

FUTOUR



Die Umsetzungsberatung



Foto: Ludwig Hörth, Tourist-Information, Kreuth

Bergsteigerdorf Kreuth – Nachhaltiger Bergtourismus

Tourismusberatung und Klimakrise

In ruhigen Zeiten kann man die lieb gewonnenen Gewohnheiten des Lebens mit dem Leben selbst verwechseln. Wir leben ja in der Gewissheit, dass alle Dinge so sind, wie sie sind. Wir gehen ins Kino, ins Theater, zum Einkaufen, auf Reisen. Alles funktioniert ganz selbstverständlich. Dass das immer Voraussetzungen hat, wird gar nicht wahrgenommen. Die Klimakrise hat für diese Erkenntnis noch nicht ausgereicht, erst die Corona-Pandemie stellt viele Selbstverständlichkeiten der Gesellschaft in Frage. „Nichts geht mehr“ heißt es plötzlich. Diese Situation ist für uns alle aber auch eine riesige Chance der Erneuerung. Die aktuelle Krise hat überdeutlich gezeigt, wie fragil unser von diversen Abhängigkeiten geprägtes Wirtschaftssystem ist. Der Moment ist damit mehr als günstig, es „neu“ zu denken und im Sinne der Nachhaltigkeit neu auszurichten, das zeigen auch viele unserer Themen. Denn: Die Corona-Krise wird irgendwann überwunden sein. Die Klimakrise bleibt.

Ihr FUTOUR-TEAM

Kräuterpartner - Auszeichnungen müssen auch geprüft werden

Foto: Tölzer Land Tourismus



Die Kräuter-Erlebnis-Region Tölzer Land hat sich mit Unterstützung von FUTOUR 2017 neu aufgestellt. Dazu gehörten neue verbindliche Qualitätskriterien für alle Partner. Jetzt ging es darum die Umsetzung zu überprüfen. Dr. Heike Glatzel hat dazu verschiedene Kräuterpartner – Gastgeber, Wirte und Orte – im Tölzer Land besucht und auf Herz und Nieren geprüft. In persönlichen Gesprächen wurden auch gleich Verbesserungsvorschläge und Umsetzungshilfen gegeben.

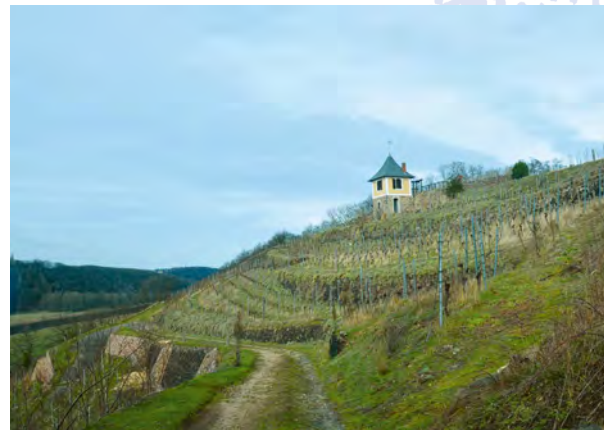
Dr. Heike Glatzel

www.toelzer-land.de/kraeuter-erlebnis-region

Steillagenweinbau in Sachsen im Spannungsfeld von Ökonomie, Natur- und Kulturlandschaftsschutz und Tourismus

Der Terrassenweinbau schuf in Sachsen über die Jahrhunderte eine attraktive, historisch gewachsene Kulturlandschaft, in der heute auf Steillagen einige der Spitzenweine Sachsens gedeihen. Der Steillagenweinbau prägt die Kulturlandschaft des Elbtals, ist Identifikationspunkt, Imagefaktor und eine Basis für Tourismus und Naherholung. Weine aus Steillagen sind zudem als regionale Spezialität etwas Besonderes auf dem Markt der Qualitätsweine. Und last but not least können Weinbergmauern in Steillagen wertvolle Biotop sein. Steillagenweinbau im sächsischen Elbtal ist ein „Lebensraum“ mit vielfältigen ökonomischen, kulturellen, sozialen und ökologischen Verflechtungen. Eine dauerhafte Bewirtschaftung von Steillagen ist daher unbedingt wünschenswert.

Und genau hier liegt das Problem, denn: Steillagen sind oft auch Problemlagen. Das auf den ersten Blick intakt erscheinende Bild der Weinbaulandschaft verdeckt die anspruchsvollen und aufwändigen Bewirtschaftungs- und Instandhaltungserfordernisse. Konsequenz: Steillagen fallen brach und Trockenmauern werden marode. Die Nichtbewirtschaftung stellt für das Kulturlandschaftsbild, aber auch für die Pflanzengesundheit ein Problem dar. Gemeinsam mit Akteuren des sächsischen Weinbaus entwickelt das Dresdner FUTOUR-Team (im Auftrag des Sächsischen Staatsministeriums für Umwelt und Landwirtschaft) Handlungsstrategien zur Optimierung des Steillagenweinbaus.



