Universität für Bodenkultur, Wien

H73 Department für Wirtschafts- und Sozialwissenschaften

H731 Institut für nachhaltige Wirtschaftsentwicklung

Diplomarbeit

Ausflugs- und Bildungstourismus als Beitrag zu einer integrierten nachhaltigen Regionalentwicklung – eine Portfolio-Analyse internationaler Angebote und deren Übertragbarkeit auf den Naturpark Obst-Hügel-Land

von

Barbara Enengel

Martrikelnummer: 0140330

Studienrichtung: 890, Landwirtschaft

Betreuung:

Ao.Univ.Prof. Dipl-Ing. Dr.nat.techn. Marianne Penker

Wien, im Mai 2007

Vorwort

Die vorliegende Diplomarbeit stellt den Abschluss meines Studiums an der Universität für Bodenkultur dar. Es ist mir ein großes Anliegen, an dieser Stelle den Menschen zu danken, die mich in dieser Zeit begleitet, gefordert und gefördert haben:

- Frau Ao. Univ. Prof. DI Dr. Marianne Penker, die durch zahlreiche Anregungen und die freundliche Betreuung wesentlich zum Gelingen dieser Diplomarbeit beigetragen hat.
- Ein besonderer Dank gilt Herrn DI Rainer Silber für sein Engagement und Interesse sowie den Mitwirkenden des Diskussionsnachmittages im Naturpark.
- Den projektverantwortlichen Auskunftspersonen für die Bereitstellung sämtlicher Informationen.
- Meinen Freunden, die mich durch mein Studium begleiteten.
- Meiner Familie für ihre Geduld und ihr Verständnis während meines Studiums.
- Ein herzlicher Dank gilt meinem Freund Franz, der mich stets in meinem Tun unterstützt und mein Rückhalt ist.

Wien, im Mai 2007 Barbara Enengel

Kurzfassung

Der Naturpark Obst-Hügel-Land in Oberösterreich, gegründet im Jahr 2005, zeichnet sich durch die von Streuobstwiesen geprägte Kulturlandschaft aus. Den BesucherInnen bieten sich bereits einige Möglichkeiten; der Ausflugs- und Bildungstourismus soll jedoch forciert werden. Die Diplomarbeit setzt sich zum Ziel, ausflugs- und bildungstouristische Angebote aus Österreich und den Nachbarländern zu erheben, deren Beitrag zu einer integrierten nachhaltigen Regionalentwicklung zu vergleichen und die Übertragbarkeit auf das Obst-Hügel-Land zu prüfen.

Der Theorieteil beschäftigt sich mit Aspekten der Nachhaltigkeit sowie Regionalentwicklung und beleuchtet die Entwicklung der Naturparke. Der Erörterung der Ziele von Naturparken, der Bedeutung von Tourismus und Bildung in Naturparken folgt eine Beschreibung des Naturparks Obst-Hügel-Land.

Der empirische Teil widmet sich der Erhebung ausflugs- und bildungstouristischer Angebote und deren Übertragbarkeit auf den untersuchten Naturpark. An die Recherche touristischer Projekte rund um das Thema Streuobst schließen die Projektauswahl und schriftliche Befragungen der projektverantwortlichen Auskunftspersonen an. Eine Indexbildung aus neun Indikatoren (ökologische, ökonomische, soziale Nachhaltigkeit) ermöglicht den Vergleich der Projekte in Hinsicht auf deren Beitrag zu einer integrierten nachhaltigen Entwicklung. Eine Portfolio-Analyse veranschaulicht die Ergebnisse dieser Berechnungen. VertreterInnen des Obst-Hügel-Lands diskutieren schließlich die mögliche Adaptierung der Projektideen in einer Focus Gruppe.

Ergebnis der Focus-Group-Diskussion und der zentralen Forschungsfrage ist, dass sich grundsätzlich alle elf Projektkonzepte auf das Obst-Hügel-Land übertragen lassen und dort zu einer integrierten nachhaltigen Regionalentwicklung beitragen können. Neben der Entwicklung eines Erlebnisthemenweges wollen die regionalen AkteurInnen in Zukunft ein zweitägiges Herbstfest veranstalten, in das Elemente aus dem „Kunst-Pfad“, „Apfelsaft-Pressen“ mit Kindern, Sortenausstellungen und Verkostungen einfließen.

Abstract

The Nature Park Obst-Hügel-Land in Upper Austria is characterized by typical extensive orchards. There are already developed some tourism facilities, but offers for trip tourism and educational tourism should be extended. The aim of the diploma thesis is to survey touristy offers and facilities in Austria and neighbouring countries, to compare their contribution to an integrated sustainable regional development and to examine their adaptability to the Obst-Hügel-Land.

The theoretical part deals with aspects of sustainability and regional development and highlights the development of Nature Parks. The general aims of Nature Parks and the importance of tourism and education in Nature Parks are discussed and the Obst-Hügel-Land is described.

The empirical part surveys existing trip tourism and educational tourism offers focussing on extensive orchards in other regions and analyses their adaptability for the Obst-Hügel-Land. A list of interesting projects is compiled and interviews with representatives of the projects are carried out via e-mail. An index synthesising nine indicators (ecological, economical and social sustainability) allows the comparison of the projects concerning their contribution to an integrated regional development. A portfolio illustrates the results of these calculations. Finally in a focus group, representatives of the Obst-Hügel-Land discuss the possible adaptation of the concepts and ideas for their region.

Result of the focus group discussion and of the crucial research question is that in principle, all eleven project concepts could be adapted for the Obst-Hügel-Land in order to contribute to an integrated regional development. In addition to the development of an "experimental Nature Park path" the regional representatives intend to organise a two-day-event in autumn that should incorporate elements of the "Kunst-Pfad" the production of apple juice with children, an exhibition of apple varieties and narrated tastings of fruits.

Inhaltsverzeichnis

ABBILDUNGSVERZEICHNIS **VII**

ÜBERSICHTSVERZEICHNIS **VII**

TABELLENVERZEICHNIS **VIII**

ABKÜRZUNGSVERZEICHNIS **IX**

1 EINLEITUNG **1**

1.1 Zielsetzungen der Diplomarbeit **1**

1.2 Annahmen und Forschungsfragen **1**

1.3 Ablauf **3**

A) THEORETISCHER TEIL

2 BEGRIFFLICHE GRUNDLAGEN **5**

2.1 Integrierte nachhaltige Regionalentwicklung **5**

2.1.1 Region 5

2.1.2 Entwicklung 6

2.1.3 Nachhaltigkeit und Nachhaltige Entwicklung 6

2.1.4 Die beiden Ansätze Top down und Bottom up 9

2.1.4.1 Top down 9

2.1.4.2 Bottom up 9

2.1.4.3 Vergleich der beiden Ansätze 9

2.1.5 Verwendung und Bedeutung des Begriffs „Integrierte nachhaltige Regionalentwicklung“ in der vorliegenden Untersuchung 10

2.2 Ausflugs- und Bildungstourismus **17**

2.2.1 Ausflugstourismus 17

2.2.2 Bildungstourismus 17

2.2.3 Verwendung und Bedeutung des Begriffes „Ausflugs- und Bildungstourismus“ für die vorliegende Untersuchung 19

2.3 Abgrenzung der Großschutzgebiete – Naturpark, Nationalpark, Biosphärenreservat 19
2.3.1 Nationalpark 21
2.3.2 Naturpark 21
2.3.3 Biosphärenreservat 22
2.3.4 Gemeinsamkeiten und Unterschiede 22

3 NATURPARKE IN ÖSTERREICH UND EUROPA 24

3.1 Die Entwicklung der Naturparke 24
3.1.1 Naturparkentwicklung in Europa 24
3.1.2 Naturparkentwicklung in Österreich 25

3.2 Positionierung der österreichischen Naturparke 26
3.2.1 Schutz 29
3.2.2 Erholung 29
3.2.3 Bildung 29
3.2.4 Regionalentwicklung 29

3.3 Qualitätskriterien für österreichische Naturparke 30

4 TOURISMUS IN NATURPARKEN 32

4.1 Das Verhältnis von Tourismus und Naturschutz in Naturparken 32

4.2 Anwendungen des Sustainability-Konzepts auf den Tourismus 32

4.3 Regionaler Nutzen 34

4.4 Potentiale des Ausflugs- und Bildungstourismus für österreichische Naturparke 36

4.5 Erfolgsfaktoren für touristische Angebote 37

4.6 Mobilität 38

5 BILDUNG IN NATURPARKEN 39

5.1 Umweltbildung 39

5.2 Bildung für nachhaltige Entwicklung 40

5.3 Gegenüberstellung Umweltbildung und Bildung für nachhaltige Entwicklung 43

5.4 Die drei Bildungsaspekte 43

5.5 Umsetzung in Naturparks **44**

6 DER NATURPARK OBST-HÜGEL-LAND **46**

6.1 Historische Entwicklung **46**

6.2 Die Gemeinden des Naturparks Obst-Hügel-Land **47**
6.2.1 Gemeinde Scharten 47
6.2.2 Marktgemeinde St. Marienkirchen an der Polsenz 48

6.3 Streuobst im Obst-Hügel-Land **48**

6.4 Organisationsform **49**

6.5 Ziele des Naturparks **50**
6.5.1 Das Oberösterreichische Naturschutzgesetz 50
6.5.2 Leitbild des Verbandes der Naturparke Österreichs 51
6.5.3 „Naturparkcharta“ für das Obst-Hügel-Land 51
6.5.4 Statuten des Naturparkvereins 52

6.6 Rahmenbedingungen für die Naturparkentwicklung **52**

6.7 Fördermöglichkeiten **53**

6.8 Bestehende Angebote im Naturpark Obst-Hügel-Land **54**

6.9 Stärken und Schwächen im Naturpark Obst-Hügel-Land **55**
6.9.1 Stärken und Schwächen 56
6.9.2 Projektideenpool 58
6.9.3 Maßnahmen zur Umsetzung der Ziele 59

B) EMPIRISCHER TEIL

7 DARSTELLUNG DES UNTERSUCHUNGSDESIGNS **61**

8 ERHEBUNG VON AUSFLUGS- UND BILDUNGSTOURISTISCHEN ANGEBOTEN **63**

8.1 Kriterien für die Auswahl der Referenzprojekte und -gebiete **63**

8.2 Ausgewählte Projekte **66**

8.3 Auswahl von projektverantwortlichen Auskunftspersonen für die Experteninterviews 67

9 EXPERTENINTERVIEWS DER PROJEKTVERANTWORTLICHEN AUSKUNFTSPERSONEN 68

9.1 Anwendung der Experteninterviews 68

9.2 Durchführung der Experteninterviews 69

9.2.1 Pretest 69

9.2.2 Fragebogen 70

10 PROJEKTBESCHREIBUNGEN ANHAND DER EXPERTENINTERVIEWS 71

10.1 Schulprogramm und Kinderführungen von ComNatura 72

10.2 Streuobst Erlebnisweg Markt Herrnsheim 74

10.3 Kunst-Pfad 77

10.4 Apfelmatsch 79

10.5 Vier Obstsortengärten Deggenhausertal 81

10.6 Kinder entdecken eine Kulturlandschaft: Streuobstwiese 85

10.7 Rhöner Schau-Kelterei 86

10.8 Streuobstmuseum Bruchsal 89

10.9 Mostbaron (Dr. honoris Mosticus) 91

10.10 Erlebnis- und Genusszentrum MostBirnHaus 94

10.11 St. Georgener Apfelfest 96

10.12 Mostgalerie am Bodensee 98

10.13 Sunnseitn Apfelwoche 101

10.14 Reflexion der Projektbeschreibungen 101

11 BEWERTUNG DER PROJEKTE MITTELS NACHHALTIGKEITSINDIZES 103

11.1 Grundlegendes zu Indikatoren und Indizes 103

11.2 Indikatoren nachhaltiger Entwicklung 105

11.3 Auswahl, Gewichtung und Zusammenführung der Indikatoren 106

11.3.1 Indikatoren ökologischer Nachhaltigkeit 107

11.3.2 Indikatoren ökonomischer Nachhaltigkeit 109

11.3.3 Indikatoren sozialer Nachhaltigkeit 111

11.4 Indizes der erhobenen Projekte 112

11.4.1 Erhalt und sanfte Nutzung der Kulturlandschaft (Indikator 1) 112

11.4.2 Nutzung öffentlicher Verkehrsmittel (Indikator 2) 114

11.4.3 Beitrag zum Umweltbewusstsein (Indikator 3) 115

11.4.4 Beitrag zur regionalen Wertschöpfung (Indikator 4) 116

11.4.5 Beschäftigung durch das Projekt (Indikator 5) 117

11.4.6 Finanzierung (Indikator 6) 122

11.4.7 Nutzung durch die Einheimischen (Indikator 7) 122

11.4.8 Partizipation der Bevölkerung (Indikator 8) 123

11.4.9 Zufriedenheit mit dem Angebot (Indikator 9) 124

11.4.10 Dimensionsindizes und synthetischer Nachhaltigkeitsindex 124

12 PORTFOLIO-ANALYSE 127

12.1 Anwendung der Portfolio-Analyse 127

12.2 Erstellung des Portfolios für die erhobenen Tourismusangebote 128

12.3 Reflexion und Diskussion der Ergebnisse der Portfolio-Analyse 130

12.3.1 Ökologische Nachhaltigkeit 130

12.3.2 Ökonomische Nachhaltigkeit 130

12.3.3 Soziale Nachhaltigkeit 130

13 FOCUS GROUPS 132

13.1 Anwendung der Focus Groups Methode 132

13.1.1 Einsatzmöglichkeiten 133

13.1.2 Fragetypen 134

13.2 Questioning Route 136

13.2.1 Planungsablauf 136

13.2.2 Zielsetzungen der Focus Groups 136

13.2.3 Verwendete Questioning Route 137

13.3 Zusammensetzung der Focus Groups im Naturpark Obst-Hügel-Land 140

13.4 Durchführung der Focus Groups 141

13.5 Resultate der Focus Group 143

13.5.1 Lücken im aktuellen touristischen Angebot 143

13.5.2 Wünsche an das zukünftige touristische Angebot 144

13.5.3 Übertragbarkeit der ausflugs- und bildungstouristischen Angebote 145

13.5.4 Konkurrenz zu bestehenden Angeboten 149

13.5.5 Ranking der Projekte 150

13.5.6 Schritte zur Umsetzung 150

13.5.7 Akzeptanz 151

13.5.8 Feedback und wichtigste Gesprächspunkte 151

13.6 Reflexion und Diskussion der Ergebnisse der Focus Group 153

14 SCHLUSSBETRACHTUNG 155

14.1 Vergleich der Ergebnisse der Portfolio-Analyse und der Focus Group 155

14.2 Abschließende Bemerkungen zu den Forschungsfragen 155

15 AUSBLICK 158

16 ZUSAMMENFASSUNG 159

LITERATUR- UND QUELLENVERZEICHNIS 163

ANHANG 173

Abbildungsverzeichnis

Abbildung 1: Region als wichtigste Umsetzungsebene einer nachhaltigen Entwicklung 11

