

# FUTOUR



## Die Umsetzungsberatung

Foto: Bernd Bergmann - Alpine Pearls, E-Auto in Werfenweng



### **Nachhaltige Mobilität – touristischer Wettbewerbsfaktor**

Mobilität gehört zu den drei A's, den Basisfaktoren touristischen Erfolgs von Destinationen: Attractions, Amenities (Annehmlichkeiten), Access (Zugang). Im Tourismus wird Mobilität aber noch viel zu selten als Profilierungsthema gesehen.

Um die Ansprüche der zunehmenden Liebhaber autofreien Urlaubs entlang der gesamten customer journey zu erfüllen, sind clevere Lösungen gefragt, die auf innovative Kooperationen zwischen touristischen Destinationen und Mobilitätsanbietern setzen.

Wie die KONUS-Gästekarte der Schwarzwald Tourismus GmbH, die kostenlose Bahn- und Busfahrten bietet und somit den Schwarzwald zu einer Vorreiterregion für umweltfreundliche touristische Mobilität macht. Oder Kopenhagen mit seiner entspannten Fahrrad-Kultur, ein idealer Marken-Botschafter der skandinavischen Green City, in der jeder zweite Bewohner mit dem Rad fährt.

Nachhaltige Mobilität dient der Marken-Profilierung, wie die transnationale Dachmarke Alpine Pearls mit 28 Alpen-Destinationen, die sich der „sanften Mobilität“ verschrieben haben, zeigt. Innovative Mobilitätsmittel – im Spannungsfeld zwischen Zweck- und Spaß-Mobilität – bieten den Gästen vor Ort einen starken öko-emotionalen Erlebnisgewinn. Nachhaltige Mobilität & FUTOUR – mehr dazu auf Seite 4.

*Ihr FUTOUR-TEAM*

## Neues aus dem Gartentourismus

Das Gartenjahr 2013 war gespickt mit Projekten, Aktionen und Exkursionen. So wurde das „Gartentourismuskonzept für den Gartenkulturpfad beiderseits der Neisse“ fertiggestellt. Gleichzeitig hat der Gartenkulturpfad neue Broschüren erstellt und die Internetseite des Gartenkulturpfades auf den neuesten Stand gebracht. Schauen Sie mal rein:

[www.gartenkulturpfad-neisse.org](http://www.gartenkulturpfad-neisse.org)

Ende 2013 hat FUTOUR eine detaillierte Zielgruppen- und Konkurrenzanalyse für die „Bodenseegärten“ erstellt. Die Erwartungen der Zielgruppen an das Gartenangebot konnten spezifisch für die Bodenseeregion herausgearbeitet werden. Besonders spannend bei der Betrachtung der Mitbewer-

ber – Garteninitiativen in Deutschland und Österreich – sind die „Lessons learned“ im Bereich Organisationsentwicklung und Finanzierung. Heike Glatzel konnte Beruf und Freizeit optimal verbinden und hat nicht nur einige Gärten und Parks in England besucht, sondern war auch drei Tage auf der Chelsea Flower Show in London. „Die Chelsea Flower Show ist einfach umwerfend. Auch gibt es nichts Besseres, um den Gartenenthusiasmus der Engländer live zu erleben – spannend und einfach schön. Die Bilder können nur einen kleinen Eindruck vermitteln“ schwärmt Heike Glatzel.

*Dr. Heike Glatzel*



## Straße des Feuers



Das Element Feuer hat das Saarland und Lothringen maßgeblich geprägt. Kohle, Eisen, Keramik und Glas haben hier schon seit Jahrhunderten eine große Bedeutung. Die Straße des Feuers, die nun unter fachlicher FUTOUR-Beratung weiterentwickelt wird, stellt die Verbindung zwischen den einzelnen Standorten in der Region SaarMoselle dar. Sie verbindet verschiedene Sehenswürdigkeiten zum Thema Industriekultur auf einer in ihrer Vielfalt in Europa einzigartigen Route und nimmt dabei charakteristische Aspekte der Region auf.

*Dr. Peter Zimmer  
und Dr. Heike Glatzel*

[www.saarmoselle.org/  
page312-strasse-des-feuers.html](http://www.saarmoselle.org/page312-strasse-des-feuers.html)

## Olympos 2020 Declaration – nachhaltige Tourismusentwicklung in der Türkei

Olympos ist eine antike Stadt in der türkischen Provinz Antalya, in einer drei Kilometer langen Bucht direkt am gleichnamigen Nationalpark gelegen. Der Ort, in dem es noch keine großen Hotelbauten gibt, ist bei Rucksacktouristen beliebt. Seit 2012 wird auf Initiative von RTM (Responsible Tourism Management) und unter der Moderation von ECOTRANS und FUTOUR an einem nachhaltigen Tourismus- und Regionalentwicklungskonzept gearbeitet. Basis ist die „Olympos 2020 Declaration“, ein von externen Experten und einheimischen Akteuren gemeinsam verfasstes, abgestimmtes und verabschiedetes Tourismusleitbild.