Sächsische Weinbaulandschaft

Es gilt, die Bewirtschaftung so zu gestalten, dass zukünftig Bedingungen gegeben sind, die (auch Nachwuchs-) Winzer nicht abschrecken, Steillagen zu bewirtschaften und einem hohen Qualitätsanspruch gerecht werden.

Melanie Knievel

Imagefilm „Des Winzers Schwur“: www.youtube.com/watch

Interkommunale Zusammenarbeit auf dem Prüfstand



Lenkungsgruppe Kommunale Allianz Kahlgrund-Spessart

Vor rund 10 Jahren haben sich die Gemeinden der Kommunalen Allianz Kahlgrund-Spessart zusammengeschlossen, um die Region gemeinsam weiterzuentwickeln. Nun hat FUTOUR die Zusammenarbeit evaluiert und das bestehende ILEK gemeinsam mit den Akteuren fortgeschrieben. Im zweitägigen Evaluierungsseminar wurde intensiv über die Projekte der vergangenen Jahre diskutiert. Zusätzlich haben alle Mitgliedskommunen in einer Online-Umfrage ihre Einschätzungen abgegeben. Für die Fortschreibung wurden alle Ergebnisse und Ideen in einem gemeinsamen Workshop diskutiert und weiterentwickelt.

Friederike Gab



Christopher Batrla, Allianzmanager:

„Dank der intensiven Mitarbeit unserer Mitglieder und Akteure sowie der professionellen Begleitung durch FUTOUR mit dem notwendigen „Blick von außen“ konnten wir einen wichtigen Grundstein für unsere weitere Zusammenarbeit legen. Die Entwicklung neuer Handlungsfelder und Ziele, z.B. Innenentwicklung, modernes und digitales Leben sowie die Formulierung von konkreten Projektideen ermöglichen es uns, direkt mit der Umsetzung zu beginnen.“



„Zukunftskonzept Bergsteigerdorf Kreuth“

Vision: Ein naturverträglicher, umweltschonender und nachhaltiger Tourismus, um das zu erhalten, was die Gemeinde Kreuth so besonders macht

Der Titel „Bergsteigerdorf“ wird vom Deutschen Alpenverein (DAV) verliehen. Aktuell sind 29 Dörfer in vier Ländern damit ausgezeichnet, vier davon in Deutschland und eines ist das Bergsteigerdorf Kreuth (die südlichste Gemeinde des Tegernseer Tals). Seit der Auszeichnung 2018 gilt es nicht nur die geforderten Auflagen einzuhalten, sondern sich gezielt in Richtung Nachhaltigkeit zu entwickeln. Das „Zukunftskonzept Bergsteigerdorf Kreuth“, von FUTOUR gemeinsam mit Akteuren aus Kreuth erarbeitet, beschreibt den Weg dorthin.

Erste Schritte wurden schon umgesetzt, z.B. wurden die örtlichen Lebensmittelproduzenten an einen Runden Tisch ge-



Dr. Heike Glatzel auf Erkundung im Bergsteigerdorf Kreuth

bracht, um die regionale Lebensmittelproduktion weiter zu stärken. Außer-

dem ist eine Umweltschule in Kooperation mit dem DAV (Ferienprogramm für Kinder aus der Region und für Gäste-kinder) im Aufbau. Zudem werden keine neuen Wanderwege mehr ausgewiesen und in einer speziellen Kampagne sollen die Wanderer sensibilisiert werden auf den Wegen zu bleiben und respektvoll mit den Tieren auf den Almen umzugehen.

Eine kleine Besonderheit, die das Bergsteigerdorf auch nach außen sichtbar macht, ist der Bergsteigerdorf-Aschenbecher zum Mitnehmen auf den Berg, denn er besteht aus den gebrauchten, leeren Munitionsdosen des örtlichen Schützenvereins.

Dr. Heike Glatzel



BERGSTEIGER
DÖRFER
KREUTH

29 Dörfer, 4 Länder, 1 gemeinsames Ziel:

Die Bergsteigerdörfer streben gemeinsam danach, einen naturnahen und ressourcenschonenden Tourismus konkurrenzfähig zu machen. Die Bergsteigerdörfer haben alle ein viel wertvolleres Kapital: unverfälschte alpine Landschaft und Natur, geliebte Traditionen, regionale Produkte hoher Qualität, Authentizität und Affinität zum Bergsport und eine Bevölkerung, die genau diese Werte lebt und unterstützt!