Abbildung 2: Aspekte Regionaler Entwicklung 12

Abbildung 3: Selbstgesteuertes Lernen in der Freizeit 18

Abbildung 4: Zielsystem einer integrativen touristischen Entwicklung 33

Abbildung 5: Wirkungsnetz Tourismus 35

Abbildung 6: Bildung und die politische Umsetzungsebene als vierte Säule nachhaltiger Entwicklung 41

Abbildung 7: Lage Naturpark Obst-Hügel-Land 46

Abbildung 8: Organisationsmodell Naturparkverein Obst-Hügel-Land 49

Abbildung 9: Auswahlverfahren von ausflugs- und bildungstouristischen Angeboten 65

Abbildung 10: Geografische Verteilung der erhobenen Projekte 71

Abbildung 11: Modell des verwendeten Portfolios 128

Abbildung 12: Portfolio der untersuchten Projekte 129

Abbildung 13: Feedback am Ende der Focus Group 152

Übersichtsverzeichnis

Übersicht 1: Forderungen der drei Dimensionen von Nachhaltigkeit 8

Übersicht 2: Elemente nachhaltiger Regionalentwicklung 12

Übersicht 3: Merkmale integrierter ländlicher Entwicklung 14

Übersicht 4: Kontinuum zwischen formellem und informellem Lernen 18

Übersicht 5: IUCN Kategorisierung der Schutzgebiete 20

Übersicht 6: Strategien österreichische Naturparke – 4 Funktionen und Zielkatalog 28

Übersicht 7: Kriterien für einen integrativen Ausflugs- und Bildungstourismus 37

Übersicht 8: Phasen der Umweltbildung 40

Übersicht 9: Gekennzeichnete Wanderwege im Obst-Hügel-Land samt Wegzeiten 55

Übersicht 10: Stärken und Schwächen der beiden Naturparkgemeinden 57

Übersicht 11: Ausgewählte Überlegungen aus dem Projektideenpool 58

Übersicht 12: E-Mail an die projektverantwortlichen Personen 69

Übersicht 13: Standardisierung der Einzelindikatoren 105

Übersicht 14: Berechnung des synthetischen Index 105

Übersicht 15: Questioning Route 138

Tabellenverzeichnis

Tabelle 1: Überschneidungen der IUCN-Kriterien und der Kriterien für Österreichische Naturparke 31

Tabelle 2: Fördermöglichkeiten im Naturpark Obst-Hügel-Land 53

Tabelle 3: Indikatoren ökologischer Nachhaltigkeit 108

Tabelle 4: Indikatoren ökonomischer Nachhaltigkeit 110

Tabelle 5: Indikatoren sozialer Nachhaltigkeit 111

Tabelle 6: Erhalt und sanfte Nutzung der Kulturlandschaft 113

Tabelle 7: Nutzung öffentlicher Verkehrsmittel 115

Tabelle 8: Beitrag zum Umweltbewusstsein 116

Tabelle 9: Beitrag zur regionalen Wertschöpfung 119

Tabelle 10: Beschäftigung durch das Projekt 120

Tabelle 11: Finanzierung 121

Tabelle 12: Nutzung durch die Einheimischen 122

Tabelle 13: Partizipation der Bevölkerung 123

Tabelle 14: Zufriedenheit mit dem Angebot 124

Tabelle 15: Dimensionsindizes und daraus errechneter synthetischer Nachhaltigkeitsindex 125

Tabelle 16: Ranking der erhobenen Projekte in der Focus Group 150

Abkürzungsverzeichnis

BfnE	Bildung für nachhaltige Entwicklung
ca.	cirka
d.h.	das heißt
et. al.	und andere
f	der (die) folgende
ff	und der (die) folgenden
Hrsg.	Herausgeber
I	Indikator
i.d.f.	in der Fassung
IUCN	International Union for Conservation of Nature and of Natural Resources
lat.	lateinisch
LFI	Ländliches Fortbildungsinstitut
LGBl.	Landesgesetzblatt
max.	maximal
MIV	Motorisierter Individualverkehr
Nr.	Nummer
NschG	Naturschutzgesetz
OÖ	Oberösterreich
ÖPUL	Österreichisches Programm für umweltgerechte Landwirtschaft
Ppt.	Powerpoint
S.	Seite
s.a.	sine anno – fehlendes Erscheinungsjahr
s.p.	sine pagina – ohne Seitenangabe
Std.	Stunde
u.a.	unter anderem
UNESCO	Organisation der Vereinten Nationen für Erziehung, Wissenschaft und Kultur
vgl.	vergleiche
VNÖ	Verband der Naturparke Österreichs
WCPA	World Commision on Proteced Areas
z.B.	zum Beispiel

1 Einleitung

Der Naturpark Obst-Hügel-Land in den Gemeinden St. Marienkirchen und Scharten in Oberösterreich besteht seit dem Jahr 2005 und hat sich unter anderem die Erhaltung der Kulturlandschaft, Erholung und Bildung im Naturpark zum Ziel gesetzt. Ein wesentliches Element soll dabei die Schaffung von Naherholungsangeboten für umliegende Städte bilden. Einige wichtige Schritte in diese Richtung wurden bereits verwirklicht, wie beispielsweise das Mostmuseum und die Anlage von Wanderwegen. Doch viele Initiativen und konkrete Projektplanungen und -umsetzungen befinden sich erst im Anfangsstadium und bedürfen weiterer Handlungen und Konzepte um realisiert zu werden. Bei der Entwicklung ausflugs- und bildungstouristischer Angebote soll das Leitmotiv „Streuobst – Most – Kulinarik“ im Mittelpunkt stehen. Zukünftige Maßnahmen unter diesem Leitmotiv sollen einen Beitrag zur Erhaltung der typischen Streuobstwiesen im Naturpark leisten. Die vorliegende Diplomarbeit liefert einen Beitrag zur Entwicklung dieser Angebote.

1.1 Zielsetzungen der Diplomarbeit

Diese Diplomarbeit setzt sich die Erarbeitung, Auswahl und Beschreibung zukünftiger touristischer Angebote zum Ziel, bei denen Ausflugstourismus und Bildungstourismus im Zentrum stehen. Das Aufzeigen internationaler Angebote zu dieser Thematik soll den Entscheidungsträgern[1] im Naturpark Möglichkeiten zur Gestaltung ausflugs- und bildungstouristischer Angebote näher bringen. Darüber hinaus soll die Akzeptanz einzelner Angebote bei der lokalen Bevölkerung erhoben werden und Motivation für erste Umsetzungsschritte geschaffen werden. Die tatsächliche Umsetzung daraus resultierender Projekte ist nicht mehr Aufgabe und Teil dieser Diplomarbeit.

1.2 Annahmen und Forschungsfragen

Bei der Erarbeitung dieser Diplomarbeit wird unter anderem von folgenden **Annahmen** ausgegangen:

[1] Aus Gründen der leichteren Lesbarkeit wurde in dieser Arbeit zum Teil auf geschlechtergerechte Formulierungen verzichtet, die gewählte Form gilt jedoch für Frauen und Männer gleichermaßen.

- Ökologische und ökonomische Systeme können sich parallel entwickeln, ohne die Rahmenbedingungen einer nachhaltigen Entwicklung zu verletzen (vgl. VNÖ, 2003, 51).
- Ausflugs- und Bildungstourismus trägt zu einem dynamischen (integrativen) Gebietsschutz bei (vgl. MOSE und WEIXELBAUMER, 2002, 2).
- Der regionale Nutzen ergibt sich durch Steuereinnahmen, die Schaffung von Infrastruktur und von Arbeitsplätzen. Tourismus kann große Beiträge zur Wertschöpfung in einer Region liefern, die vor allem durch die Ausgaben der BesucherInnen zustande kommen (vgl. REVERMANN und PETERMANN, 2003, 16).
- Tourismus sollte in eine weitgehend diversifizierte regionale Wirtschaftsstruktur integriert sein: ein hoher Anteil der Wertschöpfung aus dem touristischen Geschehen sollte der Region selbst zukommen (vgl. REVERMANN und PETERMANN, 2003, 18).
- Naturparke leisten aktive (Umwelt-) Bildungsarbeit (vgl. REVERMANN und PETERMANN, 2003, 127).
- Internationale Best-Practice Beispiele lassen sich auf den Naturpark Obst-Hügel-Land übertragen und auf dessen spezifische Potentiale adaptieren.
- Kooperative Maßnahmen sind einzelbetrieblichen Maßnahmen vorzuziehen. Touristische Angebote sollten mit anderen Wirtschaftsbereichen verflochten sein, um auch deren Marktchancen zu fördern (vgl. REVERMANN und PETERMANN, 2003, 150)

Die Arbeit soll folgende **Forschungsfragen** beantworten:

Zentrale Forschungsfrage:

- **Welche (inter-) nationalen Best-Practice Angebote des Bildungs- und Ausflugstourismus lassen sich auf den Naturpark Obst-Hügel-Land übertragen, um dort zu einer integrierten nachhaltigen Regionalentwicklung beizutragen?**

Detailfragen:

- Welche Rolle spielt bisher die „touristische Inwertsetzung“? Welchen Stellenwert haben Tourismus, Umweltbildung und Umwelterziehung im Naturpark Obst-Hügel-Land?
- Wo liegen Nischen im touristischen Angebot und daraus resultierende zukünftige Betätigungsfelder?

- Welche Zielgruppe soll mit den entwickelten Ausflugs- und bildungstouristischen Angeboten angesprochen werden?
- Welche Projekte (touristische Angebote) im In- und Ausland können als Best-Practice Beispiele für den Naturpark Obst-Hügel-Land dienen und welche Kriterien werden für die Auswahl herangezogen?
- Gehen die ausgewählten Projekte konform mit den festgelegten Zielen des Naturparks?
- Welche ausflugs- und bildungstouristischen Maßnahmen versprechen eine ökologisch, ökonomisch und sozial nachhaltige Entwicklung des Naturparks Obst-Hügel-Land?
- Wie lässt sich Ausflugs- und Bildungstourismus, der mit dem Genuss des Aufenthaltes in der Natur, der Landschaft und mit der Erholung verbunden ist, gestalten, so dass er nicht durch die Zunahme des Individualverkehrs gestört wird? (vgl. LEUTHOLD, 2001, 4)
- Welche möglichen negativen Effekte können durch neue touristische Angebote (oder durch den sich daraus ergebenden Verzicht von alternativen Nutzungen) auftreten?
- In welchem Ausmaß kann Ausflugs- und Bildungstourismus Wirtschaftskreisläufe im Naturpark Obst-Hügel-Land verbunden mit der Schaffung neuer Arbeitsplätze (Synergieeffekte) anregen?
- Wie ist die Akzeptanz einzelner Angebote bei der lokalen Bevölkerung? Warum lassen sich bestimmte Projekte im Naturpark nicht umsetzen?
- Wie können etwaige Akzeptanzprobleme von Seiten der einheimischen Bevölkerung behoben oder gemindert werden?

1.3 Ablauf

Der erste Teil dieser Arbeit widmet sich der Definition grundlegender Begriffe („integrierte nachhaltige Regionalentwicklung“, „Ausflugs- und Bildungstourismus“) und grenzt die unterschiedlichen Kategorien der Großschutzgebiete ab. Im Weiteren wird die Naturparkentwicklung in Österreich und Europa dargestellt sowie die Positionierung der österreichischen Naturparke. Der Tourismus in Naturparken bildet ein zentrales Thema dieses ersten Teiles, der auf das Sustainability-Konzept, regionalen Nutzen und Potentiale des Tourismus eingeht. Einer Darstellung der Bildung in Naturparken folgt die Vorstellung des Naturparks Obst-Hügel-Land, wobei die beiden Naturparkgemeinden und die Ziele erläutert werden. Aus den Stärken und Schwächen und der Darstellung derzeitiger Tourismusangebote leiten sich Entwicklungspotentiale ab.

Der empirische Teil der Arbeit gilt der Erhebung ausflugs- und bildungstouristischer Angebote, die sich auf den Naturpark Obst-Hügel-Land übertragen lassen. Dazu erfolgt die Recherche von Projekten aus Österreich, Deutschland, der Schweiz und Italien anhand festgelegter Kriterien. Aus dem Pool der erhobenen touristischen Angebote fällt eine Auswahl von touristischen Angeboten. Experteninterviews mit den projektverantwortlichen Auskunftspersonen liefern weitere Informationen zu den einzelnen Projekten. Die folgenden Projektbeschreibungen basieren auf den Informationen der Befragungen. Die recherchierten Angebote werden mittels Indexbildung verglichen, wobei neun Indikatoren den Beitrag der einzelnen Konzepte zu einer nachhaltigen Entwicklung (ökologisch, ökonomisch, sozial) messen. Die Ergebnisse der Indexberechnung fließen in die Portfolio-Analyse ein, die die Relation der Projekte veranschaulicht. Diese Ergebnisse werden den Verantwortlichen des Naturparks präsentiert und im Rahmen von Focus Groups diskutiert. Die Durchführung der Focus Group zeigt, welche der Projektideen sich auf den Naturpark Obst-Hügel-Land übertragen lassen.