*Dr. Peter Zimmer*

[www.destinet.eu/who-who/civil-society-  
ngos/olympus-2020](http://www.destinet.eu/who-who/civil-society-ngos/olympus-2020)

## Regionalentwicklung im Rheingau – bereit für die nächste Runde

Seit der Anerkennung als eine von 20 hessischen LEADER Regionen im Jahr 2007, stellt FUTOUR das Regionalmanagement im Rheingau. In dieser Zeit wurden in der Region, unter Beteiligung der ansässigen Bevölkerung, mehr als 25 Projekte initiiert und zur Bewilligung gebracht. Das Investitionsvolumen aller bewilligten Förderprojekte liegt bei über € 2 Mio Euro.

Der Rheingau stellt die Weichen, um auch zukünftig eine erfolgreiche und nachhaltige Regionalentwicklung fortzuführen. Der Zweckverband Rheingau hat frühzeitig die Fortschreibung des aktuellen Regionalen Entwicklungskonzeptes als Grundlage für die Bewerbung für die LEADER-Förderperiode 2014–2020 beschlossen. Bei den Vorbereitungen hierfür berät FUTOUR den Zweckverband Rheingau.

*Sven Hedicke/Dieter Popp*

[www.kulturland-rheingau.de](http://www.kulturland-rheingau.de)

# Kulturlandschaft Siebengebirge

## Naturparkplan für einen Mythos

Naturparke werden über Kulturlandschaften geprägt. Es geht daher vorrangig gar nicht um klassischen Naturschutz. Sie sind eher regionale Entwicklungs- als restriktive Schutzgebiete. Schutz durch nachhaltige Nutzung lautet hier die Devise. Schon 2002 hatte das Allensbach-Institut die hohe Erlebnisqualität der deutschen Kulturlandschaften als Teilaspekt einer hohen Lebensqualität angesehen. Neben einigen anderen Attraktivitäten wurde Deutschland auch gerade wegen der Einzigartigkeit seiner Kulturlandschaften zu einem begehrten Reiseziel. Die Raumordnungs-Ministerkonferenz hat 2006 sogar die „Kulturlandschaftsentwicklung“ als besondere Schwerpunkte der Raumnutzung definiert.

All dies macht deutlich, dass die Sicherung der Kulturlandschaften und ihrer Landschaftsqualität längst über ursprüngliche Naturpark-Ziele hinaus ausgewachsen ist. So vermitteln Kulturlandschaften auch ein hohes Maß an Identitätsstiftung. Dazu hat sich z.B. der eher über urbane Räume geprägte Außenminister a.D. Joschka Fischer bekannt. Er sieht nämlich heute seine schwäbische Geburtsheimat Hohenlohe als eine Kulturlandschaft an, mit der er sich – obwohl die meisten Jahre fern davon gelebt – immer mehr identifiziert. Kulturlandschaften haben zunehmend eine weit über die eigentliche Landschaft hinaus reichende gesellschaftliche Bedeutung. Diese Landschaften wurden eindeutig durch die jeweiligen „Kulturen der Menschen“ geprägt und sind auch Ausdruck des jeweiligen Kulturverständnisses. Dies wird an Freizeit- oder Industrielandschaften besonders deutlich, die in ihren Ausprägungen ja auch als Kulturlandschaften verstanden werden. Mehrheitlich werden aber darunter noch immer

die traditionell entstandenen Kulturlandschaften gezählt, die dazu noch als „pure Natur“ oder als „Idylle“ gelten. Es werden sogar ganz erhebliche Aversionen gegen Naturlandschaften entwickelt, wie dies bei Nationalparkplanungen sichtbar wird z.B. bei der Nationalparkdiskussion Siebengebirge oder der Diskussion zur Ausweisung eines Nationalparks im Nordschwarzwald.

Hierbei wird die – sich völlig frei entwickelnde – Natur plötzlich als Gefahr wahrgenommen und der aktuelle Zustand der Kulturlandschaft als Idealzustand beschworen. Die Gesellschaft hat also einen sehr verschwommenen Begriff von „der Natur“. Je mehr wir uns von natürlichen Zyklen entfernen, desto bedrohlicher erscheint eine Landschaft, der wir nicht unsere kulturellen Leistungen entgegenstellen dürfen. Nie hatte daher Kulturlandschaft einen so emotionalen Stellenwert wie heute, aber diese Sympathie wurzelt bislang nur sehr flach.

Daher stellt nun ein Naturparkplan für das Siebengebirge eine gesellschaftspolitische Herausforderung dar. Das Siebengebirge zählt nicht nur zu den ältesten Naturparks Deutschlands, hier hat auch der Naturschutz sehr frühzeitig eine bemerkenswerte Rolle gespielt. Der Gesteinsabbau rund um den mythenreichen Drachenfels war Auslöser einer privaten und staatlichen Gemeinschaftsaktion zur Rettung dieser Landschaft. Bis heute hat sich die Bewahrung des Siebengebirges so sehr im Bewusstsein der dort lebenden Menschen eingebrannt, dass deren Widerstand gegen



die Nationalparkpläne NRW nachvollziehbar wurde.

