

LEADER Mittelbaden  
10.03.2022



# Nachhaltiger Tourismus in der Nationalparkregion Schwarzwald



## Was ist eigentlich Tourismus?



## Eine Reise zur Begierde



Aber was ist Begierde?



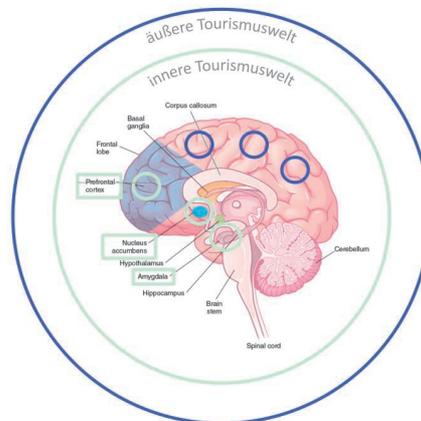
Ein Verlangen nach seelischem  
Ausgleich, Emotionen, Phantasie und  
Wünschen



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



# Ängste / Sehnsüchte



ÄUSSERE TOURISMUSWELT	INNERE TOURISMUSWELT
<ul style="list-style-type: none"> <li>- SPEKTAKULÄRE LANDSCHAFT</li> <li>- SEEN, MEER, FLÜSSE</li> <li>- IMPOSSANTE BAUWERKE</li> <li>- BAHNEN, BÄDER, HÄNGEBRÜCKEN</li> <li>- AUSSICHTSTÜRME</li> <li>- BAUMWIPFELPFADE</li> <li>- SKYWALKS</li> <li>- WASSERFÄLLE</li> <li>- LEUCHTTURMARCHITEKTUR</li> <li>- MEGAFUNA</li> <li>- MEGAFLORA</li> <li>- GOURMET-GASTRONOMIE</li> <li>- TOP-KULTUR</li> <li>USW.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- ZU SICH SELBST KOMMEN</li> <li>- BALANCE ERLEBEN</li> <li>- GEDANKEN ORDENEN</li> <li>- KONTEMPLATION</li> <li>- MUSSE</li> <li>- SPIRITUALITÄT</li> <li>- TAGTRÄUMEN</li> <li>- BERÜHRT WERDEN</li> <li>- EINS SEIN MIT DER NATUR</li> <li>- INNIGE BEGEGNUNGEN</li> <li>- ICH-ZEIT ERLEBEN</li> <li>- KRAFT SCHÖPFEN/ENERGIE TANKEN</li> <li>- NACHHALTIG VON DEN EMPFINDUNGEN ZEHREN KÖNNEN</li> <li>USW.</li> </ul>
<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 Schlaueste. 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**

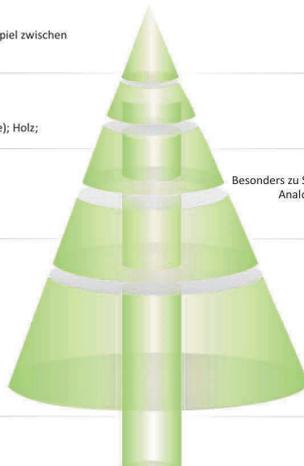
- Entsprechungen zu: epochalem Sehnsuchtsprofil  
Besonders zu Selbstfindung und Ich-Bezogenheit, Authentizität, Entschleunigung, Analogisierung, Belohnung, Anerkennung, Bedeutsamkeit, Achtsamkeit, Harmonie und Konfliktlosigkeit, Geborgenheit...