A) THEORETISCHER TEIL

Dieser erste Teil der Diplomarbeit wurde anhand von Literaturrecherchen erstellt. Die folgenden Kapitel erläutern begriffliche Grundlagen, Allgemeines zu Naturparks in Österreich und Europa sowie Basisinformationen zum Naturpark Obst-Hügel-Land. Die für die vorliegende Arbeit relevanten Themen „nachhaltige touristische Entwicklung“ und „Bildung für nachhaltige Entwicklung“ werden ebenfalls ausgeführt.

2 Begriffliche Grundlagen

Die in diesem Kapitel angeführten Begriffe dienen einer ersten Hinführung auf die Thematik. Deren Verwendung in der vorliegenden Diplomarbeit wird erläutert und eingrenzt. Im ersten Teil wird der Aspekt der „integrativen nachhaltigen Regional-entwicklung“ beleuchtet, und im zweiten Teil dieses Kapitels der Begriff „Ausflugs- und Bildungstourismus“ behandelt.

2.1 Integrierte nachhaltige Regionalentwicklung

Der Terminus der „integrierten nachhaltigen Regionalentwicklung“, setzt sich aus mehreren einzelnen Wörtern zusammen, deren Definitionen sowie Bedeutung in diesem Kontext angeführt ist. In den Begriff der „Regionalentwicklung“ fließen die „Region“ als auch die „Entwicklung“ mit ein. Anschließend wird der Begriff um den Aspekt der Nachhaltigkeit sowie der Partizipation – die Beteiligung der Bevölkerung – erweitert.

2.1.1 Region

“Die Region umfasst das, was sich ihr zugehörig fühlt und ist gar nicht exakt planbar. Entscheidend ist letztendlich der regionale Aufbruch.”

(SCHÜTTLER, 1994)

[lat. Regio, regionis] bedeutet Gegend, Bereich. Eine Region ist ein durch bestimmte Merkmale gekennzeichnetes, größeres Gebiet, eine territoriale Einheit in der Verwaltungsgliederung eines Staates, die eine verwaltungstechnische Untereinheit in einem zentralistisch organisierten Staat sein oder mit eigenen (Selbstverwaltungs-) Kompetenzen ausgestattet sein kann.

Abgrenzungskriterien einer Region sind:

- Rückführbarkeit auf statistisch-analytische Erhebungseinheiten
- Vorhandensein struktureller Gemeinsamkeiten und sich ergänzender Unterschiede die eine einheitliche Entwicklung der die Region kennzeichnenden Variablen im Zeitablauf sowie eine einheitliche Reaktion dieser Variablen auf regionalplanerische Maßnahmen und regionale Entwicklungskonzepte erwarten lassen (vgl. ZWAHR, 2006c, 693f).

BOULDING (1984) definiert eine Region: „A region is a subsystem of a larger system, separated from surrounding regions by a boundary, and characterized by fairly stable parameters. The boundary may be clear or fuzzy. What defines a region is a group of descriptors and parameters which are stable enough to study; a boundary is where these change in space or in time."

BOULDING spricht hier wie in der ersten angeführten Definition von einer Untereinheit eines größeren Systems. Er erwähnt den Aspekt der Grenzen einer Region, die definiert oder aber auch unklar sein können. Eine Region wird durch Parameter und Deskriptoren bestimmt.

2.1.2 Entwicklung

Dieser Begriff beschreibt einen Prozess von Zustandsänderungen innerhalb von räumlichen Einheiten. Die Zustandsänderung kann sowohl die Veränderung der verschiedensten Parameter als auch die Entwicklung des Ordnungsrahmens betreffen. Änderungen der natürlichen Umwelt können hier durch menschliche Eingriffe oder mittels Eigendynamik per se verursacht werden (vgl. BAUMGARTNER UND RÖHRER, 1998, 18).

2.1.3 Nachhaltigkeit und Nachhaltige Entwicklung

Der Begriff der Nachhaltigkeit kann durch den Grundsatz „Von den Erträgen leben, nicht von der Substanz"[2] charakterisiert werden und stammt ursprünglich aus der Forstwirtschaft. Es handelt sich um ein Bewirtschaftungsprinzip bei dem nicht mehr Holz geerntet wird, als jeweils nachwachsen kann. Von dieser forstwirtschaftlichen Nachhaltigkeit wurde der Begriff „Nachhaltige Entwicklung" abgeleitet (vgl. ZWAHR, 2006b, 232).

[2] Landesinstitut für Schule und Weiterbildung: http://www.learn-line.nrw.de/angebote/agenda21/info/nachhalt.htm

Eine Definition lautet: „Nachhaltige Entwicklung der Erde ist eine Entwicklung, die die Grundbedürfnisse aller Menschen befriedigt und die Gesundheit und Integrität des Erd-Ökosystems bewahrt, schützt und wiederherstellt, ohne zu riskieren, dass zukünftige Generationen ihre Bedürfnisse nicht befriedigen können und die Grenzen der Tragfähigkeit der Erde überschritten werden“ (STAPPEN, 2006, 27ff).

Der englische Begriff für nachhaltige Entwicklung „Sustainable Development“ wurde durch den Bericht „Our Common Future“ der UN-Kommission für Umwelt und Entwicklung (World Commission for Environment and Development, 1987) – benannt nach ihrer Vorsitzenden Gro Harlem Brundtland auch Brundtland-Kommission – in die breite Öffentlichkeit hineingetragen. Der Bericht dieser Kommission postuliert die Vereinbarkeit der drei Ziele wirtschaftliche Entwicklung, wirtschaftliches Wachstum und Erhaltung der Umweltbedingungen (vgl. SCHULZ, 2001, 374ff und ZWAHR, 2006b, 233ff). Nachhaltige Entwicklung charakterisiert einen globalen Zivilisationsprozess, der die Lebenssituation der heutigen Generation verbessert und gleichzeitig die Lebenschancen künftiger Generationen nicht gefährdet.

Soziale, wirtschaftliche und natürliche Grundlagen der Menschheit sollen erhalten werden (vgl. ZWAHR, 2006b, 233 ff). Diese drei Aspekte der Nachhaltigkeit wurden im Aktionsprogramm Agenda 21, verabschiedet auf der UN-Konferenz für Umwelt und Entwicklung in Rio de Janeiro 1992, erstmals formuliert (vgl. ZWAHR, 2006b, 233 ff). Die Forderungen, die von diesen drei Dimensionen der Nachhaltigkeit ausgehen, sind in Übersicht 1 dargestellt.

- **Ökologische Nachhaltigkeit**: damit wird das Ziel der Erhaltung des ökologischen Systems angestrebt. Das ökologische System stellt die Lebensgrundlage aller Aktivitäten dar, dient als Aufnahmemedium anthropogener Emissionen und als Quelle natürlicher Ressourcen.
- **Ökonomische Nachhaltigkeit**: das ökonomische Kapital soll erhalten bleiben. Einkommen in Übertragung auf die Gesellschaft wird als das bezeichnet, was von einer Gesellschaft in einer Periode konsumiert werden kann, ohne dass ihre Vermögensposition verschlechtert wird.
- **Soziale Nachhaltigkeit**: hier wird der Erhalt des sozialen Kapitals gefordert. Im Zentrum dieses Begriffes steht die Frage, inwieweit Entwicklungen in den Bereichen der Ökologie und Ökonomie das soziale Gefüge einer Gesellschaft verändern, sowie Fragen nach sozialen Normen und Chancengleichheit.

Übersicht 1: Forderungen der drei Dimensionen von Nachhaltigkeit

- **Ökologische Dimension**
  - Die Nutzungsrate erneuerbarer Ressourcen liegt unter deren Nachwuchsrate.
  - Verbrauch nicht erneuerbarer Ressourcen ist maximal so hoch wie gleichzeitige Erzeugung erneuerbarer Substitute und wird absolut minimiert.
  - Reststoff- und Abfallmengen dürfen nicht über dem Assimilationsvermögen der Umwelt liegen.
  - Einbringungen in Endlagerstätten sind so gering wie möglich zu halten.
  - Vielfalt und ästhetischer Wert der Natur- und Kulturlandschaft ist zu erhalten.
- **Ökonomische Dimension**
  - Materielle und immaterielle Grundbedürfnisse sind zu befriedigen und zu sichern.
  - Mindestlebensstandard soll gewährleistet sein.
  - Menschlich geschaffene Produktionssysteme sind zu sichern und zu entwickeln.
- **Soziale Dimension**
  - Partizipation der Bevölkerung an Entscheidungen ist zu gewährleisten.
  - Emanzipation der Bevölkerung ist zu ermöglichen.
  - Das menschliche Gesellschaftssystem ist zu gewährleisten und zu entwickeln.

Quelle: BECKER et al., 1996, 5

Zusammenfassend wird vom „natürlichen Kapital“ (natural capital) gesprochen, das durch das vom Menschen geschaffene Sachkapital (man made capital) abgegrenzt wird. Bezüglich der Substituierbarkeit dieser drei Kapitalformen gibt es zwei polare Positionen:

- **Schwache Nachhaltigkeit**: Für nahezu alle Funktionen des natürlichen Kapitals ist eine Substitution durch andere Kapitalarten möglich. Insgesamt muss aber das vorhandene Kapital erhalten bleiben.
- **Starke Nachhaltigkeit**: Dieses Konzept geht davon aus, dass intergenerationelle Gerechtigkeit die voneinander in biologischen und physikalischen Maßstäben unabhängige Erhaltung der Bestände verschiedener Kapitalarten erfordert. Eine Substituierbarkeit ist demnach nicht gegeben (vgl. SCHULZ, 2001, 374ff).

Während Konzepte schwacher Nachhaltigkeit auf einer anthropozentrischen Sichtweise beruhen, sind Strategien starker Nachhaltigkeit eher einer ökozentrischen Sichtweise zuzuschreiben (vgl. SCHULZ, 2001, 374ff).

2.1.4 Die beiden Ansätze Top down und Bottom up

2.1.4.1 Top down

Nach SCHERMER (2006, 3f) werden in diesem Modell Entscheidungen zentral getroffen, ohne die lokale Bevölkerung in die Entscheidung einzubeziehen. Charakteristika dieses Ansatzes lauten:

- Kapital fließt vom Zentrum in die Peripherie und Ressourcen von der Peripherie in das Zentrum.
- Eine Entwicklung beginnt in wenigen dynamischen Sektoren und Gebieten und verbreitet sich auf andere Sektoren und Gebiete.
- Der Fokus liegt auf urbaner und industrieller Entwicklung, modernste Technologie und bestmögliche Ausnützung von Economies of Scale.

2.1.4.2 Bottom up

Dieser Ansatz beginnt mit Handlungen auf lokaler Ebene wie in kleinen Gemeinden, in einer Stadt oder einer Region. Oft setzt sich auf diesen niedrigen hierarchischen Ebenen, meist beeinflusst durch aktive lokale Gruppen, ein Prozess der Umgestaltung ohne gesetzliche Hilfsmittel in Gang. Dadurch kann sich eine lokale Entwicklung durch ihre Vorbildwirkung auf einen größeren Bereich übertragen (vgl. BAUMGARTNER UND RÖHRER, 1998, 19f). PEVETZ (s.a., 2140 – 2141) spricht in diesem Zusammenhang von einem „endogenen Entwicklungspfad“. Er nennt als Grund- und Leitgedanken: „Sich-am-eigenen-Zopf-aus-dem-Sumpf-ziehen“.

2.1.4.3 Vergleich der beiden Ansätze

Im Gegensatz zum Bottom up weist der Top down Ansatz eine eher schleppende Vorgangsweise auf, während ein Nachteil beim Bottom up darin liegt, dass lokale Aktivitäten oft nicht stark genug sind, um sich durchzusetzen. Ein Vorteil des Bottom up-Ansatzes ist, dass er eine relativ geringe Umsetzungszeitspanne auf lokaler Ebene braucht. Weiters können auf einfachere Weise motivierte Menschen direkt in die Neugestaltung ihres Lebensbereichs einbezogen werden. Diese Strategie beruht auf freiwilliger Mitarbeit, während Top-down-Ansätze basierend auf gesetzlichen Bestimmungen eher hemmend wirken (vgl. BAUMGARTNER UND RÖHRER, 1998, 20f).

Nach MOSE (2002, 57) werden Ansätze einer „regionalisierten Regionalentwicklung“ gleichermaßen „von oben – top-down“ und „von unten – bottom-up“ beeinflusst. Auch PEVETZ (s.a., 2141) schreibt, dass insbesondere die „endogenen“ Bemühungen in aller Regel (auch) „exogener“ Ansätze, Unterstützungen und Förderungen bedürfen, um in Schwung zu kommen.

Es bestehen aber erhebliche Zweifel, ob zentralstaatliche Instanzen aufgrund der zunehmenden Komplexität von Problemen in der Lage sind, diesen konzeptionell, instrumentell und finanziell hinreichend treffsicher zu begegnen. Eine Alternative stellt die Verlagerung vormals zentralstaatlicher Aufgaben und Zuständigkeiten auf eine regionale Ebene dar. Auch der Prozess der Regionalisierung wird durch Tendenzen zur stärkeren Kooperation auf kommunaler Ebene bestimmt (vgl. MOSE, 2002, 57).

