für Gäste
- Positiver Beitrag des Tourismus zur **Lebensqualität** der einheimischen **Bevölkerung**
- Förderung des **Verständnisses** für ökologische Zusammenhänge sowie den Wert der Natur und des Nationalparks Schwarzwald bei Einheimischen und Gästen
- Erhalt, Entwicklung und verträgliche touristische Nutzung **Schwarzwald-typischer Kultur**

Quelle Nationalparkregion



Strategien

*Streben nach Exzellenz in allen Bereichen
Profilierung als Nationalparkregion*

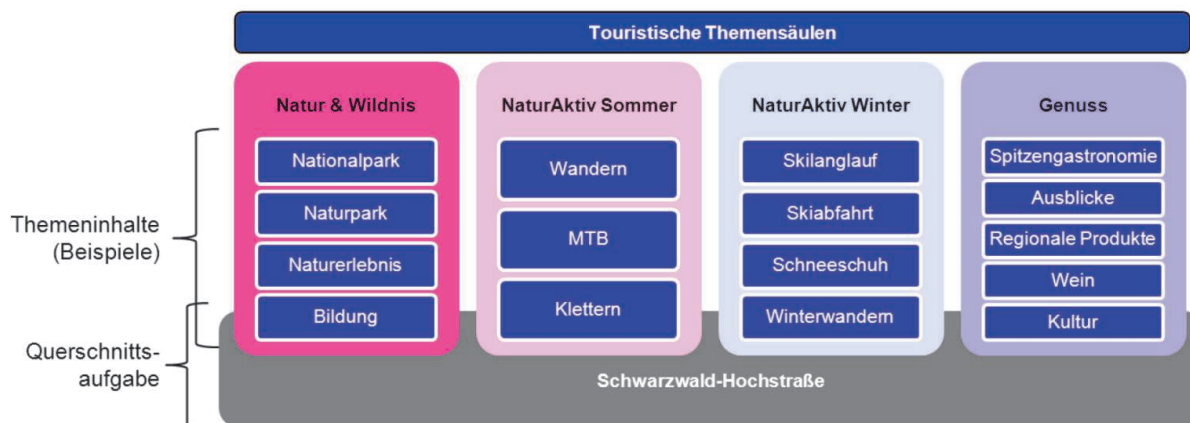


Positionierung und Themen

*Natur auf höchstem Niveau
Die Nationalparkregion mit dem besten Tourismusangebot
Wildnis, NaturAktiv, Genuss*

NLP-Region Schwarzwald: Natur auf höchstem Niveau

In der Nationalparkregion Schwarzwald vereinen sich wilde Natur und exzellenter Tourismus zu einem einzigartigen Genuss



Quelle: Kohl & Partner, Strategiepapier Tourismus Schwarzwaldhochstraße

Streben nach Exzellenz in allen Bereichen

- O. Barrierefreiheit
- P. Kooperation, Kommunikation
- Q. Qualität
- R. Monitoring, Evaluierung, Forschung



Unser gemeinsames Ziel:



*Als Nationalparkregion Schwarzwald möchten wir **Nachhaltigkeit in allen Bereichen** leben und durch unseren **Exzellenzanspruch** zu **Vorbildern** für weitere Regionen werden*



10.03.2022

Maßnahmen zur Nachhaltigkeit in der Nationalparkregion



- *Brückenprogramm DHBW Ravensburg zum Thema Resilienz*
- *Digitale Besucherlenkung für einen nachhaltigen und sensiblen Tourismus*
- *Aktive Bewerbung des verbesserten ÖPNV-Angebots*
- *Positive Besucheransprache z.B. durch Müllplakate*

Brückenprogramm DHBW Ravensburg zum Thema Resilienz



- *Verschiedene Szenarien erfordern eine resiliente Aufstellung der Region für den Tourismus und Einheimische*
 - *Pandemien*
 - *Klimawandel*
 - *Politische Veränderungen*
- *Für einzelne Orte kaum zu bewältigen*
 - *Zusammenschluss bringt Synergieeffekte mit sich und macht Resilienz erst möglich*

Brückenprogramm DHBW Ravensburg zum Thema Resilienz



Nationalparkregion Schwarzwald GmbH

RESILIENZKONZEPT

Resilienz

Strategie



Wie können Ressourcen aufgebaut werden, um Risiken zu bewältigen?