**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 Wegekonzzept 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>



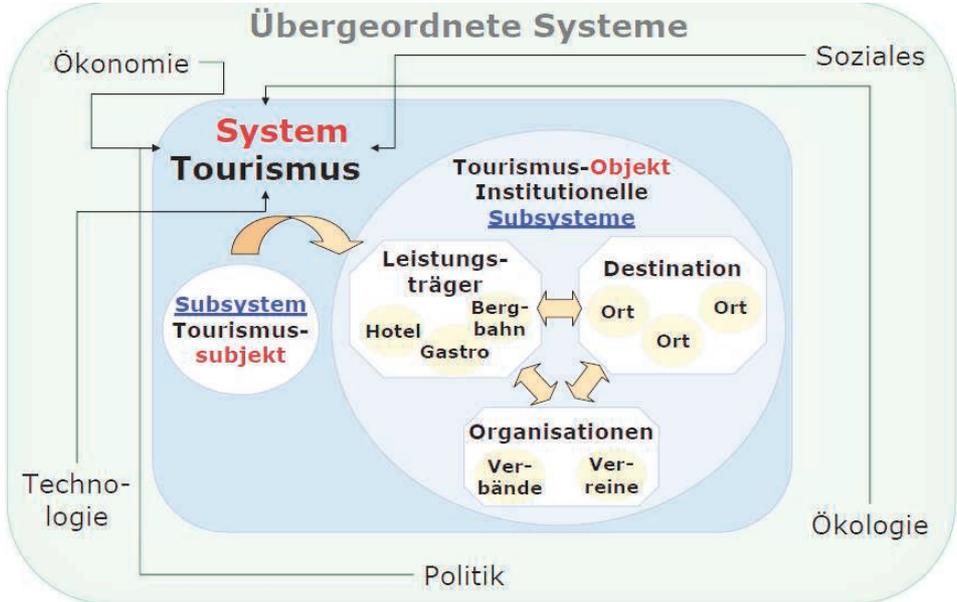
## Grundlagen / Tourismuskonzept



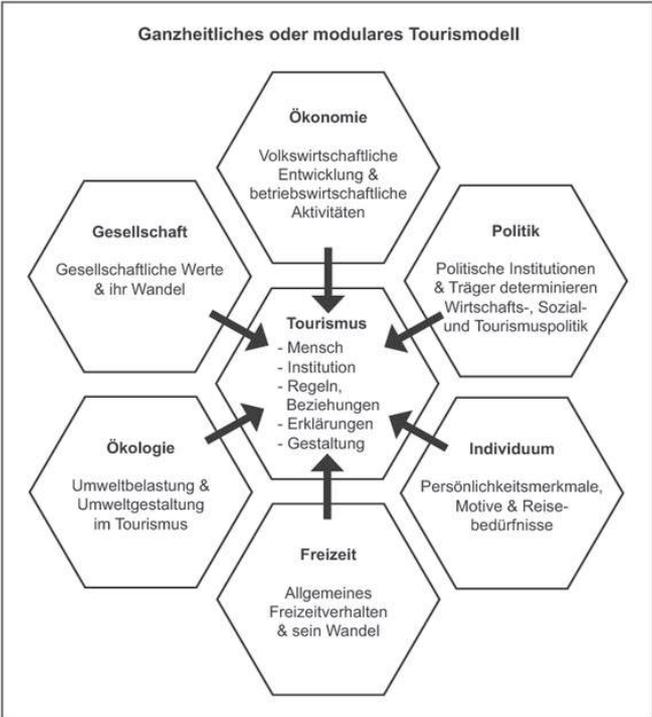
Somit kommt dem System Tourismus in und um dem Nationalpark Schwarzwald herum eine besondere Bedeutung zu.