Genau dieses Engagement für einen „Schutz vor der Ur-Natur“ stellt nun auch für den Naturparkplan Siebengebirge eine Herausforderung dar. FUTOUR hat gemeinsam mit der Bonner Gesellschaft für Umweltplanung diese, politisch nicht einfache, Aufgabe übernommen. Im Rahmen einer solchen Naturpark-Planung kommt es heute vor allem darauf an, der Gesellschaft die Bedeutung unterschiedlicher Kulturlandschaften mit ihren jeweiligen Funktionen so zu vermitteln, dass diese nicht in romantisierenden Vorstellungen verhafteten bleiben. Dort, wo es um die Produktion von Massenware oder die Erzeugung von Energie geht, stellen sich andere Herausforderungen als in solchen Landschaften, wo die Erwartungen an die Grundwasserneubildung oder aber an Perspektiven für bestimmte Pflanzenformationen – also auch Wälder ohne Nutzung – einen völlig anderen Stellenwert erfahren.

Für all diese Erwartungen muss ein Naturpark als Modell einer nachhaltigen Regionalentwicklung einen Rahmen bieten. Dabei müssen die dort lebenden Menschen aktiv mit einbezogen werden, um definierte Ziele auch zu einer tatsächlich gelebten Landschaftsverantwortung zu führen.

*Dieter Popp*

[www.naturpark-siebengebirge.de](http://www.naturpark-siebengebirge.de)

## FUTOUR Service



Damit Sie für jedes Anliegen direkt mit FUTOUR in Kontakt treten können!

Website: [www.futour.com](http://www.futour.com)

Facebook: [www.facebook.de/futour](http://www.facebook.de/futour)

Newsletter: auf [www.futour.com](http://www.futour.com)

oder – QR-Code scannen und anmelden!



Eine Übersicht unserer Leistungen finden Sie auf Seite 7

## Entwicklung in Geisingen

Viele haben Geisingen bisher nur als Autobahnausfahrt an der A81 wahrgenommen. Dabei gibt es in dem Städtchen seit kurzem eine von weltweit nur vier professionellen Skaterhallen. Die Stadt, bisher kaum touristisch aktiv, nutzt diesen Impuls, um sich für Gäste und Bürger weiterzuentwickeln. FUTOUR Südwest lieferte dazu in einem 2012/2013 erstellten Tourismuskonzept zahlreiche Ideen und Anregungen. Zugang und Erlebbarkeit der jungen Donau gehören ebenso dazu, wie die vorhandene Gästegruppe der Radtouristen auf dem Donauradweg mit spezifischen Angeboten anzusprechen.

*Dirk Monath*

# Regionales Entwicklungskonzept Ostallgäu

## Bilanz- und Perspektivworkshop in der LEADER-Region Ostallgäu



v.l. Landrat Johann Fleischhut, Dr. Heike Glatzel, Heiko Gansloser, Ethelbert Babl

Mit der neuen Förderperiode 2014 – 2020 der Gemeinschaftsinitiative LEADER der Europäischen Union wird ein mittlerweile sehr bewährtes Programm erneut aufgelegt. Aktuell laufen die Vorbereitungsphasen für die neue Förderperiode. Bei LEADER sollen vor allem nachhaltige Projekte und Prozesse im Zentrum stehen, die die ländlichen Räume zukunftsfähig machen. Dabei sollen die Innovations- und Wirtschaftskraft in den Regionen, die interkommunale Zusammenarbeit und der Tourismus gestärkt werden. Vor allem sollen die Bürgerinnen und Bürger vor Ort künftig mehr Möglichkeiten haben, sich unmittelbar in die Gestaltung ihres direkten Lebensumfeldes einzubringen. FUTOUR kann hier ein umfangreiches Know-how bei Evaluierung, Erstellung von Regionalen Entwicklungskonzepten (REK), Bürgerbeteiligung und Moderation einbringen.

Ein aktuelles Beispiel aus der FUTOUR-Praxis ist die „Evaluierung der LEADER Förderperiode 2007 – 2013 der Lokalen Aktionsgruppe Ost-allgäu und Erstellung eines Regionalen Entwicklungskonzepts für die Förderperiode 2014 – 2020.“ Zu der Evaluierung gehören z.B. onlinegestützte Befragungen, Experteninterviews, Bilanz – und Perspektiv-Workshops. „Die Evaluierung ist kein Selbstzweck, sondern wichtige Grundlage für eine fundierte Weiterentwicklung des REK“, erläutert Dr. Heike Glatzel und weist dabei auf die geänderten Anforderungen der neuen Förderperiode hin. Auf Grundlage der Evaluierung werden die neuen Entwicklungsziele in einem breiten Bürgerbeteiligungsverfahren abgestimmt. Anschließend wird das REK an die neuen LEADER-Vorgaben angepasst.