Ressource



10.03.2022



Digitale Besucherlenkung für einen nachhaltigen und sensiblen Tourismus



- *balanced tourism als Grundlage für die Region*
- *Hotspots der Region (z.B. Schwarzwaldhochstraße) sollen entlastet werden*
- *Modernes und digitales Informationssystem lenkt Besucher abhängig von der Auslastung zu weniger besuchten Sehenswürdigkeiten*
- *Umfassende Informationen und besondere Tipps können direkt an Besucher weitergegeben werden*

Eine Destination OPEN Data



10.03.2022

*Digitale Besucherlenkung für einen nachhaltigen
und sensiblen Tourismus*



16.02.2022

Digitale Besucherlenkung für einen nachhaltigen und sensiblen Tourismus



16.02.2022

Aktive Bewerbung des verbesserten ÖPNV-Angebots



- *Enge Zusammenarbeit mit den Verkehrsverbänden, Landkreisen und dem Verkehrsministerium BW*
- *Ziel ist es, die gute Vernetzung des ÖPNV in der Region bekannter zu machen*
 - *unter anderem durch Informationsflyer, Werbefilm, Radiospots, Social Media Kanäle und Presseberichte*

Aktive Bewerbung des verbesserten ÖPNV-Angebots



MIT BUS & BAHN INS GLÜCK ...

Verteilte Möglichkeiten die Nationalparkregion zu erkunden

4+4
Nationalpark-Region

über **50**
angebotene Orte

54
Bahnhöfen

Dieses Angebot wird im Nationalpark-Region als ein einheitliches Angebot mit dem Ziel der Nationalparkregion zu bewerben. In Kooperation mit der ÖPNV-Region Baden-Württemberg wird ein einheitliches Angebot für die Nationalparkregion erstellt. Dieses Angebot wird im Nationalpark-Region als ein einheitliches Angebot mit dem Ziel der Nationalparkregion zu bewerben. In Kooperation mit der ÖPNV-Region Baden-Württemberg wird ein einheitliches Angebot für die Nationalparkregion erstellt.

bwzot

— die Marke für den ÖPNV in Baden-Württemberg.

Der bswzot: Ein Ziel, ein Ticket, Landesweit.

Mit dem bswzot genießt ein zentraler ÖPNV, ein einheitliches Angebot für die Nationalparkregion. Das Ticket ist ein einheitliches Angebot für die Nationalparkregion. Das Ticket ist ein einheitliches Angebot für die Nationalparkregion. Das Ticket ist ein einheitliches Angebot für die Nationalparkregion.

Tickets für den ÖPNV in der Nationalparkregion

Die Nationalparkregion ist ein zentraler ÖPNV, ein einheitliches Angebot für die Nationalparkregion. Das Ticket ist ein einheitliches Angebot für die Nationalparkregion. Das Ticket ist ein einheitliches Angebot für die Nationalparkregion.