2.1.5 Verwendung und Bedeutung des Begriffs „Integrierte nachhaltige Regionalentwicklung“ in der vorliegenden Untersuchung

Abbildung 1 stellt die unterschiedlichen Umsetzungsebenen regionaler Entwicklung dar. Drei Handlungsebenen sind hier von Bedeutung: einerseits die Region selbst und andererseits die Ebenen oberhalb bzw. unterhalb der Regionalebene. Auf der nationalen und globalen Ebene müssen durch strategische und normative „top down“[3]-Vorgaben die Rahmenbedingungen „von oben“ so gestaltet werden, dass die Regionalentwicklung in Richtung nachhaltiger Entwicklung erfolgen kann. Dazu ist es notwendig, Regionen, Gemeinden, Betrieben und den Bürgerinnen und Bürgern entsprechende Handlungsspielräume einzuräumen (vgl. FISCHBACHER, C. und SCHMUTZ, P. 2000, 6).

[3] Definitionen und Erläuterungen der Begriffe „top down“ und „bottom up“ finden sich in Kapitel 2.1.4 .

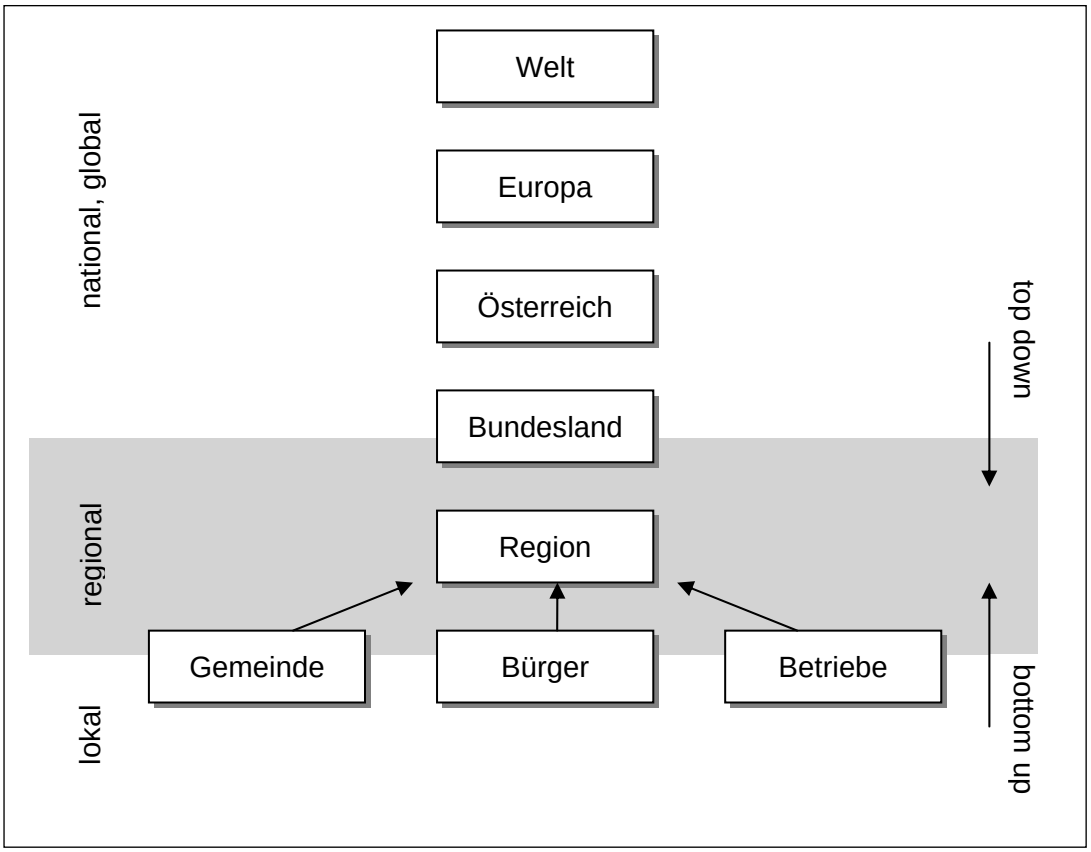


Abbildung 1: Region als wichtigste Umsetzungsebene einer nachhaltigen Entwicklung
Quelle: FISCHBACHER und SCHMUTZ, 2000, 6

Die Region steht im Mittelpunkt der Betrachtung und nimmt als Bindeglied zwischen der überregionalen und der lokalen Ebene eine Schlüsselstellung ein. Die Region ist als überschaubarer Lebens- und Wirtschaftsraum eine der wichtigsten Umsetzungsebenen (vgl. FISCHBACHER, C. und SCHMUTZ, P. 2000, 4ff). Hier werden die top-down-Rahmenbedingungen mit den bottom-up-Aktivitäten regional miteinander vernetzt. Damit können die Bereiche, die für die Umsetzung wichtig sind, optimal zusammenwirken (vgl. FISCHBACHER, C. und SCHMUTZ, P. 2000, 7). Regionalentwicklung zielt, wie in Abbildung 2 dargestellt, sowohl auf Wachstum, Arbeit und Partizipation als auch auf Unabhängigkeit, Eigenständigkeit, Gleichheit und Gerechtigkeit.

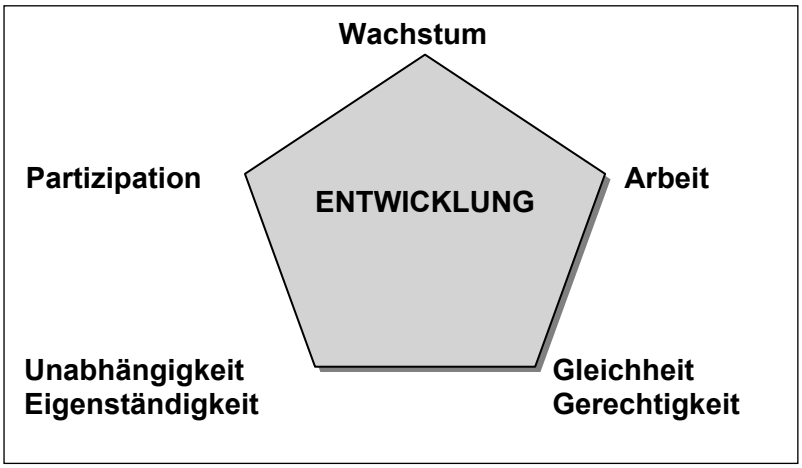


Abbildung 2: Aspekte Regionaler Entwicklung[4]

Quelle: NOHLEN UND NUSCHELER (1992)

In dieser Arbeit wird der Begriff Regionalentwicklung um den Aspekt der Nachhaltigkeit und das Wort „integrativ" erweitert. Die in Kapitel 2.1.3 „Nachhaltige Entwicklung" beschriebenen drei Dimensionen ökologische, ökonomische und soziale Nachhaltigkeit lassen sich auf eine nachhaltige Regionalentwicklung umlegen. Als Mindestanforderungen nennt HAMMER (2002) die in Übersicht 2 aufgelisteten Elemente nachhaltiger Regionalentwicklung.

Übersicht 2: Elemente nachhaltiger Regionalentwicklung

Regionale Umwelt und Raumentwicklung	• Erhalt der Artenvielfalt und der Ökosysteme • Ökologisierung von Produkten und Nutzungsformen • Ausgewogene Raumentwicklung
Regionalwirtschaft	• Förderung der lokal-regionalen Kreislaufwirtschaft • Unterstützung innovativer Milieus • Ausschöpfen endogener Potenziale
Sozio-kulturelle Aspekte und Kulturlandschaft	• Bezug zu lokalen Werten, Normen und Produkten (bzw. deren Erneuerung und Weiterentwicklung) • Erhalt lokal-regionaler Nutzungsformen • Erhalt und sanfte Nutzung der Kulturlandschaft

Quelle: Eigene Darstellung in Anlehnung an HAMMER, 2002,115f

[4] „Regionale Entwicklung" und „Regionalentwicklung" werden im Folgenden synonym verwendet.

Nach SCHERMER (2006, 2f) bezieht sich Nachhaltigkeit auf eine bestimmte Qualität und ein neues Wertesystem, während regionale Entwicklung die Verbindung mit der räumlichen Ebene meint. Folglich liegt die Herausforderung in der Erarbeitung von Lösungsansätzen für die spezifischen Probleme ländlicher Räume in den Bereichen Ökonomie, Ökologie und Gesellschaft (vgl. SCHERMER, 2006, 2f).

„Die Wertschöpfung[5] in einer Region zu stabilisieren, Kooperationen zu fördern und Stoffströme enger zu führen, sind die wesentlichen Ziele nachhaltiger Regionalentwicklung“ (PETERS et al, 1996, 68). Im Gegensatz zum „Wettkampf der Regionen“ treten in der nachhaltigen Regionalentwicklung Austauschbeziehungen in den Vordergrund, die sich an gegenseitiger Entwicklung orientieren. Es geht um ein notwendiges und nützliches Miteinander. Diese Kooperation zeigt auch die Richtung, die der innerregionale Austausch einnimmt (vgl. PETERS et al, 1996, 68). Die Autoren schreiben ebenso wie HAMMER (2002) von notwendigen innerregionalen Stoff- und Wertschöpfungskreisläufen. Diese Kreisläufe basieren auf Formen regionaler Kooperation. Sie orientieren sich daran, die durch den Industrialisierungsprozess verursachten ökologischen und sozialen Krisen zu vermeiden. (PETERS et al, 1996, 71).

Auf einen weiteren Begriff soll an dieser Stelle noch eingegangen werden, nämlich auf den Begriff „**integriert**“. Laut Duden (1996, 374) ist er ein Synonym für ergänzen oder eingliedern. Das Wort „integrierend“ steht für *notwendig, zu einem Ganzen gehörend.* In diesem Zusammenhang wird darunter das Einbeziehen und das Zusammenführen von Personen, sozialen Gruppen; Sektoren und Körperschaften in Entwicklungsprozesse verstanden.

Der Ansatz der integrierten Regionalentwicklung besagt, dass das was für eine Region gut ist, für eine andere Region nicht zwingend nachahmenswert sein muss. Stattdessen baut sie auf vorhandenen regionalen Potentialen auf. Wie in Übersicht 3 aufgelistet, kennzeichnet sich Integrierte ländliche Entwicklung[6] durch Gebietsbezogenheit und sektorübergreifendes Handeln.

[5] Wertschöpfung definiert in der volkswirtschaftlichen Gesamtrechnung einen Maßstab für die in einzelnen Wirtschaftseinheiten, Wirtschaftsbereichen bzw. der Gesamtwirtschaft erbrachte wirtschaftliche Leistung (vgl. SCHULZ, 2001, 97).

[6] Integrierte ländliche Entwicklung wird in dieser Arbeit mit integrierter Regionalentwicklung gleichgesetzt.

Übersicht 3: Merkmale integrierter ländlicher Entwicklung

Gebietsbezogen	Es handelt sich um Räume, nicht um Sektoren.
Sektorübergreifend	Es gibt Synergien zwischen mehreren Politik- und Wirtschaftsfeldern
Partnerschaftlich	Konzepte werden gemeinsam aufgestellt und umgesetzt.
Dynamisch, lernend	Prozesse werden laufend bewertet und weiterentwickelt.
Langfristig orientiert	Mittel- und langfristige Perspektiven

Quelle: SCHUBERT, 2002

Integrierte ländliche Entwicklung soll partnerschaftlich agieren, um die unterschiedlichen Synergieeffekte zwischen Wirtschaftsbereichen zu nutzen. Konzepte werden gemeinsam erstellt und umgesetzt. Partizipation bildet hier ein wesentliches Instrument der Entwicklung. Partizipation bedeutet, nicht mehr länger Objekt einer Handlung zu sein, sondern als Subjekt Einfluss auf den Ablauf einer Handlung zu nehmen (LENGINNAM, 2001, 13). Eine Region kann sich nur dann im Vergleich zu anderen Regionen positionieren, wenn es Menschen gibt, die diese Positionen tragen bzw. mit ihrem Engagement ausfüllen (vgl. LEUTHOLD, 2001, 11). Partizipation kann sowohl als Ziel als auch als Instrument verstanden werden (KRÜGER und LOHNERT, 1996, 44). Partizipation als Ziel ist ein zu erreichender Status von politischer Mitwirkung und sozialer Teilhabe aller Gesellschaftsmitglieder (vgl. SCHLOTTMANN, 1998, 25), während Partizipation als Instrument die Steigerung der Erfolgsrate von Entwicklungsprozessen beabsichtigt (vgl. RAMSAUER, 2000, 17).

Die Theorie der neo-endogenen Entwicklung von RAY (2001) stellt eine Erweiterung zur integrierten nachhaltigen Entwicklung dar. Der Autor geht davon aus, dass rein endogene Entwicklungen eher die Ausnahme sind. Entwicklungen sind meist durch äußere Stimuli bedingt, worauf endogene Reaktionen erfolgen. Diese Theorie basiert auf der Annahme, dass benachteiligte Regionen eigenständig Aktivitäten setzen können, um ihre Situation zu verändern.

Geschichtliche Entwicklungen und derzeitige Tendenzen wie beispielsweise die Globalisierung[7] können dies nicht verhindern. Der Autor trifft die Annahme, dass Rahmenbedingungen in der geschichtlichen Entwicklung und auch der momentanen Gegebenheiten, die bisher als negativ bewertet wurden, in einen Entwicklungsvorteil umgekehrt werden können. RAY schreibt in seiner Theorie der neo-endogenen Entwicklung ebenfalls wie SCHUBERT (2002) von einem territorialen Konzept. Beide Autoren gehen von einem Entwicklungsraum, nicht von Entwicklungssektoren aus.