Dr. Heike Glatzel

[www.leader-ostallgaeu.de](http://www.leader-ostallgaeu.de)



## Made in Ostbelgien

Ministerpräsident Karl-Heinz Lambertz hat die neue Marke „Made in Ostbelgien“ persönlich vorgestellt. Damit steht eine hochwertige Plattform zur Verfügung, mit der Verantwortung gegenüber der Landschaft, dem reichhaltigen Kulturerbe, der Landwirtschaft und dem Handwerk eindrucksvoll dokumentiert wird. Mit „Made in Ostbelgien“ werden daher die Grundpfeiler der Lebensqualität der Region beschrieben: Regional – Qualitativ – Nachhaltig.

Dieter Popp

[www.made-in-ostbelgien.be](http://www.made-in-ostbelgien.be)

## Jugend und Esskultur

Mit der Zukunftsakademie Oberösterreich geht FUTOUR dem Phänomen nach, welchen Einfluss die jugendliche Darstellungsfunktion beim außerhäuslichen Essen auf Trends im Essverhalten und der Esskultur haben. Da Jugendliche oft auch als Trendsetter wirken, hat dies zwangsläufig auch Auswirkungen auf Lebensmittelherstellung und -qualität. Die weit verbreitete Snackkultur als nonverbales Kommunikationssystem bedrängt dabei auch den festen Platz des gemeinsamen Essens mit der Familie. Das Projekt sucht nach Wegen, wie Esskultur wieder als eine generationenübergreifende Botschaft entwickelt werden kann.

Dieter Popp

[www.ooe-zukunftsakademie.at](http://www.ooe-zukunftsakademie.at)

## Nachhaltige Mobilität & FUTOUR



Foto: Tobias Trapp

Projekt "Schau' an! Wir sind mobil"

Seit über 20 Jahren stehen für FUTOUR Fragen von Mobilität & Tourismus im Vordergrund. In 2013 war die Expertise zu den Themen „Mobilitätsmarketing“, Jahresverkehrskongress der Deutschen Verkehrswissenschaftlichen Gesellschaft und „Elektromobilität und Nationalparke“, Umweltcampus Birkenfeld sowie die Moderation des Fachkongresses „Nachhaltige Mobilität im Tourismus“, Netzwerk Fahrtziel Natur gefragt. Mit „(E-)Mobilität und E-Motionen Besucher begeistern“ lautet das, bereits im Vorjahr gestartete, Pilotprojekt "Schau' an! Wir sind mobil". Unter FUTOUR-Beratung soll, durch den Einsatz von Spaß-Mobilen, erfolgreich die touristische Attraktivität der Region Minden-Lübbecke, Herford, Bielefeld in Nordrhein-Westfalen gesteigert werden.

Dr. Peter Zimmer

[www.schau-an.org](http://www.schau-an.org)

# Coaching statt externes Konzept

Die Umsetzung ist bereits in vollem Gange



Die „Sehenswerten Drei“ – ein Zusammenschluss von Schloss Augustusburg, Burg Scharfenstein und Schloss&Park Lichtenwalde, alle im Erzgebirge gelegen – haben in den vergangenen Jahren viel Energie in die Sanierung der Schlösser gesteckt. Die strategisch-touristische Weiterentwicklung blieb dabei etwas auf der Strecke. Obwohl externe Konzepte vorlagen, wurden diese nicht konsequent umgesetzt. Aufgrund der vielen Aufgaben im Tagesgeschäft fehlte es schlicht an der Zeit die Ideen und Strategien systematisch weiterzuentwickeln. Die „Sehenswerten Drei“ entschlossen sich zur Einbindung eines externen Coaches, der im wörtlichen Sinne „betreut und trainiert“ und für die Entwicklung und Umsetzung strategischer Ziele sowie Vermittlung der dazu notwendigen Kompetenzen sorgt.

Im Konkreten wurde im Coaching-Prozess durch die Geschäftsführung und das Marketing-Team der „Sehenswerten Drei“ neben dem touristischen Leitbild auch an der Angebotsentwicklung und Vermarktung gearbeitet. Zahlreiche kleine und große Maßnahmen zur Verbesserung der touristischen



Qualität wurden in Angriff angenommen – darunter z.B. ein Sales Guide für Reiseveranstalter, die Einrichtung der Geschichtswerkstatt auf der Burg Scharfenstein, neue museumspädagogische Angebote oder auch die Neuausrichtung des Marketingplans für 2014. Der Coach, in diesem Fall Miriam Drögsler, übernahm die Rolle des „Kümmers“. Sie moderierte die regelmäßigen Treffen, hakte kritisch nach, fasste zusammen, gab fachlichen Input, sorgte für Konsens und vor allem dafür, dass die Ideen in konkrete Maßnahmen mit Verantwortlichen und Zeit-horizont zur Umsetzung mündeten. Die tatsächliche Umsetzung wurde ebenfalls geprüft.

Dadurch ist es gelungen, dass die „Sehenswerten Drei“ nun über gute fachliche, realitätsnahe und vor allem durch die Mitarbeiter selbst erarbeitete Maßnahmenpläne für die touristische Entwicklung der nächsten Jahre verfügen. Die Umsetzung ist bereits in vollem Gange.