Mid Bus & Bahn in die Nationalparkregion

Unsere 21 Top-Tipps für die Anreise mit Bus und Bahn

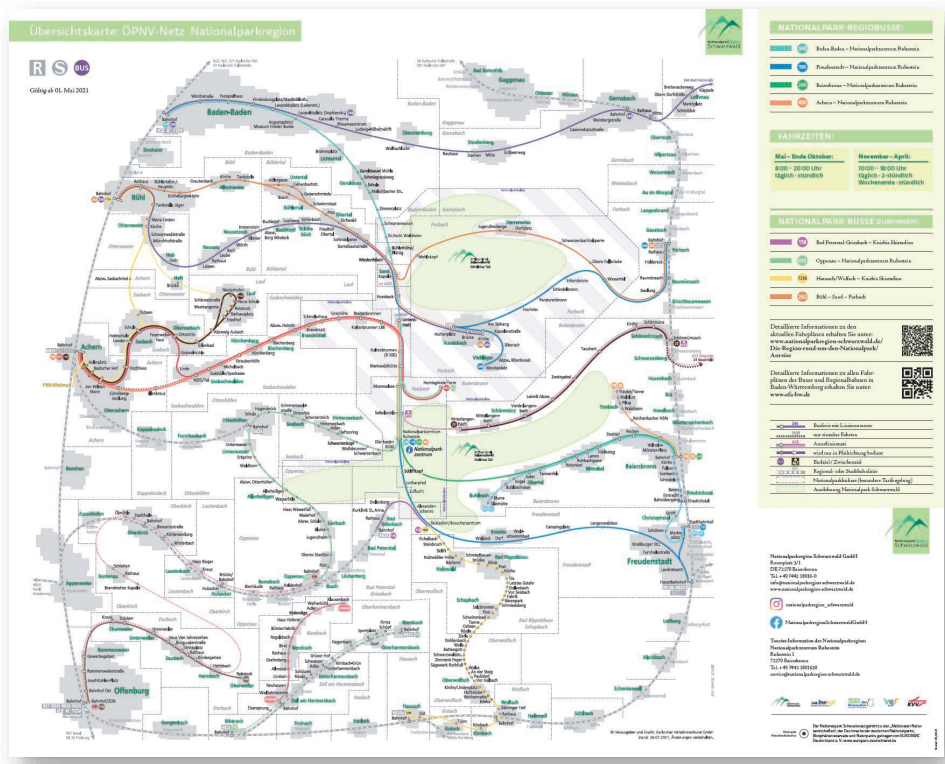
1. Nationalpark-Region Nationalpark-Region Länge: 100 km	2. Nationalpark-Region Nationalpark-Region Länge: 100 km	3. Nationalpark-Region Nationalpark-Region Länge: 100 km	4. Nationalpark-Region Nationalpark-Region Länge: 100 km	5. Nationalpark-Region Nationalpark-Region Länge: 100 km
6. Nationalpark-Region Nationalpark-Region Länge: 100 km	7. Nationalpark-Region Nationalpark-Region Länge: 100 km	8. Nationalpark-Region Nationalpark-Region Länge: 100 km	9. Nationalpark-Region Nationalpark-Region Länge: 100 km	10. Nationalpark-Region Nationalpark-Region Länge: 100 km
11. Nationalpark-Region Nationalpark-Region Länge: 100 km	12. Nationalpark-Region Nationalpark-Region Länge: 100 km	13. Nationalpark-Region Nationalpark-Region Länge: 100 km	14. Nationalpark-Region Nationalpark-Region Länge: 100 km	15. Nationalpark-Region Nationalpark-Region Länge: 100 km
16. Nationalpark-Region Nationalpark-Region Länge: 100 km	17. Nationalpark-Region Nationalpark-Region Länge: 100 km	18. Nationalpark-Region Nationalpark-Region Länge: 100 km	19. Nationalpark-Region Nationalpark-Region Länge: 100 km	20. Nationalpark-Region Nationalpark-Region Länge: 100 km
21. Nationalpark-Region Nationalpark-Region Länge: 100 km				

Die Nationalparkregion - 27 Gemeinden machen sich gemeinsam auf den Weg

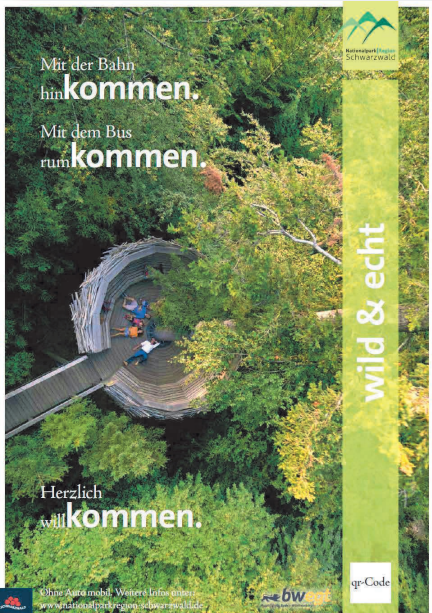
Die Nationalparkregion - 27 Gemeinden machen sich gemeinsam auf den Weg. Ein gemeinsames Angebot für die Nationalparkregion. Ein gemeinsames Angebot für die Nationalparkregion. Ein gemeinsames Angebot für die Nationalparkregion.



Aktive Bewerbung des verbesserten ÖPNV-Angebots



Aktive Bewerbung des verbesserten ÖPNV-Angebots



Positive Besucheransprache z.B. durch Müllplakate



- *Besucher der Region sollen positiv auf Nachhaltigkeit aufmerksam gemacht werden -> nicht mit erhobenem Finger*
- *Beispiele wie das Müllplakat erhalten deutschlandweit positive Zustimmung und werden stark nachgefragt*



10.03.2022

Positive Besucheransprache z.B. durch Müllplakate



Unbeliebte Naturbewohner

(die leider noch nicht vom Aussterben bedroht sind und ihre Verrittungszeiten)