Mosaiksteine einer gelebten Alpenkonvention

Josef Bierschneider, Bürgermeister Kreuth:

„Kreuth will nun den eingeschlagenen Weg konsequent weiter gehen. Dazu gehört es auch, die Philosophie der Bergsteigerdörfer mit Leben zu füllen. Erste Schritte wurden hier bereits getan, wie z.B. der Verzicht auf die Silvester-Böllerei zur vergangenen Jahreswende und die Einführung des Bergsteigerbusses. Weitere Projekte sind in Arbeit. Im Rahmen der Förderung des Naturtourismus soll ein Lehr- und Informationsgarten auf dem Gelände des ehemaligen Friedhofs in Riedlern entstehen. Verschiedene Pflanzbereiche sollen das Bewusstsein für den Erhalt der Natur schärfen.“



Touristische Potentialanalyse

Professionell Stärken und Schwächen erkennen

Die touristische Potentialanalyse von FUTOUR | fwi Hamburg umfasst Freizeitattraktionen wie Freizeitparks, Erlebnisausstellungen, Kultureinrichtungen u.a. Museen, Theater und Festspiele; Wasserfreizeitanlagen wie Thermen und Freizeitbäder; Naturerlebnisangebote, z.B. Lehr- und Erlebnispfade, Baumwipfelpfade und verschiedene Beherbergungsangebote. Von Interesse ist, über wie viele derartige Infrastrukturbetriebe die Destination verfügt, wie attraktiv und rentabel diese sind, ob sie (noch) zum bestehenden (falls vorhandenen) touristischen Leitbild passen und gegebenenfalls mit (Re-) Investition zur Angebots-Attraktivierung unterstützt werden können? Wie sehen die Schwerpunkte für die nächsten Jahre aus, um die Attraktivität der Destination zu halten und auszubauen? An welchen Standorten sind Projektentwicklungen im Freizeit- und Beherbergungsbereich in der Region gewünscht bzw. strategisch gezielt anzustreben?

Wie viele Beherbergungskapazitäten (Hotel, Camping, Fewo, Ferienhäuser) trägt die Destination? Welche Konzepte (Größenordnung, Kategorie, Preisniveau, thematisch-inhaltliche Ausrichtung etc.) fehlen vor Ort? Im anschließenden Handlungskonzept werden Leitprojekte, ergänzende Projekte und Maß-



Keine Angst vor schwierigen Aufgaben: Dr. Peter Zimmer geht den Problemen unerschrocken auf den Grund

nahmen sowie übergeordnete Handlungsempfehlungen zusammen gestellt. Es ist die Basis für ein aussagekräftiges Investorenhandbuch.

Dr. Peter Zimmer



„Dinosaurierpark Teufelsschlucht“ Andreas Konrath (fwi Hamburg) mit Bruno Zwank (Geschäftsführer Felsenland Südeifel Tourismus GmbH) und Dr. Peter Zimmer

Qualität bei Privatvermietern

Im ländlichen Raum spielen Privatvermieter in vielen Regionen Deutschlands eine wichtige Rolle im Tourismus. Bis zu 25 % der Übernachtungen finden dort in Ferienwohnungen, Ferienhäusern und Ferienzimmern in Pensionen und Gästehäusern statt. Während viele Hoteliers die Veränderung der Umsatzsteuergesetzgebung nutzten, um ihre Häuser zu modernisieren, war dies bei den privaten Anbietern nicht durchgängig der Fall. Dass sich mit mangelnder Qualität und unspezifischer Ausstattung dann auch nur niedrige Preise erzielen lassen, macht dem Segment zu schaffen. Zudem werden die Vermieter älter, die Nachkommen wollen diese Arbeit oft nicht mehr auf sich nehmen. Bis zu 20 % dieser Unterkünfte werden so – je nach Region – in den nächsten Jahren wegfallen.

Wie kann also eine erfolgreiche Privatver-

mietung zukünftig aussehen? Im Projekt „Schwarzwald Dorfurlaub“ zeigte FUTOUR auf, welche Säulen ein tragfähiges Modell ausmachen und erreichte über 170 Betriebe mit Beratung vor Ort: Architektur, Ausstattung und Ambiente, regionaltypische, hochwertige und naturnahe Bauformen und –stoffe, Möbel und Accessoires; Qualität in Service und Abläufen; enge Vernetzung mit regionalen Partnern; Zusammenarbeit auf lokaler und regionaler Ebene, Partnerschaften mit regionalen Erzeugern z.B. durch einen Frühstückskorb mit regionalen Produkten, Einbeziehung des Natur-, Kultur- und Erlebnisangebotes, professionelles Marketing, Nutzung aller digitalen Kanäle, Mut zu einer adäquaten, höheren Preisgestaltung, die regelmäßige Erneuerung, Investitionen und Gewinne ermöglicht.

Und es bedarf auch der Bereitschaft zum



Auch Toilettenpapierhalter können „regional“ sein.