Die neo-endogene Entwicklung setzt sich zum Ziel, die wirtschaftliche Kontrolle über das Gebiet zu lokalisieren und die Wertschätzung über kulturelle Identität zu erhöhen (vgl. SCHERMER, 2006, 5ff). RAY (2001) prägt den Begriff „Culture Economies“. „Culture“ beschreibt die territoriale Identität, da der Mensch über kulturelle Ausprägungen seine Umgebung formt. Die Verwendung von regionalen Kulturattributen dient damit auch als Basis und Motor einer eigenständigen Regionalentwicklung (vgl. SCHERMER, 2006, 5ff). RAY (2001) beschreibt drei Ausgangspunkte der Culture Economy:

- **Veränderte postindustrielle Konsumweisen:** da überall ähnliche Produkte und Dienstleistungen angeboten werden, ergibt sich eine Gegenbewegung, in der Produktdifferenzierung angestrebt wird.
- **Ländliche Entwicklungspolitik der EU:** die Förderungspolitik entwickelt sich hin zu territorialen Ansätzen. Damit fördern Bemühungen, die EU zu einem gemeinsamen Markt zusammenwachsen zu lassen, gleichzeitig Kräfte, die die regionalen Besonderheiten stärken (vgl. SCHERMER, 2006, 5ff).
- **Aufflammendes Regionalbewusstsein:** Regionalismus[8] stellt eine Gegenreaktion der Betroffenen auf eine Universalkultur dar (vgl. SCHERMER, 2006, 5ff).

Weiters unterscheidet RAY vier Ausprägungen der „Culture Economy“:

- Integrierung der regionalen Identität in lokale Produkte und Dienstleistungen mit der Absicht einen Vermarktungsvorteil zu erzielen. Ein Beispiel für diese Ausprägung ist der „Sanfte Tourismus“, der meist auf lokaler Kultur und Geschichte fußt.

---

[7] Dies wird durch folgende Aussage von Giddens, 1999 (In RAY, 2001, 4f) untermauert: „Globalisation, thus, is a complex set of processes – not a single one – and these operate in contradictory or oppositional fashion. Most people think of globalisation as simply pulling power and influence away from local communities and nations into the global arena and, indeed, this is one of its consequences; nations do lose some of the economic power they once had. Yet it also has an opposite effect: globalisation not only pulls upwards, it pushes downwards, creating new pressure for local autonomy.”

[8] Regionalismus bezeichnet eine gemeinschaftlich empfundene Identität in Kombination mit der Schaffung und Einsetzung von Institutionen auf Grundlage einer geographischen Region (vgl. N.N., 2006).

- Durch die kulturelle Identität wird ein strategisches Image zum Zweck der besseren Vermarktung der Region erarbeitet.
- Kultivierung der lokalen Identität und Solidarität innerhalb der Region, um das endogene Entwicklungspotential zu stärken.
- Jene Entwicklungsstrategie wird gewählt, die auf regionalen und kulturellen Wurzeln basiert. Damit wird die lokale Kultur, über die Funktion den Handel in einer globalen Wirtschaft zu unterstützen hinaus, als Quelle lokalen Wissens und lokaler Ethik wieder entdeckt. Diese Ausprägung kann innerhalb aller drei oben genannten Strategien wirksam werden (vgl. SCHERMER, 2006, 5ff).

In diesem Zusammenhang soll auch auf den Begriff der **Regionalisierung** eingegangen werden. Regionalisierung bezeichnet den Prozess der kleinräumigen territorialen Integration und Vernetzung von wirtschaftlichen Aktivitäten sowie staatlicher Funktionen und Aufgabenbereiche, der mit einem Bedeutungszuwachs spezifischer regionaler Qualitäten einhergeht (vgl. DER BROCKHAUS, 2006, 695ff). Mit dem politischen Konzept „Europa der Regionen“ fördert und unterstützt die EU die regionale Eigenständigkeit. Damit korrespondieren auch „endogene Entwicklungsstrategien“, die in manchen Regionen an Attraktivität gewonnen haben. Sie zeigen eine Rückbesinnung auf eigene Qualitäten einer Region, zielen auf die Überwindung einseitiger Spezialisierungen und auf eine Förderung von ansässigen Unternehmen, integriert in den regionalen Wirtschaftsprozess, ab (vgl. ZWAHR, 2006c, 695ff). In kultureller Hinsicht lässt sich eine Wiederbelebung des Regionalen (Aufwertung von Traditionen, regionaler Medien und der regionalen Küche) feststellen. Regionalisierung stellt aber damit keine Gegentendenz zur Globalisierung dar, sondern ist ein korrespondierender Prozess.

Die räumliche Nähe zwischen ProduzentInnen, Zulieferern und spezialisierten Dienstleistern erfährt aufgrund flexibler Produktionssysteme und der wissensintensiven Industrie- und Dienstleistungsaktivitäten eine starke Aufwertung. Eine der wichtigsten Tendenzen ist hierbei die Formierung von netzwerkartigen Produktionsstrukturen und regionalen Unternehmensclustern. Die Synthese von Regionalisierung und Globalisierung hat Erik Swyngedouw mit dem Begriff Glokalisierung[9] beschrieben. Damit betont er, dass regionsspezifische Wirtschaftspotenziale sowie Wissens- und Innovationsressourcen die Entwicklungsdynamik von Regionen aktiv beeinflussen.

[9] Auch BECK, 1997 spricht von „Glokalisierung“ und ROBERTSON, 1995 von „Glocalization“ (In HAMMER, T. (2002): Das Biosphärenreservat-Konzept als Instrument nachhaltiger Regionalentwicklung?).

Für die regionale Identität bedeutet das, dass die Zukunft der Regionen nicht mehr in Abkapselung liegt. Der neue Regionalismus knüpft vielseitige Kontakte zur Außenwelt und basiert auf Interaktion mit anderen Kulturen und Regionen (vgl. ZWAHR, 2006c, 695ff).

2.2 Ausflugs- und Bildungstourismus

Der Begriff „Ausflugs- und Bildungstourismus“ wie in der vorliegenden Arbeit verwendet, vereint Tourismus mit den Aspekten „Ausflug“ und „Bildung“. Dieses Kapitel definiert die erwähnten Begriffe und erläutert deren Verwendung im Kontext der Diplomarbeit.

2.2.1 Ausflugstourismus

Tourismus, oft synonym mit „Fremdenverkehr“ bezeichnet, stellt im engeren Sinn eine verbreitete Freizeitaktivität der Bevölkerung dar, die mit Erholung und Vergnügen verbunden ist und für die sich eine touristische Dienstleistungswirtschaft herausgebildet hat. Laut Definition werden mit Tourismus alle Phänomene beschrieben, die mit vorübergehendem Ortswechsel von Personen zusammenhängen und mit mindestens einer Übernachtung verbunden sind, aber weniger als ein Jahr dauern. Reisen ohne Übernachtung gelten als Tagesausflüge (vgl. SCHULZ, 2001, 216). In der vorliegenden Diplomarbeit wird vereinfacht von Ausflugstourismus gesprochen, wenn auch für die Nutzung touristischer Angebote im Naturpark Obst-Hügel-Land nicht notgedrungen eine Übernachtung erforderlich ist. Diesen Gesichtspunkt der Übernachtungen und weitere Bedürfnisse der Zielgruppe des Naturparks behandelt Kapitel 8.1.

2.2.2 Bildungstourismus

Der Bildungsbegriff wird alltagssprachlich und wissenschaftlich vielfältig verwendet, weshalb sehr unterschiedliche Definitionen vorliegen. Eine Auslegung des Begriffes sei an dieser Stelle jedoch erwähnt: „Der Mensch kann nur Mensch werden durch Lernen.“ Aber lernen ist nicht unbedingt an Erziehung und Pädagogik gebunden (vgl. NAHRSTEDT, 2002, 3). Wie in Abbildung 3 dokumentiert, kann Lernen und damit Bildung außerhalb der Schule oder der Berufstätigkeit in der Freizeit stattfinden.

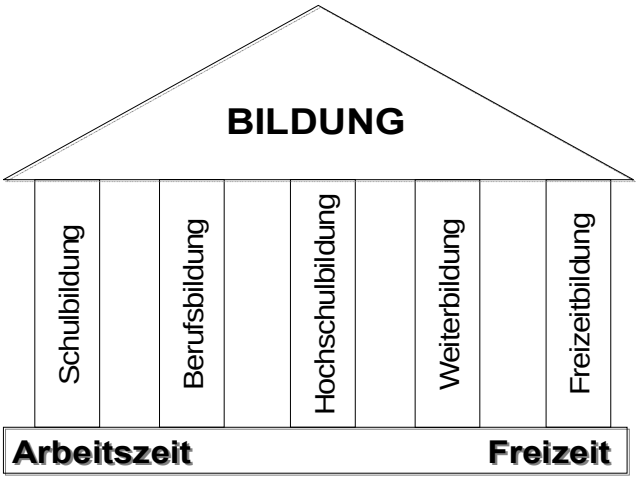


Abbildung 3: Selbstgesteuertes Lernen in der Freizeit

Quelle: Eigene Darstellung in Anlehnung an BRINKMANN, 2002, 23

Die Bildung in der Freizeit erfolgt nicht nur in den eigenen vier Wänden, sondern Menschen bilden sich auch bei unterschiedlichen Veranstaltungen oder öffentlichen Bildungsinstitutionen weiter. Damit Bildungsangebote – wie sie auch Naturparks anbieten – angenommen werden, müssen sie dem Zielpublikum schmackhaft gemacht werden. Das Erlebnis steht dabei im Mittelpunkt.

Übersicht 4: Kontinuum zwischen formellem und informellem Lernen

Formelles Lernen	**Informelles Lernen**
Fremdgesteuert	Selbstgesteuert
Kognitiv	Emotional / Aktional
Berufsorientiert	Interessensorientiert
Pflicht / vorbereitend	Freiwillig / anregend
Routine	Erlebnis
Belehrung	Erfahrung
Spezial	Global

Quelle: BRINKMANN, D., 2002, 23

Um dem Anspruch eines „erlebnisorientiertes Lernens“ gerecht zu werden, erweitert BRINKMANN (2002) den engen, fremdgesteuerten, formellen und kognitiven Lernbegriff der Schule um selbstgesteuertes, informelles, emotionales und aktionales Lernen (veranschaulicht in Übersicht 4). Denn erst durch Informationen, die das Gefühl ansprechen und ebenfalls ein eigenes Handeln auslösen, entsteht „erlebnisorientiertes Lernen“.

2.2.3 Verwendung und Bedeutung des Begriffes „Ausflugs- und Bildungstourismus“ für die vorliegende Untersuchung

Der in der vorliegenden Arbeit verwendete Begriff „Ausflugs- und Bildungstourismus“ stellt einen Tourismus dar, der das Paradigma nachhaltiger Entwicklung erfüllt. Er basiert auf den vier Säulen der Ökologie, Ökonomie, Soziales und Bildung. „Ausflugstourismus“ und „Bildungstourismus“ werden gezielt verbunden, da viele touristische Angebote wie beispielsweise Themenwege oder Kinderprogramme die beiden Komponenten Bildung und Ausflüge verknüpfen.

2.3 Abgrenzung der Großschutzgebiete – Naturpark, Nationalpark, Biosphärenreservat

In dieser Diplomarbeit steht der Naturpark „Obst-Hügel-Land“ im Zentrum der Betrachtungen. Ein Naturpark stellt ein Schutzgebiet dar, wobei es in Österreich insgesamt zwölf Typen von Schutzgebieten gibt (vgl. MOSE und WEIXLBAUMER, 2006, 20ff). Ein Naturpark unterscheidet sich in einigen Merkmalen von einem Nationalpark oder aber auch einem Biosphärenreservat. Die folgenden Erläuterungen dieses Kapitels dienen der Abgrenzung dieser unterschiedlichen Schutzgebietskategorien[10].

Die „International Union for Conservation of Nature and of Natural Resources“ (IUCN)[11], eine weltweit operierende Dachorganisation, bemüht sich um Förderung, Harmonisierung und Koordination des Naturschutzes auf internationaler Ebene (vgl. REVERMANN & PETERMANN, 2003, 33). Die IUCN erstellte eine internationale Systematisierung der Schutzgebiete, die United Nations List of Nationalparks and Protected Areas (UN-List), die in Übersicht 5 dargestellt ist.

[10] Definition eines Schutzgebietes lautet: „A protected area is an area of land and/or sea especially dedicated to the protection of biological diversity, and of natural and associated cultural resources, and managed through legal or other effective means” (EEA – European Environment Agency. In: WEIXLBAUMER, s.a., 3f).

[11] Die IUCN nennt sich jetzt „World Conservation Union“. Die Abkürzung „IUCN“ bleibt allerdings bestehen (vgl. REVERMANN & PETERMANN, 2003, 33).

Übersicht 5: IUCN Kategorisierung der Schutzgebiete

Ia	**Strict Nature Reserve**	Protected area managed mainly for science
Ib	**Wilderness Area**	managed mainly for wilderness protection
II	**National Park**	managed mainly for ecosystem protection and recreation
III	**Natural Monument**	managed mainly for conservation of specific natural features
IV	**Habitat/Species Management Area**	managed mainly for conservation through management intervention
V	**Protected Landscape/Seascape**	managed mainly for landscape/seascape conservation and recreation
VI	**Managed Resource Protected Area**	managed mainly for the sustainable use of natural ecosystems

Quelle: eigene Darstellung in Anlehnung an PHILIPS, 2002, 8

Diese Systematisierung reicht von streng geschützten Naturreservaten und Wildnisgebieten (Kategorie I) über Nationalparke (Kategorie II) und Naturmonumente (III), Habitat- und Artenschutzgebieten (IV) zu Ressourcenschutzgebieten mit Management (VI) (vgl. WEIXLBAUMER, s.a., 3; PREGERNIG, 2005, 12 und REVERMANN & PETERMANN, 2003, 114f). Die Kategorie V umfasst die Naturparke (geschützte Landschaft), und nimmt gemäß der United Nations List of Protected Areas mit Abstand die größten Flächenanteile ein (vgl. MOSE und WEIXLBAUMER, 2006, 20ff).

Die Implementierung dieses Kategoriensystems beruht auf freiwilliger Basis. Die Logik dieser Schutzgebietsgliederung beruht u.a. auf dem primären Managementziel des jeweiligen Schutzgebietes. Diese Systematisierung weist internationale Gültigkeit auf, wobei auf nationaler Ebene die Variationsbreite der bestehenden Schutzgebietstypisierungen aufrecht bleibt. Alle genannten Kategorien haben gleiche Bedeutung, bloß deren Detailzielsetzungen sind unterschiedlich. Sie implizieren eine Abstufung der Art und Weise anthropogener Intervention.