# Grundlagen / System Tourismus



# Grundlagen / System Tourismus

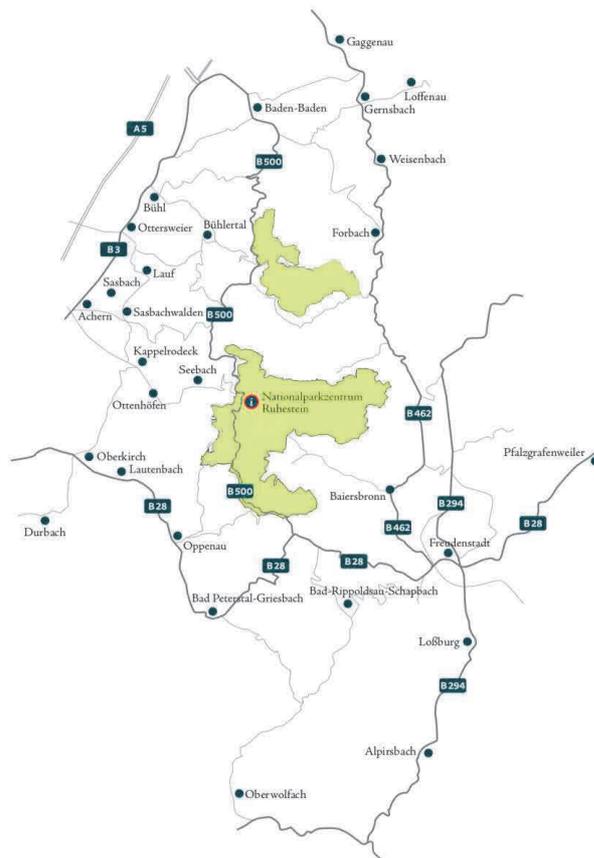


Quelle: In Anlehnung an Freyer, W., Tourismus: Einführung in die Fremdenverkehrsökonomie, 9. Auflage, 2009, S. 47