Engagement vor Ort, da gerade die Privatunterkünfte auf ein harmonisches Ortsbild und eine hohe Aufenthaltsqualität im Umfeld angewiesen sind. Eine Verbesserung des Angebotes in diesem Feld trägt zur Steigerung der Lebensqualität aller bei.

Dirk Monath

Tourismus- und Standortmarketing – Leben und Arbeiten, wo andere Urlaub machen

Der Wettbewerb der Städte und Regionen um Investitionen (private oder öffentliche wie Behörden, Hochschulen, Infrastruktur), qualifizierte Arbeitskräfte und (internationale) Gäste ist stark. In diesem Wettbewerb reicht es nicht aus „nur“ mit guten Standortvoraussetzungen zu glänzen. Zukünftig können nur noch die Standorte gewinnen, denen es gelingt, nicht nur den Kopf, sondern auch den Bauch potentieller Investoren anzusprechen. Rationale und emotionale, harte und weiche Faktoren verschmelzen in den Köpfen der Entscheider, um insgesamt einen Standort als vorteilhaft oder weniger vorteilhaft wirken zu lassen. Es bieten sich daher Synergien zwischen Tourismus und klassischem Standortmarketing an. Das positive Image einer touristischen Dachmarke wird genutzt, um die Stärken der Wirtschaftsregion zu kommunizieren. Auf Basis einer touristischen Potentialanalyse sowie der Aufbereitung von Standorten und Rahmenbedingungen in einem aussagekräftigen Investorenhandbuch präsentiert sich das Fichtelgebirge schon seit zwei Jahren, vom FUTOUR-Experten Dr. Peter Zimmer vorbereitet und begleitet, auf der EXPO Real mit einem eigenen Stand.

Dr. Peter Zimmer

www.tz-fichtelgebirge.de



Wirtschaftsförderer der Landkreise Bayreuth, Hof und Wunsiedel sowie der Geschäftsführer der Tourismuszentrale Fichtelgebirge mit Dr. Peter Zimmer

Naturparkplan Neckartal-Odenwald – Mitmachen ist erwünscht

Bei der Erstellung des Naturparkplans 2030 setzen FUTOUR und HHP.raumentwicklung auf eine intensive Beteiligung der Akteure und Bürger*innen vor Ort. So können künftige Ziele, Strategien und Projekte optimal auf die Region abgestimmt werden.



Foto: Naturpark Neckartal-Odenwald

Der Startschuss fiel mit zwei teilräumlichen Auftaktveranstaltungen, bei denen in einem World-Café nach der FUTOUR-Methode bereits zahlreiche Hinweise und Ideen aufgenommen wurden. Später folgten noch acht weitere Themenworkshops. Angepasst auf die Bedürfnisse des Naturparks wurden hier verschiedene Themen wie Kooperationen oder Forstwirtschaft im Detail bearbeitet. Aber auch eine aktive Beteiligung der Bevölkerung war bei der Planerstellung ausdrücklich erwünscht. Mit Hilfe von bunten Postkarten wurde ein Meinungsbild der Bürger und Bürgerinnen erstellt. Außerdem hat ein Fotowettbewerb maßgeblich zur Erhöhung der Identifikation und emotionalen Bindung der Bewohner*innen mit ihrem Naturpark beigetragen.

Frederike Gaß

www.naturpark-neckartal-odenwald.de





Die Gegend ist seit über 100 Jahren ein beliebtes Wander- und Klettergebiet

Rosenthal-Bielatal: Umsetzungsbegleitung des Tourismuskonzepts

Etwas abseits der touristischen Hotspots liegt Rosenthal-Bielatal in der Tourismusregion Sächsisch-Böhmische Schweiz. Die Naturlandschaft bietet spektakuläre Aussichten, bizarre Felsformationen und große Waldgebiete.

Mit dem Tourismuskonzept haben sich die touristischen Akteure ein anspruchsvolles Programm auferlegt, mit dem sie den Anschluss schaffen wollen an die positive touristische Entwicklung, die die Sächsische Schweiz genommen hat.

Unterstützung dafür leistet FUTOUR. Dank des langjährigen Engagements in der Region ist das Dresdner FUTOUR-Team „aus dem Stand“ in der Lage, die Umsetzung des Konzepts gemeinsam mit Gemeinde und Tourismusverein in erfolversprechende Bahnen zu lenken. Prioritäten wurden bereits festgelegt, so z.B. ein touristisches Leit- und Informationssystem, die Optimierung des Radwegenetzes sowie die Einbindung des Ortes in das „Parkleitsystem Sächsische Schweiz“. Von letzterem wird eine Entlastung vom Individualverkehr erwartet – nicht nur im Bielatal.