2.3.1 Nationalpark

Ein Nationalpark ist ein natürliches Landgebiet oder marines Gebiet, das ausgewiesen wurde, um die ökologische Unversehrtheit eines oder mehrer Ökosysteme im Interesse der heutigen und kommenden Generationen zu schützen, um Nutzungen oder Inanspruchnahme, die den Zielen der Ausweisung abträglich sind, auszuschließen und um eine Basis für geistig-seelische Erfahrungen sowie Forschungs-, Bildungs- und Erholungsangebote für BesucherInnen zu schaffen. Nationalparke müssen umwelt- und kulturverträglich sein (vgl. PREGERNIG, 2005, 13).

Die IUCN definiert für Nationalparke (IUCN Kategorie II) drei vorrangige Managementziele (vgl. REVERMANN und PETERMANN, 2003, 35):

- Artenschutz und Erhalt der genetischen Vielfalt
- Erhalt der Wohlfahrtswirkungen der Umwelt
- Tourismus und Erholung

Die weiteren Aufgaben der Nationalparke sind (vgl. REVERMANN und PETERMANN, 2003, 35):

- Schutz der Wildnis
- Bildung
- Forschung und Schutz bestimmter, natürlicher und kultureller Besonderheiten des Gebietes.

2.3.2 Naturpark

Bei einem Naturpark handelt es sich um einen in sich geschlossenen, größeren Landschaftsbereich, der sich durch natürliche Eigenart und Schönheit auszeichnet und wegen seiner besonderen Bedeutung für die Erholung erhalten und entwickelt werden soll (vgl. ZWAHR, 2006b, 401).

„Naturparke sind vom Menschen gepflegte, geschützte Landschaften, die durch schonende Formen der Landnutzung und der Landschaftspflege erhalten werden und die aufgrund ihrer beispielgebenden Kulturlandschaft durch Verordnung der Landesregierung mit dem Prädikat ‚Naturpark' ausgezeichnet werden. Das Prädikat ist eine Auszeichnung sowohl für diese Landschaften mit hohem Erholungswert, als auch für ihre BewohnerInnen, die diese Werte erhalten. Oft sind die Naturparke auch Vertreter charakteristischer österreichischer Landschaftstypen" (VNÖ, 2002). Naturparke in diesem Sinn fallen unter die Kategorie V der internationalen

Schutzgebietsorganisation IUCN (vgl. WEIXLBAUMER, s.a., 3). Im Kapitel 3 wird auf die Ziele und Aufgaben von Naturparken näher eingegangen.

2.3.3 Biosphärenreservat

Beim Begriff Biosphärenreservat[12] handelt es sich um ein von der UNESCO gestartetes Schutzprogramm[13] mit dem Ziel, in Gebieten, wo besondere Natur- und Kulturlandschaften nebeneinander vorkommen, eine nachhaltige Entwicklung zu forcieren (vgl. PREGERNIG, 2005, 16f). Diese Kategorie der Biosphärenreservate fällt in die Kategorie V (vgl. MOSE und WEIXLBAUMER, 2006, 20ff).

Biosphärenreservate sind Binnen- und Küstenlandschaften, die sich unter anderem durch hohe Artenvielfalt kennzeichnen und als Beispiel einer landschaftsverträglichen Landnutzung überregionale Bedeutung haben. Sie sind als Natur- oder Landschaftsschutzgebiete ausgewiesen und müssen den Richtlinien der Organisation der Vereinten Nationen für Erziehung, Wissenschaft und Kultur (UNESCO) entsprechen (vgl. SCHULZ, 2001, 40). Nach dem Grad menschlicher Eingriffsintensität umfassen Biosphärenreservate drei Schutzkategorien, nämlich die Kernzone, die Pufferzone und die Übergangszone (vgl. SCHULZ, 2001, 40 und REVERMANN & PETERMANN, 2003, 37ff). Dabei werden Biosphärenreservaten drei grundlegende Funktionen zugeschrieben (vgl. SCHULZ, 2001, 40 und PREGERNIG, 2005, 16f):

- **Erhaltungsfunktion (Schutzfunktion):** Erhaltung von Landschaften, Ökosystemen, Artenvielfalt und des Genpools
- **Entwicklungsfunktion:** Unterstützung einer sozial-kulturellen und ökologisch nachhaltigen Wirtschafts- und Lebensweise
- **Logistikfunktion (Forschungsfunktion):** Bezugsfläche für ökosystemare Forschung im internationalen Netz der Umweltbeobachtung sowie Schulungs- und Ausbildungszentrum

2.3.4 Gemeinsamkeiten und Unterschiede

Die beschriebenen drei Schutzgebietstypen weisen einige Gemeinsamkeiten auf (vgl. REVERMANN und PETERMANN, 2003, 42f). Sie sind großräumig, wesentliche Bestandteile eines Biotopverbundsystems, schützen repräsentative Ökosystemtypen von nationaler (und internationaler) Bedeutung, nutzen Zonierungskonzepte und sind offen für das

[12] Biosphärenreservat und Biosphärenpark werden synonym verwendet (vgl. PREGERNIG, 2005, 16f).

[13] Dieses UNESCO-Programm lautet „Der Mensch und die Biosphäre“ (vgl. KAETHER, 1994, 8).

Naturerleben der Bevölkerung und den Tourismus. Die Schutzziele von Biosphärenreservaten und Naturparken sind sehr ähnlich. So sollen beide als „Vorbildlandschaften“ für die Entwicklung einer umwelt- und sozialverträglichen Landnutzung dienen. Da Biosphärenreservaten eine weltweit repräsentative Bedeutung zukommt, stellen Biosphärenreservate eine Art Bindeglied zwischen den Kategorien „Nationalpark“ und „Naturpark“ dar.

Diese Großschutzgebiete unterscheiden sich hauptsächlich in folgenden Punkten (vgl. REVERMANN und PETERMANN, 2003, 42f):

- Bei Naturparken steht der Mensch im Mittelpunkt der Betrachtung und nicht der Naturschutz. Naturparke bieten hinsichtlich der touristischen Entwicklung mit einer nachhaltigen Regionalentwicklung mehr Möglichkeiten als Nationalparke.
- Bei Nationalparken steht die Natur im Zentrum, der Mensch sollte nur staunender Beobachter und Besucher sein.
- Biosphärenreservate werden im Gegensatz zu Naturparken in Zonen eingeteilt.

3 Naturparke in Österreich und Europa

Dieses Kapitel erläutert die Entwicklung (inter-) nationaler Naturparke und beleuchtet die Positionierung österreichischer Naturparke. Es widmet sich im Weiteren den neuen Qualitätskriterien für Naturparke in Österreich.

3.1 Die Entwicklung der Naturparke

3.1.1 Naturparkentwicklung in Europa

Die über tausende Jahre erfolgte Landbewirtschaftung führte in Europa zu abwechslungsreichen, ästhetisch reizvollen Kulturlandschaften. Die Ausgangspunkte des Naturschutzes um 1900 lag erstens in der Bewahrung beeindruckender, „natürlich wilder“ Landschaftsteile, die aus einer romantisch-ästhetischen Perspektive betrachtet wurden und zum zweiten in der Bewahrung „nützlicher“ Tier- und Pflanzenarten, die isoliert von ihrem Lebensraum als „nicht schädliche“ Schutzobjekte für den Menschen gesehen wurden (vgl. WEIXLBAUMER, 1998, 53). Die durch die Wechselwirkung zwischen Mensch und Natur entstandenen Landschaften werden in einigen Staaten konsequent geschützt (vgl. HANDLER und ASAMER-HANDLER, 2005, 8). Wie unterschiedlich sich der Naturschutz in Europa entwickelte, zeigt das Beispiel der Nationalparkgründungen. Während Österreich und Deutschland oder auch Portugal bis 1970 noch keinen einzigen Nationalpark ins Leben gerufen hatten, besaß Italien zu dieser Zeit bereits fünf (vgl. WEIXLBAUMER, 1998, 54). Weltweit sind ca. 5% der Landoberfläche unter international registrierten Gebietsschutz gestellt. Das europäische Ziel liegt bei etwa 15% und löste in einigen Ländern mit Nachholbedarf Ende der 1980er und Anfang der 1990er Jahre eine Gründerwelle von Natur-, Regional- und Nationalparks aus. Die Zahl der Schutzgebiete hat sich seit den 1970er Jahren in Europa verdoppelt bis verdreifacht. Die Fläche der Gebiete stieg aber bei weitem nicht im selben Ausmaß an (vgl. WEIXLBAUMER, 1998, 20ff).

Die Naturparkidee in Deutschland geht auf die Initiative des Vereins Naturschutzpark e.V. zurück, die den Naturschutzpark Lüneburger Heide im Jahr 1921 auswies (vgl. KAETHER, 1994, 10 und WEIXELBAUMER, 1998, 54). Bei diesem stand der Naturschutzgedanke im Vordergrund, während in den 50er Jahren die fortan Naturpark genannten Gebiete mehr und mehr Funktionen der Erholungsvorsorge zugewiesen bekamen. Die Grundidee aus raumordnerischer Sicht lag darin, dass Naturparke als ländliche

Ausgleichsräume für wirtschaftliche prosperierende, aber ökologisch stark belastete Ballungsräume fungieren sollten (vgl. KAETHER, 1994, 10).

Neben der Ausweisung von verschiedenen Schutzgebieten haben einige Länder auf das Konzept des „naturnahen“ Regionalparks (Parco naturale regionale, Parc naturel regional, Parcos naturales, Parques naturais) gesetzt – allen voran Italien, Frankreich, Spanien und Portugal. Das Konzept sieht vor, Naturschutz und Regionalentwicklung auf einen gemeinsamen Nenner zu bringen sowie einem nachhaltigeren Umgang als Kontinuum gerecht zu werden. Insbesondere bezüglich Management-, Regionalentwicklungs- und Finanzierungsanspruch geht das Regionalpark- über jenes des mitteleuropäischen Naturparkkonzeptes hinaus (vgl. WEIXLBAUMER, 2002, 193f). In Südtirol nimmt vor allem der ökologische Bildungsauftrag in den Naturparken einen hohen Stellenwert ein. In Deutschland verfolgen die innovativeren Naturparke den Weg in Richtung integrierter Planung und Entwicklung (vgl. HANDLER und ASAMER-HANDLER, 2005, 8).

Als Mindestanforderungen für Naturparke nennt Frau Pongratz, Geschäftsführerin von EUROPARC (der Vereinigung der europäischen Natur- und Nationalparke) folgende Punkte (vgl. HANDLER und ASAMER-HANDLER, 2005, 8):

- Leistungsfähige Verwaltungen mit Fachleuten aus verschiedenen Disziplinen
- Entsprechende finanzielle Mittel für die Umsetzung von Entwicklungsplänen
- Verstärkte Ausnützung von Förderprogrammen für den ländlichen Raum
- Entwicklung zielgruppenorientierter Programme

3.1.2 Naturparkentwicklung in Österreich

Die ersten Naturparke in Österreich wurden in den 60er Jahren in Niederösterreich gegründet, mit dem Hintergrund Kultur- und Naturlandschaft zu schützen und Erholungsgebiete für die städtische Bevölkerung zu schaffen. Ende der 70er Jahre wurde der erste Naturpark in Salzburg und im Burgenland gegründet. In den 80er Jahren wurden Naturparke in der Steiermark ins Leben gerufen. Weitere Naturparke entstanden in den 90er Jahren im Burgenland, Oberösterreich und in der Steiermark (vgl. HANDLER, 2000, 4f).

In Österreich existieren derzeit 43 Naturparke, die insgesamt eine Fläche von rund 360.000 ha umfassen (vgl. VNÖ, 2006b): 21 in Niederösterreich, 7 in der Steiermark, 6 im Burgenland, 4 in Tirol, 2 in Oberösterreich (neben dem Obst-Hügel-Land der Naturpark Rechberg), 2 in Kärnten und 1 in Salzburg.

Österreichs Naturparke sind bezüglich ihrer Größe als auch inhaltlich sehr unterschiedlich. In Niederösterreich bestehen sehr viele kleine Naturparke, großteils gegründet als Erholungsgebiet für Städte- oder Industriezonen. Die Steiermark verfolgt den Ansatz, dass pro Landschaftstypus nur ein Naturpark entsteht. Oberösterreich und Burgenland gehen den steirischen Weg einer integrierten Entwicklung (vgl. HANDLER und ASAMER-HANDLER, 2005, 8f). Aufgrund ihrer Entstehungsgeschichte weisen die österreichischen Naturparke folgende Charakteristika auf (vgl. VNÖ, 2004, 6):

- Zustimmung aller betroffenen Gemeinden; nur dann wird das Prädikat „Naturpark“ verliehen
- Weitgehend freie Zugänglichkeit: Naturparke stehen für alle offen
- Geschützte Gebiete: zumindest unter Landschaftsschutz, zum Teil unter Naturschutz
- Besondere naturräumliche Ausstattung: große Artenvielfalt und Formenreichtum
- Freiwillige Mitarbeit: Einzelpersonen, Initiativen, Vereine engagieren sich ehrenamtlich
- Je nach Entstehungsgeschichte unterscheiden sich die österreichischen Naturparke hinsichtlich ihrer Größe – diese reicht von 20 bis 60.000 Hektar – und ihrer personellen und finanziellen Ressourcen.