Kleiner Schluckspecht <i>Equisetum cadaveri</i> bis 50.000 Jahre	Pappiges Becherlein <i>Coffea warmiana</i> bis 50 Jahre	Maultäschle <i>Mastix robus</i> 450 Jahre
Gelbes Schalentier <i>Rutidomus bonanicum</i> 1-3 Jahre	Blauer Dürstling <i>Tabaco ruschica</i> 2-7 Jahre	Weißer Rotzling <i>Papilio schryffatus</i> 1-5 Jahre
Großmauliges Blattwerk <i>Presse blablatia</i> 1-3 Jahre	Alter Dosenhopf <i>Dosis triffen</i> 500 Jahre	Geknickter Dürstling <i>Trappatori babbela</i> 500-1.000 Jahre
Gemeiner Beutler <i>Sachali plasticus</i> bis 120 Jahre	Gefüllter Dufgang <i>Stinki bombulus windeln</i> 500-800 Jahre	

Unterstützen Sie uns dabei, die rasante und oft gut getamte Vermehrung dieser Naturbewohner zu stoppen. Hat man sie einmal entdeckt, lassen sie sich ohne Widerstand auf-sammeln und in ihren ursprünglichen Lebensraum – den Abfallimer – bringen. Werden Sie aktiv für eine lebenswerte Umwelt!

Alle Angaben ohne Gewähr. Foto: Frank Hees, www.fotothek.de

Verleiht als Informationsplakat bei der Nationalparkregion Schwarzwald | Romangraben 3/1 | 78112 Diersheim
 E-Mail: info@nationalparkregion-schwarzwald.de | www.nationalparkregion-schwarzwald.de



10.03.2022

Positive Besucheransprache



Vorderseite

wild & echt // ruhig & entspannt

Nationalpark Region Schwarzwald

Der „Adlernest“ zählt zu den Highlights des ca. 3,5 km langen Wildnispfads. Zu erreichen ist der Startpunkt der Tour ganz einfach mit der Buslinie X45, Bushaltestelle Bühlehöhe/Plättig.

Rückseite

wild & echt // ruhig & entspannt

Nationalpark Region Schwarzwald

Schön hier, nicht wahr?

Der Slogan des Nationalparks lautet wild & echt! Aber wussten Sie schon, dass es im Nationalpark Schwarzwald neben echter Wildnis und wilden Tieren auch noch eine ganz andere wilde Spezies gibt? Die Wildparker! Und im Gegensatz zu anderen Tieren und Pflanzen, die es im Nationalpark zu schützen gilt, vermehrt sich diese ungern gesehene Spezies leider ziemlich unkontrolliert.

Dabei wäre es so einfach: Reisen Sie das nächste mal doch mit dem ÖPNV an: Verschiedene Buslinien bringen Sie aus allen 27 Gemeinden der Nationalparkregion zu jedem gewünschten Ziel. Und das ganz ohne stressige Parkplatzsuche. Probieren Sie es aus und erleben Sie den Nationalpark Schwarzwald ganz ruhig & entspannt!

Eine Übersichtskarte mit alle Strecken, alle Fahrpläne gesammelt in einer Broschüre im Hosentaschenformat und viele weitere Infos erhalten Sie kostenlos im Nationalparkzentrum auf dem Ruhestein und im Internet unter: www.nationalparkregion-schwarzwald.de

qr-Code auf was?



Mit der Bahn **hinkommen.**
Mit dem Bus **rumkommen.**
Herzlich **willkommen.**

10.03.2022



Positive Besucheransprache z.B. durch Müllplakate
 Weitere Beispiele



WILDTIERE
 Schützenswert - sind im Nationalpark herzlich willkommen

WILDPARKER
 Ungefragt bleiben - helfen Ihnen auf die OPNV zu kommen!

Bewegung beginnt im Kopf! Probieren Sie es aus:
 Nutzen Sie die öffentlichen Verkehrsmittel zum
 Hinkommen, Runtorkommen und Zurückkommen!

Logos: bwgpt, TCO Die Ortenau, vgf, KVV, QR code

SCHNEELAWINE
 Im Nationalpark Schwarzwald zum Glück alles anders!

BLECHLAWINE
 Laster oft verboten - Nutzen Sie das OPNV!

Bewegung beginnt im Kopf! Probieren Sie es aus:
 Nutzen Sie die öffentlichen Verkehrsmittel zum
 Hinkommen, Runtorkommen und Zurückkommen!

Logos: bwgpt, TCO Die Ortenau, vgf, KVV, QR code

10.03.2022



Vielen Dank für Ihre Aufmerksamkeit



LEADER Mittelbaden

10.03.2022