www.rosenthal-bielatal.de

Dr. Johannes von Korff

Das „Dreiländerregion-Lebensgefühl“ – Životní pocit – žiji v Trojzemí

Visionen und Highlights im Projekt LiZi (Konzept Entwicklungsraum Liberec Zittau)

Für das Dresdner FUTOUR-Team um Dr. Johannes von Korff, das durch tschechische Fachleute um Prof. Karel Maier von der Architekturfakultät der Technischen Universität Prag verstärkt wurde, ging im Mai 2020 eine spannende Bearbeitungszeit vorbei. Für die Region am Oberlauf der Lausitzer Neiße, in der Deutschland, Tschechien und Polen aufeinandertreffen, wurden Entwicklungspotentiale identifiziert und Visionen und Leitziele formuliert. Zusammen mit den gleichzeitig entwickelten Schlüsselprojekten dient dies nun der stärkeren Wahrnehmung als grenzüberschreitende Region und macht „Win-Win-Konstellationen“ deutlich.

Highlights in diesem Projekt waren die beiden Workshops in Zittau und Liberec. Visionen von „Think bigger“ bis „Happy-Planet-Index“ sollen den regionalen Akteuren Inspiration und Ermunterung zur zukunftsweisenden Gestaltung ihrer Dreiländerregion geben.

Melanie Knievel



Workshop LiZi in prachtvollem Ambiente des ehemaligen Cafe Posta in Liberec

Neue „FUTOURisten“ in Dresden

Melanie Knievel (Diplom-Sozialgeographin)

Zunächst in Meißen als Regionalplanerin tätig, war sie später als Bildungsreferentin in Dresden. Bei FUTOUR ist sie – „back to the roots“ – wieder in der Regionalentwicklung angekommen. Ihre Arbeitsschwerpunkte sind: Nachhaltige Entwicklung, Natur- und Kulturlandschaft, Dorfentwicklung, Leitbildentwicklungen, Veranstaltungsmanagement und Bürgerbeteiligung.



„Wenn Wissenschaft auf's pralle Leben trifft! Bei FUTOUR kann ich Regionalentwicklung in ihrer ganzen Vielfalt mitgestalten und Wissenschaft mit Lebenswirklichkeit verknüpfen.“

Georg Thieme (M.A. Geographie)

Bis 2019 war er Mitarbeiter in einem Berliner Büro für Stadt- und Regionalentwicklung. Nach vielseitiger, aber auch hektischer Stadtteilarbeit war es für ihn eine bewusste Entscheidung, in seine Heimatregion zurückzukehren und den Fokus auf die Entwicklung ländlicher Räume zu legen. Seine Arbeitsschwerpunkte sind Entwicklungsprozesse im Ländlichen Raum – Dorf, Klein- und Mittelstädte, Daseinsvorsorge und Bürgerbeteiligungsprozesse.



*„Mit der grünen FUTOURisten-Brille auf der Nase freue ich mich, auf kurzem Wege den unterschiedlichsten Akteur*innen auf Augenhöhe begegnen zu können und gemeinsam „Geographie [zu] machen.“*

**Ganz nach dem Motto:
„Wenn Gartentourismus, dann richtig!“**

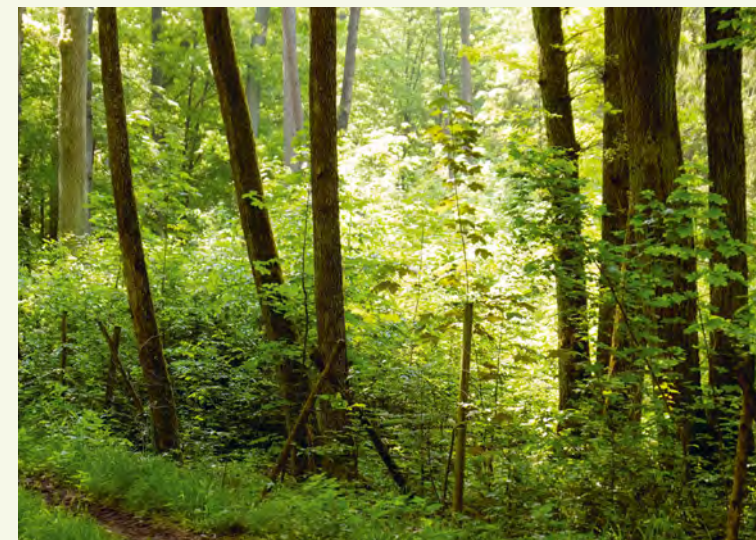
Jahrelange Gartentourismus-Expertise jetzt kompakt in einem **TourCert-Webinar** der Reihe Travel for Tomorrow.

Die Expertin für Gartentourismus, Dr. Heike Glatzel, gibt in einem Webinar einen Überblick zum Gartentourismus und einen Ausblick darauf, wie Regionen, aber auch einzelne Gärten und Parks, sich auf die Erwartungen der künftigen Gäste einstellen können.