# Zusammenarbeit

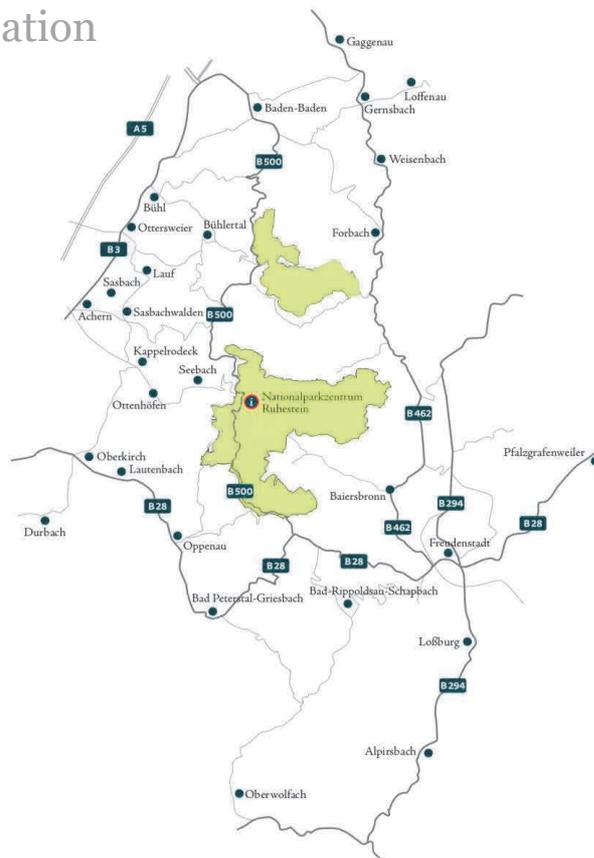
28 Gemeinden  
In 3 Landkreisen



# Zusammenarbeit / Organisation

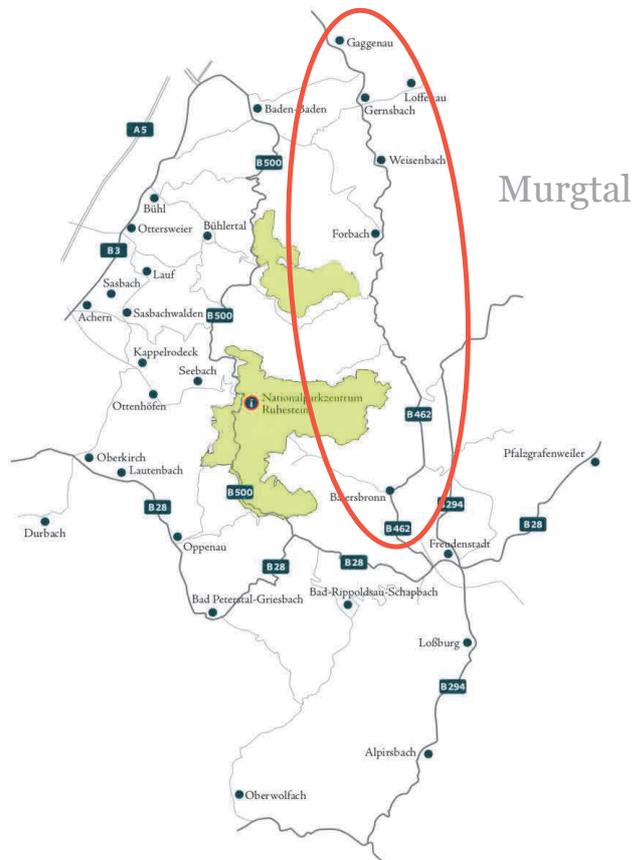


7 Cluster  
27 Gemeinden



# Zusammenarbeit

7  
27 Cluster  
Gemeinden



# Zusammenarbeit

7 Cluster  
27 Gemeinden



# Zusammenarbeit



7  
27 Cluster  
Gemeinden

Renchtal /  
Durbach

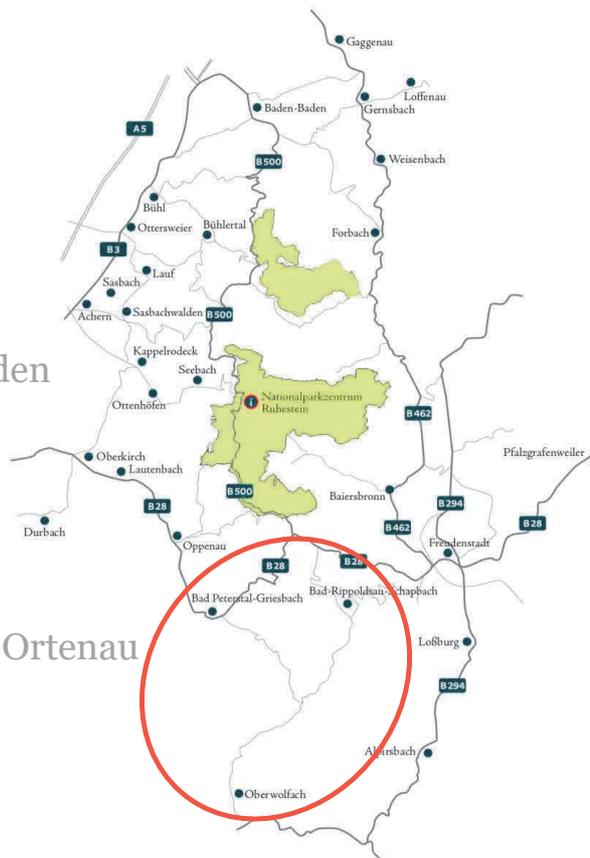