*Miriam Drögsler*

[www.die-sehenswerten-drei.de](http://www.die-sehenswerten-drei.de)

## Nele Meyer

geb. 1986  
Dipl. Geographin

Studium der Geographie an der Universität von Barcelona mit Schwerpunkt physischer Geographie. Seit 2012 zurück in Deutschland und erst als Praktikantin und nun auch als Projektmitarbeiterin im FUTOUR-Team von Dr. Heike Glatzel, FUTOUR GmbH tätig. Schwerpunkte: Mitarbeit Tourismus- und Regionalentwicklungskonzepte, Gartentourismus, Guerillamarketing.

*„Das Schönste am Lernen ist, dass niemand uns das Erlernte wegnehmen kann.“*

*BB.King, amerik. Jazz-Musiker*

## Green Star Hotel Ägypten

„The Green Star Hotel Initiative is a national eco-certification and capacity building programme, tailor-made for the Egyptian hotel sector to encourage Egyptian hotels and resorts to move towards more sustainability.“

In die „Green Star Hotel Initiative“ – durchgeführt von AGE International Consulting Services vertreten durch Barbara Fritz – war Dr. Heike Glatzel eingebunden. Sie konnte 64 Hotels mit dem Green Star-Eco Label auszeichnen und 10 junge Ägypter und Ägypterinnen als Trainer und/oder Auditoren ausbilden. Das Green Star Hotel Projektbüro wurde im Oktober 2013 vom Tourismusminister in Kairo eröffnet.

*Dr. Heike Glatzel*

[www.greenstarhotel.org](http://www.greenstarhotel.org)

## Profil mit Kirschen

Am Brombachsee im Fränkischen Seenland wird mit Unterstützung von FUTOUR auf „Echt Brombachseer“ gesetzt, um die Obstvielfalt zu sichern und eine attraktive Erholungs- und Urlaubslandschaft zu gewährleisten. Es geht um eine hochwertige Verwertung gerade alter Kirschsornten auf Hochstämmen. Dieser Spagat ist nur zu bewältigen, wenn für diese weichen Kirschen neue Marktnischen gefunden werden.

Mit ihrer einmaligen Geschmacksvielfalt bilden diese Kirschsornten z.B. die Grundlage für sortenreine Fruchtaufstriche oder Brände, Liköre oder Dessertweine, Säfte oder Secco, Marmeladen oder Essig bzw. Trockenkirschen oder Kirschpralinen. Mit einem BergKirsch wurde sogar ein Aperitif kreiert, der exklusiv nur am Brombachsee hergestellt werden darf. Aber auch neue touristische Produkte entstehen. Eine Kirschen-Erlebnis-Route wurde als Wander- und Radweg konzipiert und ein Kirsch-Hoffest wird 2014 erstmals zur Erntezeit einladen.

*Dieter Popp*

[www.altmuehlfranken.de/genuss/echt-brombachseer](http://www.altmuehlfranken.de/genuss/echt-brombachseer)



Green Star Audit mit Dr. Heike Glatzel

## DZT erstes nationales Tourist Board mit Green Globe-Zertifizierung

Die Deutsche Zentrale für Tourismus (DZT) erhielt das internationale Nachhaltigkeitsiegel Green Globe. „Wir kommunizieren das Thema seit Jahren als wichtige Markenkern-Facette und sehen es als Prinzip unternehmerisch verantwortlichen Handelns“, so Petra Hedorfer, Vorsitzende des Vorstandes der DZT. „Unser Ziel ist die internationale Positionierung des Reiselandes Deutschland auch unter dem Aspekt Nachhaltigkeit.“

v.l.n.r.:  
Dr. Peter Zimmer,  
Petra Hedorfer,  
DZT, Olaf Schlieper,  
DZT.



Foto: © Dirk Beichert BusinessPhoto

Die DZT überzeugte mit konsequenter Orientierung in ihren Projekten auf Basis eines eigens erarbeiteten Nachhaltigkeitsmanagementplans mit den drei Säulen Kommunikationsstrategie, interne Nachhaltigkeitsinitiative und Produktentwicklung.

Dazu zählen u.a. die Durchführung von „Green Meetings“, konsequente Kundenorientierung, professionelle Erfolgskontrolle, ein großes Engagement im Bereich Barrierefreiheit sowie die Unterstützung der deutschen Partner bei der Schaffung nachhaltiger Angebote und Dienstleistungen.

Die DZT ist neben GCB und EVC bereits die dritte überregionale Tourismusorganisation in Europa mit Green Globe Siegel.