Kostenlos unter: www.youtube.com/watch
„TourCert Gartentourismus“



Erholung im Plastikwald?



Waldverjüngung kann anspruchsvoll und ästhetisch sein, wenn man nur will!

Tal der Tiere – Weiterentwicklung

FUTOUR begleitete vor über 10 Jahren die Erstellung der Tourismuskonzeption für das „Tal der Tiere“, das Wolfstal im Mittleren Schwarzwald. Nun soll die Thematik weiterentwickelt werden. Neue Angebote unter Einbeziehung der Leistungsträger sollen entstehen. Dirk Monath und Dr. Peter Zimmer moderieren für die Gemeinden Oberwolfach und Bad Rippoldsau-Schapbach hierzu einen Strategieworkshop. *Dirk Monath*

www.wolftal.de



Wildpfad Kniebis – Tatzen führen durch das Wolfstal

Wälder der Zukunft – ein Tourismuspotenzial

Die letzten Trockensommer haben zu einem Absterben von etwa 245.000 ha Wald geführt. Vor allem Nadelbäume auf nicht geeigneten Böden und Laubbäume ohne ausreichendes Waldbinnenklima zeigten Ausfälle. Das Bild komplett abgestorbener Bäume schockiert!

Tatsächlich aber stirbt der Wald nicht, er passt sich diesem vom Menschen verursachten Klimawandel nur an. Die abgestorbenen Waldflächen werden sich sogar ohne teure Aufforstungen von selbst in attraktive Waldbilder entwickeln und auch wieder zu bewirtschaften sein. Dass die Natur dies kostenlos leisten kann, hat sie vielfach bewiesen.

Vor etwa 10.000 Jahren kehrten unsere heutigen Waldbäume nach dem Rückzug der eiszeitlichen Gletscher aus dem Balkan wieder zu uns zurück. Bei natürlicher Bewaldung hätten wir etwa 70 % Buchenwälder, 20 % kiefernreiche Eichenwälder und 10 % Buchen-Tannen-Fichten-Wälder. Reine Nadelwälder gab es – von wenigen Extrem-Standorten abgesehen – in Deutschland nicht!

Die früheren Urwälder waren im Laufe von nur

20 Waldgenerationen seit der Eiszeit einer Wald-Kulturlandschaft gewichen. Aber erst seit dem 18. Jahrhundert wird ordnungsgemäß Wald bewirtschaftet. Aus unterschiedlichsten Gründen wurden diese Wälder vielfach übernutzt. Oft bestand die einzige Alternative zur Wiederbewaldung in den heute so vehement beklagten Monokulturen. Aus dieser Falle entkamen viele Wälder nicht mehr. Und das wird angesichts zunehmend veränderter Klimabedingungen auch immer schwieriger. Einigermassen gut haben stabile Wälder an wenigen Standorten nur dort überlebt, wo das Grundeigentum ein vorrangiges Interesse am Gesamtökosystem gezeigt hatte. Dazu gehören ein aktives Bodenleben, ein gedeihliches Waldbinnenklima, eine vielfältige Altersstruktur und eine dauerhafte Waldbedeckung.

Die Katastrophenanfälligkeit vieler Altersklassenwälder ist dagegen überall zu beobachten. Dort werden auch der Humusaufbau und die CO₂-Bindung der Böden geschmälert. Die gleichförmig aufwachsenden Reinbestände werden nicht nur zunehmend störanfälliger, sie bieten auch keine attraktiven Landschaftsbilder

mehr. Und eine naturgerechte Umwandlung oder gar eine Wiederbewaldung scheitert an waldbaulichen Alternativen und an den völlig überhöhten Beständen von Rot- oder Rehwild. Dass neuerdings offenbar Plastikwuchshüllen für den Schutz von Jungpflanzen nötig sind, stellt die endgültige Kapitulation vor den gesetzlich gebotenen Wald-Wild-Anpassungen dar. Dabei garnieren nun diese „Plastikkulturen“ zusätzlich unsere Erholungs- und Urlaubslandschaften und sind eine Beleidigung der Landschaftsästhetik!

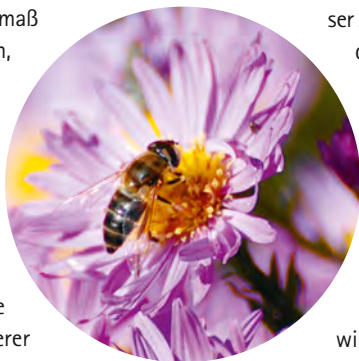
Aber es gibt verantwortungsbewusste Jäger und Waldbesitzer, bei denen Tannen, Ahorn oder andere optisch bereichernde Baumarten ohne jeglichen Schutz aufwachsen und die erst damit unverwechselbar schöne Waldlandschaften bewahren.