3.2 Positionierung der österreichischen Naturparke

Bis zum Jahr 1995 erfolgte die Naturparkentwicklung wegen gesetzlicher Zuständigkeiten sehr länderbezogen. Um die Kooperation der Naturparkbetreiber und der Naturparkbundesländer zu fördern, wurde 1995 der Verband der Naturparke Österreichs (VNÖ) gegründet (vgl. HANDLER, 2000, 4ff). Der VNÖ erarbeitete einen Entwurf, um die zukünftige Position der österreichischen Naturparke im Rahmen der Naturschutzgesetzgebung und in Abgrenzung zu den unterschiedlichen Schutzgebietskategorien zu bestimmen. Dieser Entwurf sieht vor, dass für größere Naturparke neben den gesetzlichen Funktionen (Schutzfunktion, Erholungsfunktion und Bildungsfunktion) noch ein vierter Bereich, die „Regionalentwicklung“ zum Tragen kommen soll. Ein Naturpark soll auch als Instrument einer integrierten Regionalentwicklung dienen und Entwicklungsimpulse beispielsweise durch Kooperationen mit der Landwirtschaft und dem Tourismus schaffen (vgl. HANDLER, 2000, 4ff).

Übersicht **6** demonstriert die vier Funktionen der österreichischen Naturparke, die sich gleichrangig nebeneinander entwickeln sollen.

Übersicht 6: Strategien österreichische Naturparke – 4 Funktionen und Zielkatalog

Strategiepapier für österreichische Naturparke			
Herausforderung: gleichrangiges Miteinander von			
Schutz	**Erholung**	**Bildung**	**Regionalentwicklung**
Ziel ist, den Naturraum durch nachhaltige Nutzung in seiner Vielfalt und Schönheit zu sichern und die über Jahrhunderte geprägte Kulturlandschaft zu erhalten. • Besucherlenkung • Vertragsnaturschutz (ÖPUL) Schutzgebietsbetreuung, -management • „Sanfte Mobilität“ • Naturkundliche Informationen • Forschungsprojekte	Ziel ist, dem Schutzgebiet und dem Landschaftscharakter entsprechend, attraktive und gepflegte Erholungseinrichtungen anzubieten. • Wanderwege • Rad-, Reitwege • Rast-, Ruheplätze • „Betreuungspersonal“ • Der naturräumlichen Situation angepasste Spielplätze • Familien- und Behindertenfreundlichkeit • Keine Belastung durch Emissionen	Ziel ist, durch interaktive Formen des Naturbegreifens und -erlebens und durch spezielle Angebote Natur, Kultur und deren Zusammenhänge erlebbar zu machen. • Themenwege • Infostelle, -zentren, -tafeln • Natur- und Landschaftsführungen • Gut aufbereitete Informationsmaterialien • Seminare, Kurse, Ausstellungen • Kulturlandschaftliche Zusammenhänge und entsprechende Bildungsangebote • Laufende Kooperation mit Forschungseinrichtungen • Zielgruppenspezifische Angebote • Mitarbeiteraus- und weiterbildung	Ziel ist, über den Naturpark Impulse für eine regionale Entwicklung zu setzen, um damit die regionale Wertschöpfung zu erhöhen sowie die Lebensqualität zu sichern. • Kooperation Naturschutz, Landwirtschaft, Tourismus, Gewerbe und Kultur • Sozial- und umweltverträglicher Tourismus • Naturparkprodukte nach definierten Kriterien • Arbeitsplätze durch Naturparke • Naturpark-Gaststätten • Marketing -, Informationsmaterialien
⇩	⇩	⇩	⇩
MODELLREGION für NACHHALTIGE ENTWICKLUNG			

Quelle: VNÖ, 2004, 8

3.2.1 Schutz

Naturparke stellen keinen direkten gesetzlichen Schutz für bedrohte Tier- und Pflanzenarten dar. Vielmehr soll der Naturraum – die Kulturlandschaft – durch nachhaltige Nutzung für die nächsten Generationen gesichert werden. Maßnahmen der Besucherlenkung, Vertragsnaturschutzes und der „sanften Mobilität“ sollen helfen, dieses Ziel zu erreichen.

3.2.2 Erholung

Den Naturparken liegen meist Landschaftsschutzgebiete zu Grunde, die in allen österreichischen Naturschutzgesetzen mit besonderer Erholungseignung in Zusammenhang gebracht werden. In Naturparken wird der Erholungswert mit speziellen Einrichtungen (z.B. Wander-, Rad- und Reitwege, Spielplätze) noch verstärkt. Diese Einrichtungen sollen sich durch Familien- und Behindertenfreundlichkeit auszeichnen. Erholung bedeutet nicht nur die Erhaltung des Wohlbefindens oder der Gesundheit. Ein hoher Erholungswert äußert sich in der Eignung zur Wiederherstellung des körperlichen, physischen und sozialen Wohlbefindens. Die Anforderungen umfassen touristische Events, schöne Landschaft und weitgehende Immissionsfreiheit, wobei hier offen bleibt, ob jeder Naturpark alle diese Anforderungen abdecken muss (vgl. MÜLLEBNER, 2004, 12f).

3.2.3 Bildung

Nach dem Motto „Natur erleben, Natur begreifen“ der österreichischen Naturparke sollen interaktive Formen des Naturbegreifens und spezielle Angebote die Natur und Kultur sowie deren Zusammenhänge erlebbar machen. So soll Neues entdeckt und Altbekanntes aus einem neuen Blickwinkel gesehen werden. Es geht darum, auch für das Interessante im Kleinen und Alltäglichen die Sinne zu schärfen (vgl. GRINZINGER, 2002, 7ff). Hier stehen Aspekte der Bildung für eine nachhaltige Entwicklung (siehe Kapitel 5.2) im Mittelpunkt.

3.2.4 Regionalentwicklung

Naturpark und Regionalentwicklung wurden lange Zeit als Gegensätze betrachtet. Mittlerweile herrscht aber die Erkenntnis vor, dass der Naturschutz durchaus eine positive Rolle spielen oder sogar Motor einer regionalen Entwicklung sein kann. Regionalentwicklung allgemein, speziell aber auch in Naturparks, intendiert eine Erhöhung der regionalen Wertschöpfung, die Schaffung und Erhaltung von regionalen

Arbeitsplätzen und auch die Verbesserung der Lebensqualität. Ein wesentliches Instrument stellt die Forcierung von Kooperationen und Netzwerken zwischen Landwirtschaft, Naturschutz, Tourismus, Gewerbe und Kultur dar. Die Stärkung der regionalen Identität, ein profilierteres Image, gemeinsame Marketingaktivitäten regionaler Naturparkprodukte sowie ein sozial- und umweltverträglicher Tourismus (nachhaltiger Tourismus) repräsentieren weitere wichtige Möglichkeit für eine integrierte nachhaltige Regionalentwicklung in Naturparks. Weiters können Arbeitsplätze und Wertschöpfung auch als direkte Effekte des Naturparks entstehen.

3.3 Qualitätskriterien für österreichische Naturparke

Naturparke sind ein internationales Prädikat, weshalb neben dem Namen auch die Inhalte vergleichbar sind. Eine Arbeitsgruppe aus NaturschutzexpertInnen mehrer Bundesländer stellte im Oktober 2006 unter dem Vorsitz der Naturparke Österreichs den Bericht „Ausarbeitung von Qualitätskriterien zum Begriff ‚Naturpark'" fertig (vgl. BRANDS, 2006, 14). Diese Kriterien sollen als Orientierung für die Naturparkarbeit dienen und eine Hilfestellung für Planung und Geschäftsführung bilden. Das Ziel liegt darin, die Qualität österreichischer Naturparke allgemein darzustellen, langfristig auszubauen und zu sichern (vgl. BRANDS, 2006, 16). Für folgende Bereiche wurden Kriterien entwickelt (vgl. VNÖ, 2006, 10):

- Management und Organisation
- Natur und Landschaft
- Tourismus und Erholung
- Kommunikation und Bildung
- Nachhaltige Regionalentwicklung

Die Arbeitsgruppe der Naturschutzexperten brachte die IUCN-Managementziele mit dem 4-Säulen-Modell der Österreichischen Naturparke in Übereinstimmung, um ein nachvollziehbares System zur Qualifikation für eine Nennung in der Kategorie V der IUCN zu entwickeln. Tabelle 1 veranschaulicht die sich daraus ergebenden Bewertungskriterien. Den IUCN-Kriterien wurde das Kriterium „Funktionierender Träger und Naturparkmanagement" hinzugefügt. Diese Kriterien werden mit Punkten bewertet und gewichtet, wobei 5 eine sehr gute Erfüllung der Kriterien und 1 eine ungenügende Erfüllung bedeutet (vgl. VNÖ, 2006, 15). Die Nennung in den IUCN-Listen erfordert eine Mindestpunktanzahl von 15 Punkten, wobei keines der Kriterien mit 1 bewertet werden darf. Die Nennung in der Kategorie V kann frühestens 3 Jahre nach der Verordnung des

Naturparks erfolgen. Die Meldung an die IUCN wird jedes Jahr aktualisiert. Sie erfolgte bisher über das Umweltbundesamt, soll aber vom Verband der Naturparke Österreichs im Auftrag der Naturpark-Bundesländer für alle Naturparke übernommen werden (vgl. VNÖ, 2006a, 16 und BRANDS, 2006, 16).

Tabelle 1: Überschneidungen der IUCN-Kriterien und der Kriterien für Österreichische Naturparke

Naturpark XY				
	Kriterien (IUCN + 6)	**Entsprechung im 4-Säulen-Modell**	**Gewich-tung**	**Punkte**
1	Prädikatisierung/Verordnung ist Voraussetzung			
2a	Erhaltung der Landschaftsvielfalt und der Arten/Ökosysteme	Schutz	2a und 2b: 20%	
2b	Harmonisches Zusammenwirken zwischen Natur und Umwelt: traditionelle Landnutzung und angepasste Bauweise und Förderung von nachhaltigen Wirtschaftsweisen	Schutz		
			Mittelwert aus 2a und 2b:	
3	Schaffung eines gebietsgerechten Tourismus- und Erholungsangebotes	Erholung	20%	
4	Sicherstellung von Vorteilen für die Bevölkerung durch Bereitstellung von Produkten und Dienstleistungen	Regional-entwicklung	20%	
5	Bildungsaktivitäten mit nachhaltigen Vorteilen für die Bevölkerung	Bildung	20%	
6	Funktionierender Träger und Naturparkmanagement	Management	20%	
			Summe:	

Quelle: VNÖ, 2006a, 16 und BRANDS, 2006, 16

4 Tourismus in Naturparken

4.1 Das Verhältnis von Tourismus und Naturschutz in Naturparken

Der Schutz der Natur ist eine der vier Säulen österreichischer Naturparke. Tourismus trägt zur Wertschöpfung in einer Region bei, die Verbindung von Naturschutz und Tourismus ist jedoch oft widerspruchsvoll und konfliktreich.

Wie REVERMANN und PETERMANN (2003, 94f) erläutern, profitiert zum einen der Tourismus von der Attraktivität einer intakten Natur, „ursprünglichen“ Landschaften und artenreichen Tier- und Pflanzenbeständen. Durch extreme Nutzung kann jedoch die Umwelt geschädigt werden. Damit zerstört übermäßiger Tourismus selbst seine Grundlage. Auf der anderen Seite kann Fremdenverkehr zur Erhaltung der natürlichen Ressourcen beitragen, indem durch die Erschließung von Kulturlandschaften andere eingriffsintensivere Nutzungsarten verhindert werden. Naturschutz wiederum mag die touristische Entwicklung aufgrund starrer Vorschriften und Auflagen bremsen oder gar verhindern.

Konflikte zwischen Tourismus und Naturschutz entstehen meist durch die Konzentration des touristischen Aufkommens und durch Verstöße gegen Regeln, die oft auf mangelnde Aufklärung bezüglich angepassten Verhaltens zurückzuführen sind (vgl. REVERMANN und PETERMANN, 2003, 94f). Um diesen Konflikten entgegenzusteuern, werden in der Literatur die Strategien der Besucherlenkung und der Kooperation – Naturschutz, Landwirtschaft, Tourismus – genannt (vgl. REVERMANN und PETERMANN, 2003, 94f).

4.2 Anwendungen des Sustainability-Konzepts auf den Tourismus

Für Nachhaltigkeit im Tourismus werden oft Synonyme wie „Sanfter Tourismus“ oder „Ökotourismus“ verwendet. Der Begriff des Sanften Tourismus geht auf den Zukunftsforscher Robert Jungk zurück, der vom „Sanften Reisen“ sprach (vgl. OPASCHOWSKI, 2001, 42). Dieser Sanfte Tourismus weist jedoch einige Probleme und Widersprüche auf. Umstritten ist der ökologische Wert, da bei der An- und Abreise kaum verändertes Umweltverhalten zu beobachten ist (vgl. BAUMGARTNER und RÖHRER, 1998, 13). Sanfter Tourismus oder Ökotourismus dienen oft nur als Schlagworte zur optimalen Vermarktung natürlicher Ressourcen (vgl. BAUMGARTNER und RÖHRER, 1998, 15).

Die genannten Autoren verwenden stattdessen den Begriff „Integrativen Tourismus“, womit eine Form des Fremdenverkehrs gemeint ist, die das Konzept der Nachhaltigkeit integrierend beinhaltet. Nachhaltigen Tourismus per se könne es ihrer Meinung nach nicht geben, da ein Wirtschaftsbereich für sich genommen nicht nachhaltig sein könne[14].