Dr. Peter Zimmer

[www.greenglobe.com](http://www.greenglobe.com)

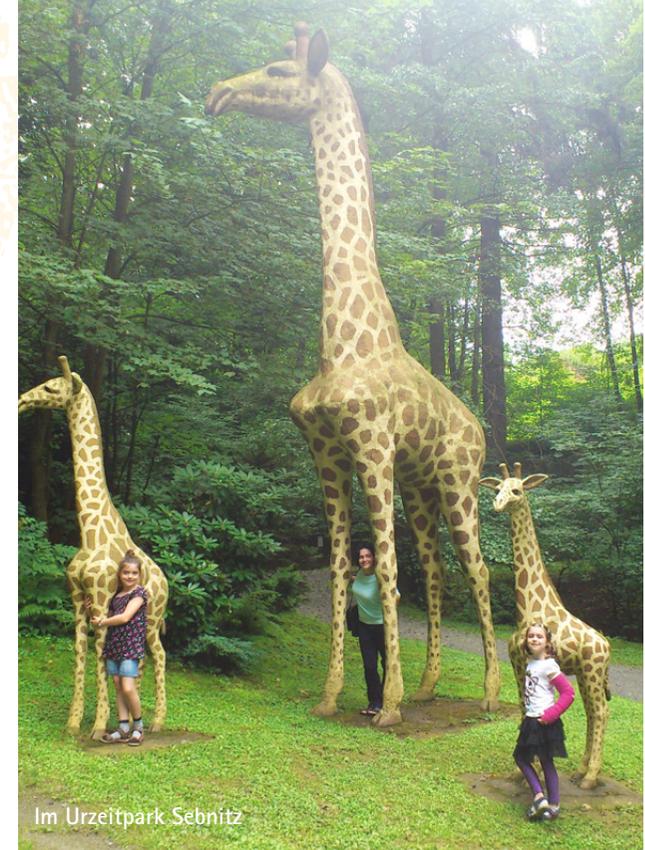
## Willkommen in Sachsen

### Tourismuskampagne nach dem Hochwasser

... so hieß die bundesweit realisierte Tourismuskampagne nach dem Hochwasser im Juni 2013. Sachsens Gastgeber hatte es vor allem an der Elbe, aber auch an anderen Flüssen - wie schon 2012 - hart getroffen. Ziel der Kampagne war es, die Reisenden davon zu überzeugen, dass Sachsen weiterhin eine Reise wert ist. Denn auch nicht vom Hochwasser betroffene Gastgeber litten unter niedrigen Besucherzahlen und Buchungsverlusten. Miriam Drögsler musste nicht erst überzeugt werden. Sie verbrachte ihren Urlaub mit der ganzen Familie in der Sächsischen Schweiz. Durch viel Fleiß, Durchhaltevermögen, gelungene „Interimslösungen“ und Alternativangebote hat sich die Sächsische Schweiz so kurze Zeit nach dem Hochwasser wieder als wahres Schmuckstück präsentiert.

Miriam Drögsler

[www.sachsen-tourismus.de/de/willkommen-in-sachsen](http://www.sachsen-tourismus.de/de/willkommen-in-sachsen)



Im Urzeitpark Sebnitz



Foto: UmweltDienst Dorka ÖmbH

## Bunte Bänder

Wie kommt mehr Fröhlichkeit, Lebendigkeit und auch mehr Lebensfreude in unserer Gemeinde? Im Tourismus wird diese Frage eher selten gestellt. Für die Gemeinde Brigachtal hat sich FUTOUR – bekannt für eine oft unkonventionelle Herangehensweise – gemeinsam mit dem Landschaftsarchitekten Olfert Dorka diesem Thema gestellt. Die Gemeinde Brigachtal liegt am östlichen Rand des Schwarzwalds zwischen zwei Städten mit regionalem Einzugsgebiet. Olfert Dorka und FUTOUR erstellten ein Konzept zur natürlichen Umgestaltung. So sollen z.B. zukünftig bunte Blumenbänder die weiten Ebenen der Baar strukturieren und sich bis ins Ortszentrum ziehen. Das Flüsschen Brigach in der Talau bekommt wieder mehr Platz für eine natürliche Ausbreitung und wird über einen Talauenweg erlebbar gemacht. Zwei von vielen neuen Ideen für Brigachtal, denn die Atmosphäre machts!

Dirk Monath

## Ein mutiges Konzept

### Tourismuskonzept Landkreis Saarlouis

# Rendezvous Saarlouis

Das es bei der Erstellung des Tourismuskonzepts Saarlouis nicht um ein Gutachten geht, um Zuschüsse zu bekommen, war von Anfang an klar. Der Landkreis wünschte sich ein mutiges Konzept mit ausgefallenen Ideen, das die Region touristisch voranbringt und wählte die Kooperation FUTOUR und Büro Hullmann&Gimmler zur Bearbeitung aus. Nur logisch, dass dann gleich beim ersten Treffen zum Querdenken aufgefordert wurde.

Weiter ging es mit viel Herzblut und Engagement und unter intensiver Beschäftigung mit der Region. Zahlreiche Akteure wurden in den folgenden zehn Monaten in die Bearbeitung einbezogen. Dabei wurde viel Außergewöhnliches entdeckt und noch mehr Außergewöhnliches entwickelt.

Der Dreiklang von Landschaft, Industrie und Frankreich wird nun durch den Slogan "Rendezvous Saarlouis" illu-

striert und mit zahlreichen Projekten umgesetzt. Ungewöhnlich, aber authentisch, das war der Leitspruch bei der Projektentwicklung; so sind „Maschinorants“ – mobile Restaurants in Industriebrachen, „Wieschen Deck Dich“ – Bewirtung für Wanderer, „Grenzshopping“ – Angebote mit mehrmaliger Grenzüberquerung und mehr entstanden.