Es wird Zeit, dass sich auch der Tourismus hier entscheidend einbringt, denn gerade die optisch attraktivsten Waldbilder in Deutschland sind dort zu finden, wo naturgemäß bewirtschaftet wurde und wo diese Wälder bis heute auch allen Klimaveränderungen standgehalten haben.

Dieter Popp

Bienen würden Streuobst wählen – Touristen auch

In einem früher nie für möglich erachteten Ausmaß engagieren sich heute viele Menschen für Bienen, selbst wenn sie keine Imker sind. Die Bestäuber unserer Streuobstbäume befinden sich in ungewohntem Rampenlicht. Zunächst hatte die Wissenschaft Alarm geschlagen und mit Zahlen belegt, dass Insekten dramatisch weniger werden. Dann ist die Gesellschaft aufgewacht. Denn ohne die Bestäubung durch Honigbienen, Wildbienen und alle pollenliebenden Insekten haben die Streuobstwiesen, mit die attraktivsten Teile unserer Kulturlandschaft, keine Zukunft mehr. Es geht also auch um jene Insekten, die wir mitunter als lästig einstufen. In der Natur haben alle Arten eine bedeutsame Funktion. Bis vor gar nicht langer Zeit konnten Verluste von der Natur noch kompensiert werden. Aber dies ist angesichts unserer Bevölkerungsexplosion und der Nutzungsintensivierung von der Natur allein längst nicht mehr abzufedern. Wir müssen gemeinsam nach Lösungen suchen. Es stehen alle in die-



ser Zukunftsverantwortung für die „Bienen&Co“! Die Industrie steht in der Verantwortung, die uns immer noch bequemere Wege wirtschaftlichen Handelns gegen die Natur aufzeigt. Und auch die Bauern sind in der Mitverantwortung, aber in gleicher Weise auch die Eigenheimbesitzer mit ihren pflegeleichten Gärten. Kommunen sollten Forderungen nach einem „sauberen Grün vor der Haustür“ eine eindeutige Absage erteilen. Aber an erster Stelle stehen wir als Verbraucher*innen, wenn wir beim täglichen Konsum der Verlockung bienenunfreundlich, aber extrem billig erzeugter Konsumgüter nachgeben. Hier entscheiden wir uns für Obstprodukte aus intensiv behandelten Plantagen oder für hochwertige Streuobstprodukte. In unseren Urlaubsorten bevorzugen wir eindeutig die extensiven Hochstamm-Obstwiesen, wie die Bienen auch. Die Bienen stehen uns offensichtlich sehr viel näher, als die meisten von uns glauben...
Dieter Popp

Tourismuskonzept für den Turnaround



Bewahrung regionaler Baukultur in Oberharmersbach

Eine Bilderbuchlandschaft umgibt den Ort Oberharmersbach im Mittleren Schwarzwald. Eine offene Tallandschaft, Streuobstwiesen, Weiden, Bäche, Wald. Eine Vielzahl regionaler Erzeuger bieten besondere, hochwertige Produkte, vom Edelbrenner über den Metzger bis hin zum Chocolatier und dem Schreinereibetrieb, der sich auf Häuser spezialisiert hat, die vollkommen und ausschließlich aus regionalem Holz bestehen. Und trotzdem finden einige Hoteliers und Vermieter bisher keinen Weg, ihr Angebot zeitgemäß zu gestalten und zu vermarkten. Auch Gastronomiebetriebe wackeln, deshalb stehen einige Häuser vor wichtigen Entscheidungen. Dirk Monath und Dr. Peter Zimmer begleiten im laufenden Jahr die Erarbeitung eines Tourismuskonzeptes, welches Perspektiven für die Entwicklung in Oberharmersbach aufzeigen soll.

Dirk Monath

www.oberharmersbach.de

Ihr Partner für Tourismus und Regionalentwicklung

FUTOUR

Die Umsetzungsberatung



Tourismuskonzept | Moderation
Nachhaltigkeit | Förderung | Bürgerbeteiligung
Wettbewerb | Evaluierung | Masterplan
Destinationsmanagement
Kultur | Regionalität | Umwelt

FUTOUR bietet als eines der führenden Unternehmen in Tourismus und Regionalberatung ganzheitliche Lösungen mit hoher Umsetzungsqualität. Wir stehen unseren Kunden als professionelle Partner mit Kreativität und Fachkompetenz zur Seite. Maßgeschneiderte, innovative, nachhaltige Konzepte und Projekte!

www.futour.com

info@futour.com

Herausgeber:

FUTOUR Umwelt-, Tourismus- und Regionalberatung
Redaktion: Dr. Heike Glatzel, Gaby Binsteiner-Stelzer
Konzeption & Gestaltung: Agentur Brauer, Kleiber-Wurm GmbH,
www.bkw-design.de
Druck*: Kriechbaumer GmbH & Co. KG

Ausgabe 20, Jahr 2020. Erscheinungsweise: Einmal jährlich
*klimaneutral auf FSC® zertifiziertem Papier gedruckt

Selbst der liebe Gott braucht Glocken – wohlverstandener Lobbyismus und Innenmarketing

Moderne Touristiker*innen arbeiten professionell im Lobbying und Innenmarketing.