# Zusammenarbeit



7 Cluster  
27 Gemeinden

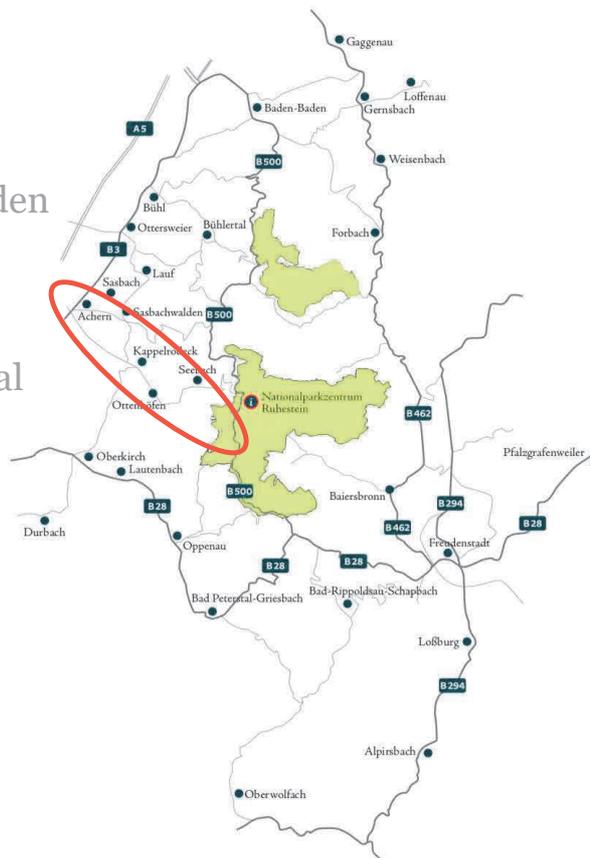
Wolftal / Ortenau



# Zusammenarbeit

7 Cluster  
27 Gemeinden

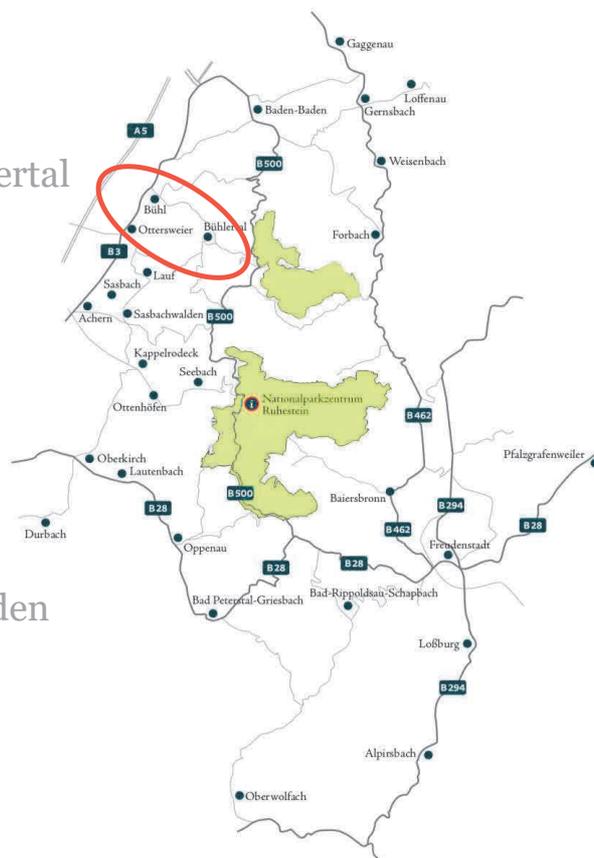
Achertal



# Zusammenarbeit



## Bühl/Bühlertal



7 Cluster  
27 Gemeinden



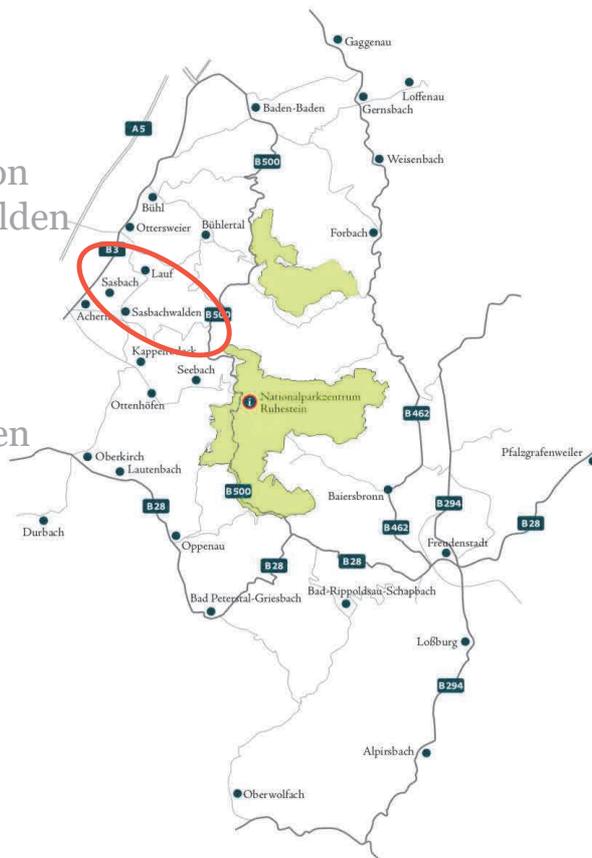
# Zusammenarbeit



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*