Am 11.11.2013 wurde dann vor rund 400 Gästen das Ergebnis im Loksuppen in Dillingen präsentiert. Ein schöner Abend mit Vortrag, Interviews der Hoteliers und Bürgermeister, musikalischer Untermalung („Champs-Élysées“ wurde auf Saarlouis umgedichtet) und regionalen Köstlichkeiten. Das Konzept wurde von den Besuchern begeistert aufgenommen. Auch vom Landrat Patrick Lauer bekam das Konzept viel Lob, da es kreativ, mutig und authentisch sei und somit genau zum Landkreis passe. „Angereichert mit tollen Ideen unserer Bürgerinnen und Bürger wird dieses kreative Konzept eine klasse Sache für unseren Landkreis. Und vielleicht wird für einige Besucher aus dem Rendezvous ja die große Liebe. Denn, dass es „dahemm immer noch am scheenschde is“, können wir alle nur bestätigen.“

*Dr. Heike Glatzel*

[www.kreis-saarlouis.de](http://www.kreis-saarlouis.de)



Landrat Patrik Lauer, Dr. Heike Glatzel, Jörg Maria Gimmler und Prof. Harald Hullmann bei der Abschlusspräsentation des Tourismuskonzepts

## Zukunftswerkstätten Inn-Salzach

Als das „andere Oberbayern“ bezeichnet sich die Tourismus-Region Inn-Salzach selbst. Bei der Neuausrichtung setzt die Tourismusregion im östlichen Oberbayern auf Zukunftswerkstätten, um möglichst viele Akteure in die Entscheidungsfindung einzubeziehen. In den vier Zukunftswerkstätten des Zweckverbandes Erholungs- und Tourismusregion Inn-Salzach, die Dr. Heike Glatzel moderierte, wurden zahlreiche neue Projektideen für die Geschäftsfelder Land-/Naturerlebnis, Städte-/Kulturtourismus, Wallfahrt/Spirituelles Reisen und Radtourismus gesucht und gefunden.

*Dr. Heike Glatzel*

[www.inn-salzach.com](http://www.inn-salzach.com)



### Das FUTOUR-Engagement

FUTOUR bietet seit über 20 Jahren ganzheitliche Lösungen im Tourismus. Unsere Leidenschaft liegt in der Realisierung innovativer Konzepte. Wir sind Spezialist für die nachhaltige Regional- und Tourismusentwicklung.

### Die FUTOUR-Philosophie

Wir verstehen unsere Kunden als Partner und bilden mit ihnen ein Projekt-Team. Wir setzen auf die Motivation vieler Akteure. Wir wissen, die Zukunft wird nicht durch Konzepte gestaltet sondern durch Menschen.

### Das FUTOUR-Team

Unsere Praktiker/innen kombinieren Berufskompetenz mit Projekterfahrung. Wir sehen uns als ein ideenreiches und kreatives Team mit internationaler Erfahrung.

### Wir sind Ihr Partner für:

- Masterpläne, Regionale Entwicklungskonzepte, LEADER
- Tourismuskonzepte
- Machbarkeitsstudien & Evaluierungen
- Regionalentwicklung/Regionalmanagement
- Destinationsmanagement
- Marketingkonzepte/-beratung
- Natur- und Kulturlandschaftsentwicklung
- Gartentourismus
- Qualitätsmanagement
- Moderation und Mediation
- Training und Weiterbildung
- Angebotsentwicklung
- Umweltberatung, Zertifizierung, sanfte Mobilität

Gewinnen Sie Profil und Wettbewerbsfähigkeit durch eine spezifische Angebotsentwicklung durch FUTOUR. Nach dem Motto „Begeisterung ist übertragbar“ setzen wir uns gerne für unsere Kunden und deren Projekte ein.

Herausgeber: FUTOUR Umwelt-, Tourismus- und Regionalberatung  
Redaktion: Dr. Heike Glatzel, Nele Meyer  
Konzeption & Gestaltung: Agentur Brauer, Kleiber-Wurm GmbH, [www.bkw-design.de](http://www.bkw-design.de)  
Druck: Druckerei Fritz Kriechbaumer, Taufkirchen

**Klimaneutral:** Diese Broschüre wurde umweltfreundlich auf FSC zertifiziertem Papier gedruckt.



Übrigens, auch unsere Webseite ist Klimaneutral gehostet!

Ausgabe 14, Jahr 2014, Erscheinungsweise: Einmal jährlich

## Atmosphäre-Check

**S**tädte und Gemeinden stehen im steten Wettstreit miteinander. Nicht nur Tourismusorte, auch reine Wohn- und Arbeitsstandorte stehen in Konkurrenz zueinander. Überall werden zukünftig verstärkt Anstrengungen nötig, um die Bürger im Ort zu halten. Aber nicht nur das, es geht auch darum, die Lebensqualität in der Gemeinde und die Identifikation mit der Gemeinde zu erhöhen. Zentrales Element dafür ist ein lebenswertes Umfeld.