Public Affairs Management/Lobbying ist die Schnittstelle zwischen Wirtschaft, Gesellschaft und Politik, das strategische Management von Entscheidungsprozessen. Es geht um die Analyse aktueller politischer und gesellschaftlicher Prozesse, Stimmungen, Regulierungen, Fördermöglichkeiten und Gesetzesvorhaben. Lobbying hat auch eine beratende Funktion, organisiert den Dialog zwischen verschiedenen Akteuren und dient zur Optimierung von Rahmenbedingungen und zum fachlichen Input für die Politiker*innen, von der Orts- bis zur Bundes- und EU-Ebene. Daraus entwickeln sich dauerhafte Lobbystrategien. Dabei lässt sich nicht zwischen gut und schlecht unterscheiden, es ist wohlgernekt legitim, sich für sein Eigeninteresse einzusetzen. Aber es lässt sich unterscheiden zwischen Lobbyist*innen, die sich für Profit von Eliten und Konzernen einsetzen und solchen, die sich für gesellschaftliche Ziele und das Interesse der Allgemeinheit stark machen. So wie etwa der Bundesverband Deutsche Mittelgebirge e.V., welcher von Dr. Peter Zimmer beraten wird.

Innenmarketing umfasst Bemühungen einer Tourismusorganisation um die Unterstützung aller Leistungsträger der Destination sowie der Einwohner*innen bei der Gestaltung des Produktes Urlaub. Die Maßnahmen richten sich damit nicht nach außen, etwa an die Gäste, sondern an die internen Anspruchsgruppen/Stakeholder (Beherbergung, Gastronomie, Freizeitanlagen, Bildungseinrichtungen, Verwaltung, Mitarbeitende, Bevölkerung, etc.). Ziele sind u.a. die Verbesserung des Informations-/Wissensaustausches aller Akteure, Erstellung eines gemeinsamen Identitäts- und Marketingkonzepts, Einbeziehung der Anspruchsgruppen in Entscheidungen/Diskussionen, Abstimmung einzelner Angebotelemente und gemeinsamer Aktivitäten, Nutzung lokaler und regionaler Stärken, Befriedigung von Gästewünschen im Einklang mit den Bedürfnissen der Bevölkerung und der offene Umgang mit Spannungsfeldern.



Bundesverband Deutsche Mittelgebirge bei der Klosterklausur in Maria Laach

Voraussetzung bei Lobbying und Innenmarketing sind professionelle Stakeholderanalysen sowie Aufbau und Management eines belastbaren Kontaktnetzwerks und... Transparenz.

Dr. Peter Zimmer

www.deutschemittelgebirge.de

FUTOUR Umwelt-, Tourismus- und Regionalberatung



FUTOUR GmbH

Dr. Heike Glatzel
Kardinal-Döpfner-Str. 8
D-80333 München
Tel. 089 24 24 18 44

heike.glatzel@futour.com



FUTOUR Südwest

Dirk Monath
Franz-Liszt-Allee 43
D-79189 Bad Krozingen
Tel. 07633 91 99 140

suedwest@futour.com



FUTOUR Dresden

Dr. Johannes von Korff
Moritzburger Weg 67
D-01109 Dresden
Tel. 0351 88 38 35 30

johannes.korff@futour.com



FUTOUR Tourismusberatung

Dr. Peter Zimmer
Sedanstr. 35
D-50668 Köln
Tel. 0221 73 29 36 00

peter.zimmer@futour.com



FUTOUR Regionalberatung

Dieter Popp
Vogelherdweg 1
D-91729 Haundorf
Tel. 09837 97 57 08

dieter.popp@futour.com

Weitere FUTOUR-Berater*innen



Gaby Binsteiner-Stelzer
(FUTOUR GmbH)
gaby.binsteiner@futour.com



Friederike Gaß
(FUTOUR GmbH)
friederike.gass@futour.com



Dr. Franz Kerler
(FUTOUR GmbH)
info@futour.com



Melanie Knievel
(FUTOUR Dresden)
melanie.knievel@futour.com



Georg Thieme
(FUTOUR Dresden)
georg.thieme@futour.com



Alina Zimmer
(FUTOUR Tourismusberatung)
alina.zimmer@futour.com



Gerda Maria Fuchs-Popp
(FUTOUR Regionalberatung)
gerda.fuchs@futour.com