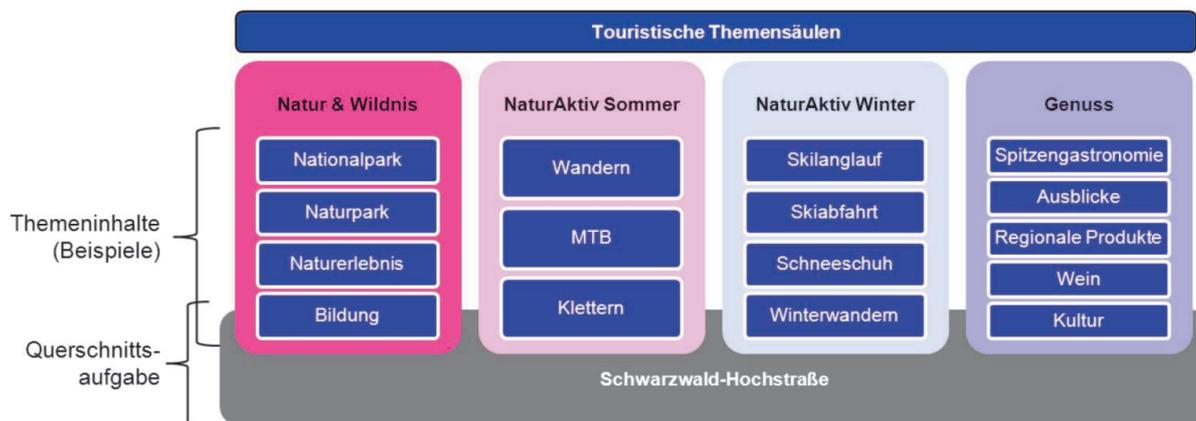


## Positionierung und Themen

*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*

## RESILIENZKONZEPT

Resilienz

Strategie



Wie können Ressourcen aufgebaut werden, um Risiken zu bewältigen?

Ressource



## *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

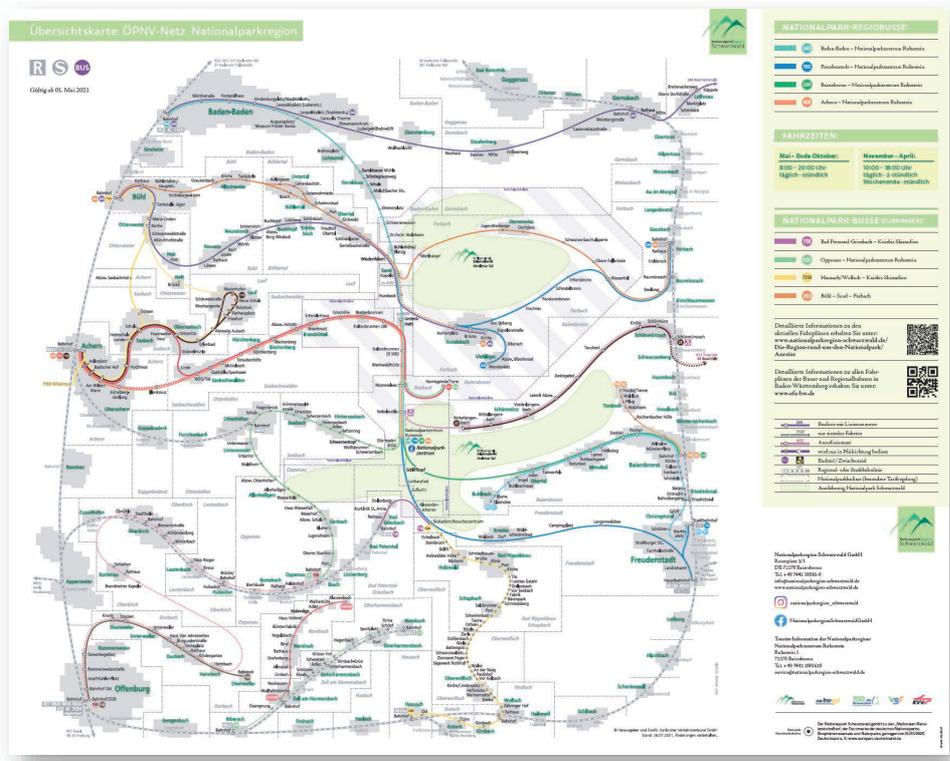
## *Aktive Bewerbung des verbesserten ÖPNV-Angebots*