Auch wenn „Glück“ sehr individuell definiert wird – eine lebendige Atmosphäre erhöht die Wahrscheinlichkeit fürs Glücklichein. Bei der Beurteilung der Lebensqualität spielt die Infrastruktur ebenso eine Rolle wie intuitiv wahrgenommene Harmonie oder Disharmonie.



Beispiel für Atmosphäre-Träger

FUTOUR bietet mit dem „Atmosphäre-Check“ einen neuen Beratungsbaustein für Kommunen, mit dem Schwachstellen und Störfelder (sogenannte Atmosphäre-Killer) und Attraktivitäten (sogenannte Atmosphäre-Träger) identifiziert werden. Daraus entstehen zahlreiche Vorschläge für positive Veränderungen.



Beispiel für Atmosphäre-Killer

Interessant ist dies für alle Orte, auch für solche, die bisher nicht oder nur in geringem Umfang im Tourismus tätig waren. Frei nach dem Motto: Atmosphäre ist nicht alles – aber ohne Atmosphäre ist alles nichts.

*Dirk Monath*

## Architektur trifft Tourismus

Interdisziplinäre Zusammenarbeit an der Hochschule Regensburg



**O**ft sind es gerade die kleinen Details, die den unverwechselbaren Charakter einer Stadt oder einer Region ausmachen. Im Wahlpflichtfach LandUmbau der Fakultät für Architektur der Hochschule Regensburg präsentierten die Studierenden ihre kreativen Entwürfe zur „touristischen Kleinarchitektur“. In gemeinsamen Seminaren mit Professorin Anne Beer besprach Dr. Heike Glatzel die Entwürfe und erläuterte die Aspekte einer nachhaltigen touristischen Entwicklung in der Praxis.

*Dr. Heike Glatzel*

## Regionalentwicklung grenzenlos – von Riesling und Schilcher

**D**ie LEADER Regionen Rheingau und Schilcherland weisen ähnliche Strukturen auf und verfolgen in ihren Regionalen Entwicklungskonzepten vergleichbare Strategien und Ansätze zur Maßnahmenumsetzung.

Nach ersten Kontakten der beiden Regionalmanagements FUTOUR und ÖAR besuchten Vertreter der LAG Schilcherland im Frühjahr 2012 den Rheingau, um sich über den Regionalentwicklungsprozess und die Arbeit der LAG Rheingau zu informieren. Aus diesen ersten Schritten ist mittlerweile ein anerkanntes transnationales Kooperationsprojekt geworden. 2014 führen die LAGs mehrere gemeinsame Workshops in beiden Regionen durch, um den Informationsaustausch insbesondere zu den Themen Dachmarkenentwicklung, Wein, Tourismus sowie Aufbau nachhaltiger Strukturen zu fördern.

*Sven Hedicke/Dieter Popp*

[www.kulturland-rheingau.de](http://www.kulturland-rheingau.de)  
[www.schilcherland.at](http://www.schilcherland.at)

## FUTOUR Umwelt-, Tourismus- und Regionalberatung



### FUTOUR Nord

Dr. Peter Zimmer  
Gellertstr. 32, D-22301 Hamburg  
Tel. +49/(0)40/48 00 42 18, Fax 48 00 42 99  
[peter.zimmer@futour.com](mailto:peter.zimmer@futour.com)



### FUTOUR Nordost

Miriam Drögsler  
Friedrich-Engels-Str. 11, D-01454 Radeberg  
Tel. +49/(0)3528/45 59 60, Fax 45 59 61  
[nordost@futour.com](mailto:nordost@futour.com)



### FUTOUR Regionalberatung

Dieter Popp  
Vogelherdweg 1, D-91729 Haundorf  
Tel. +49/(0)9837/97 57 08, Fax 97 57 09  
[dieter.popp@futour.com](mailto:dieter.popp@futour.com)



### FUTOUR GmbH

Dr. Heike Glatzel  
Kardinal-Döpfner-Str. 8, D-80333 München  
Tel. +49/(0)89/24 24 18 44, Fax 24 24 18 39  
[heike.glatzel@futour.com](mailto:heike.glatzel@futour.com)



### FUTOUR Südwest

Dirk Monath  
Basler Str. 65, D-79100 Freiburg  
Tel. +49/(0)761/29 09 700, Fax 29 09 703  
[suedwest@futour.com](mailto:suedwest@futour.com)

## Weitere FUTOUR-Berater



Nele Meyer  
(FUTOUR GmbH)  
[nele.meyer@futour.com](mailto:nele.meyer@futour.com)



Gaby Binsteiner-Stelzer  
(FUTOUR GmbH)  
[gaby.binsteiner@futour.com](mailto:gaby.binsteiner@futour.com)



Alina Feldman  
(FUTOUR Nord)  
[alina.feldman@futour.com](mailto:alina.feldman@futour.com)



Gerda Maria Fuchs-Popp  
(FUTOUR Regionalberatung)  
[gerda.fuchs@futour.com](mailto:gerda.fuchs@futour.com)