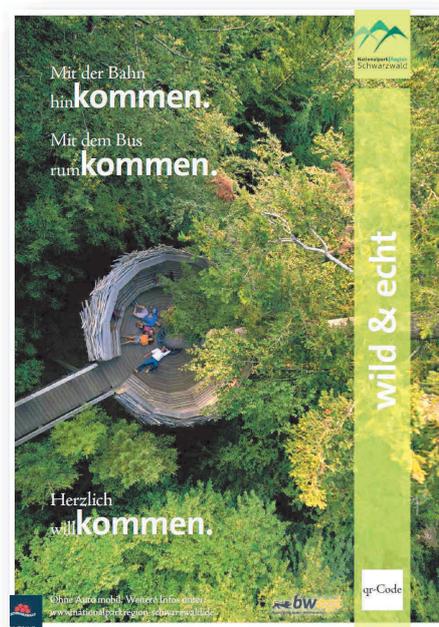
- *Enge Zusammenarbeit mit den Verkehrsverbänden, Landkreisen und dem Verkehrsministerium BW*
- *Ziel ist es, die gute Vernetzung des ÖPNV in der Region bekannter zu machen*
  - *unter anderem durch Informationsflyer, Werbefilm, Radiospots, Social Media Kanäle und Presseberichte*



# Aktive Bewerbung des verbesserten ÖPNV-Angebots



Aktive Bewerbung des verbesserten ÖPNV-Angebots



10.03.2022

*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)

<p><b>Kleiner Schluckspecht</b> <i>Equisetum cadaveri</i> bis 50.000 Jahre</p>	<p><b>Pappiges Becherlein</b> <i>Coffea warmiana</i> bis 50 Jahre</p>	<p><b>Maultäschle</b> <i>Mastix robus</i> 450 Jahre</p>
<p><b>Gelbes Schalentier</b> <i>Rutidomus bonanicum</i> 1-3 Jahre</p>	<p><b>Weißer Rotzling</b> <i>Pezizomyces rufus</i> 1-5 Jahre</p>	<p><b>Blauer Dürstling</b> <i>Tabaco rufus</i> 2-7 Jahre</p>
<p><b>Großmauliges Blattwerk</b> <i>Presse blablatia</i> 1-3 Jahre</p>	<p><b>Alter Dosenhopf</b> <i>Dosen hopfen</i> 500 Jahre</p>	<p><b>Gefüllter Dufgang</b> <i>Stinki bombulus wudeli</i> 500-800 Jahre</p>
<p><b>Geknickter Dürstling</b> <i>Trappatori babbela</i> 500-1.000 Jahre</p>	<p><b>Gemeiner Beutler</b> <i>Sacchi plasticus</i> bis 120 Jahre</p>	

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: © Nationalpark Schwarzwald

Veranstaltungsort: Nationalpark Region Schwarzwald | Romangraben 37 | 78373 Dornstetten  
 E-Mail: info@nationalparkregion-schwarzwald.de | www.nationalparkregion-schwarzwald.de



10.03.2022

Positive Besucheransprache



Vorderseite

Nationalpark Region  
Schwarzwald

wild & echt // ruhig & entspannt

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

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](http://www.nationalparkregion-schwarzwald.de)

qr-Code auf was?

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

wild & echt // ruhig & entspannt

10.03.2022

Positive Besucheransprache z.B. durch Müllplakate  
 Weitere Beispiele



10.03.2022



Vielen Dank für Ihre Aufmerksamkeit



LEADER Mittelbaden

10.03.2022