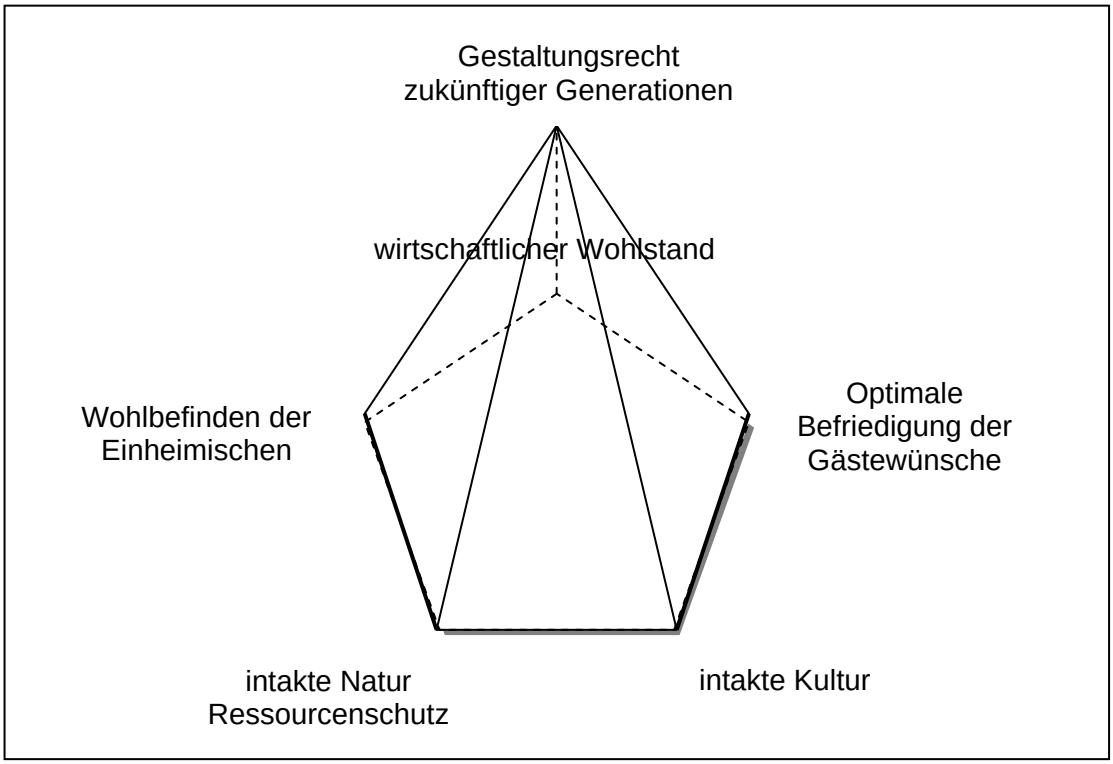


Abbildung 4: Zielsystem einer integrativen touristischen Entwicklung

Quelle: DIEPOLDER und FEIGE, 2000, 300 und nach MÜLLER und Flügel, 1999

Abbildung 4 veranschaulicht die Ziele eines integrativen Tourismus. Die Autoren REVERMANN und PETERMANN (2003, 138) beschreiben diesen Fremdenverkehr als jede Zunahme der Lebensqualität – des wirtschaftlichen Wohlstandes als auch des subjektiven Wohlbefindens – die mit geringerem Einsatz an nicht vermehrbaren Ressourcen sowie abnehmenden Belastungen der Umwelt und der Menschen erzielt wird. Die vorliegende Diplomarbeit behandelt Tourismus in Naturparken unter diesem Licht, und versucht die Diskrepanz zwischen theoretischem Anspruch und tatsächlicher Umsetzung von Konzepten zu überbrücken.

[14] Nachhaltigkeit hat den Anspruch, alle Wirtschafts- und Lebensbereiche zu erfassen. Es muss sich folglich um eine ökologische, ökonomische sowie soziokulturelle und institutionelle Nachhaltigkeit handeln (vgl. BAUMGARTNER und RÖHRER, 1998, 38).

4.3 Regionaler Nutzen

Tourismus stellt die Triebfeder für zahlreiche positive Impulse in Naturparken in ökonomischer, ökologischer und sozialer Hinsicht dar. Da der Fremdenverkehr auf eine intakte Landschaft angewiesen ist, lassen sich landschaftspflegende Maßnahmen einfacher durchsetzen. Von der ökonomischen Seite betrachtet, sind positive pekuniäre Effekte für die Region zu generieren (vgl. JOB et al, 2006, 24ff). Abbildung 5 veranschaulicht diese positiven Wirkungen für eine Region. Tourismus kann Beiträge insbesonders zur Wertschöpfung in einer Region liefern, die vor allem durch die Ausgaben der BesucherInnen zustande kommen (vgl. REVERMANN und PETERMANN, 2003, 129).

Wertschöpfungsstudien, wie JOB et al (2006) anführen, ermitteln Besucherzahlen, das Ausgabeverhalten der Gäste und die Umsatzzahlen. Diese Zahlen können in Einkommenseffekte umgerechnet werden, wodurch sich Vollzeitarbeitsplatz-Äquivalente ableiten lassen[15]. Weitere positive regionale Effekte entstehen durch zusätzliche steuerliche Einnahmen in den Gemeinden sowie aus der Stärkung des einheimischen Gewerbes. Zusätzlich werden Arbeitsplätze – direkt und indirekt durch Naturparke – geschaffen und erhalten. Zu den ökonomischen Effekten zählen auch die Verbesserung der Infrastruktur, wodurch die allgemeine Wohnqualität und die Standortqualität gesteigert wird, und der zusätzliche Fluss externer Mittel in die Region (z.B. von Land, Bund und von EU-Förderprogrammen) (vgl. REVERMANN und PETERMANN, 2003, 125ff).

[15] REVERMANN und PETERMANN, 2003, 129 berechnen die Wertschöpfungseffekte, indem die Ausgaben bzw. Umsätze der Touristen ermittelt werden. Etwa 54% davon sind als unmittelbare Wertschöpfung anzunehmen. Diese erhöht sich um 40% durch zusätzliche tourismusinduzierte Effekte in anderen Wirtschaftsbereichen.

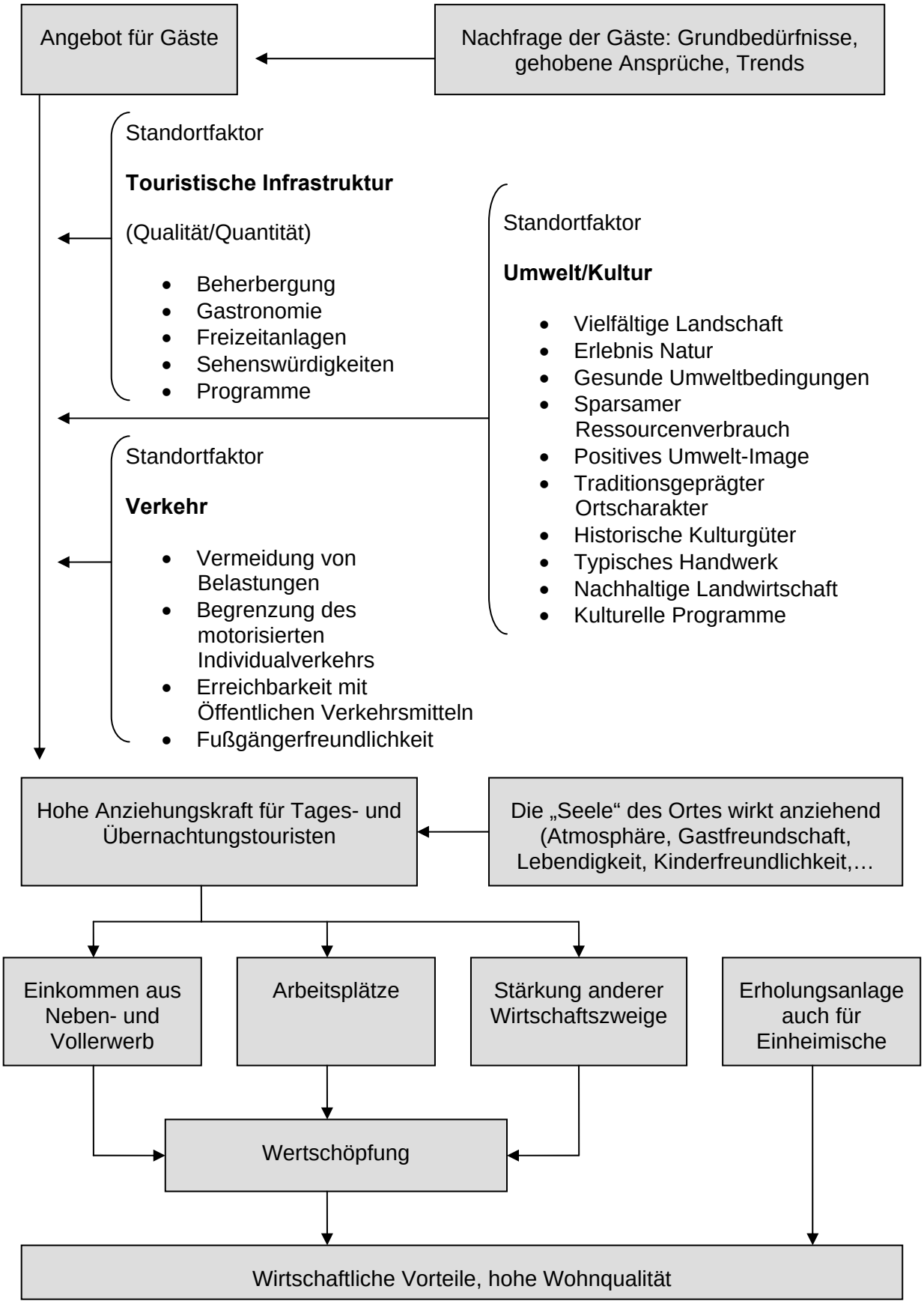


Abbildung 5: Wirkungsnetz Tourismus

Quelle: SCHEMEL, 1995, 11

4.4 Potentiale des Ausflugs- und Bildungstourismus für österreichische Naturparke

Die zunehmende Mobilität, Verstädterung, Verschlechterung des Gesundheitszustands und der Lebensqualität und gesteigerte Freizeitbedürfnisse waren und sind entscheidende Ursachen für die Entwicklung des Tourismus. Die steigende Sensibilisierung der Menschen gegenüber Landschaftsschäden, das höhere Umweltbewusstsein, steigende Flexibilität sowie der Mangel an Naturerfahrungsmöglichkeiten führen zu vermehrtem Naherholungstourismus (vgl. KÖCK, 2004, 14).

Innerhalb des Tourismus wird die Bedeutung des „Ökotourismus“ weiter steigen (vgl. LEUTHOLD, 2001, 12). OPASCHOWSKI (2001, 134f) ortet den touristischen Megatrend „Natur pur“, der für Naturparks von besonderer Bedeutung ist. Unter diesem Trend wird aber eher das Motiv „Wildnis“ als der Aspekt der Kulturlandschaft verstanden. In der zukünftigen Tourismusentwicklung werden Merkmale wie „schnell“, „häufig“ und „kurz“ eine wesentliche Rolle spielen, die gemeinsam mit den Merkmalen „Mobilität“ und „Zeit und Geschwindigkeit“ auf den Tagestourismus verweisen. Dieser ist vor allem in Naturparkregionen wichtig und wird künftig vielerorts stärker zunehmen als der Übernachtungstourismus (vgl. SIEGRIST, 2003, 14).

Vor allem die städtische Bevölkerung möchte in ihrer Freizeit in möglichst kurzer Zeit, möglichst viel Natur – möglichst intensiv – erleben. Der Wunsch, die Freizeit in einer intakten Umwelt zu verbringen, hat sich in den vergangenen Jahren zu einem Megatrend entwickelt (vgl. KÖCK, 2004, 14). Somit bietet die Motivlage zahlreicher potenzieller Ausflügler gekoppelt mit einer hohen Akzeptanz von Schutzgebieten günstige Voraussetzungen für einen in die Entwicklung von Naturparks integrierten Tourismus (vgl. REVERMANN und PETERMANN, 2003, 53). Der Naturpark Obst-Hügel-Land liegt in der Nähe der Städte Linz, Wels und Eferding, wodurch er besonders für städtische Tagesausflügler ein interessantes Angebot zur Erholung in der freien Natur darstellt.

LEUTHOLD (2001, 6f) beschreibt in ihrer Studie die typischen österreichischen Ökotouristen mit folgendem Phantombild: Er bzw. sie ist zwischen 30 und 60 Jahren alt, hat einen höheren Schulabschluss und ein regelmäßiges Einkommen und kommt eher aus einem Ballungsraum. Diese Person sucht im Urlaub Erholung, möchte neue Landschaften kennen lernen und zieht kleinere Orte den bekannten internationalen Gebieten vor. Er oder sie lebt im Urlaub nicht sparsam, möchte aber auch nicht zuviel Geld ausgeben. Dieses Phantombild charakterisiert wohl auch die primäre Zielgruppe ausflugs- und bildungstouristischer Angebote des Naturparks Obst-Hügel-Land.

4.5 Erfolgsfaktoren für touristische Angebote

In der Literatur werden unterschiedliche Erfolgsfaktoren für touristische Angebote genannt. Gemäß LEUTHOLD sollen die Angebote eines integrativen Ausflugs- und Bildungstourismus folgende Kriterien erfüllen (siehe Übersicht 7):

Übersicht 7: Kriterien für einen integrativen Ausflugs- und Bildungstourismus

- Umweltverträglichkeit
- Sozialverträglichkeit
- Wirtschaftlich verträglich
- Kulturverträglichkeit
- Verantwortungsbewusstsein
- Naturbezogenheit
- Nachhaltige Entwicklungsperspektive
- Mitbestimmungsrechte der Bevölkerung (Partizipation)
- Regionalentwicklung
- Beitrag zur Finanzierung von Schutzgebieten liefern

Quelle: Eigene Darstellung in Anlehnung an LEUTHOLD, 2001, 4

Die Erfolgskriterien für die jeweiligen ausflugs- und bildungstouristischen Angebote umfassen (vgl. HANDLER und ASAMER-HANDLER, 2005, 55 und BRAUN, 2006, 27):

- **Zielgruppenorientierung:** Um effizientes Marketing durchführen zu können, bedarf es der Ausrichtung auf ein hauptsächliches Zielpublikum, sowie dem Bewusstsein, welches Angebot ein weiteres Publikum erreicht.
- **Zukunftsorientierung:** Die touristischen Angebote sollen auch den zukünftigen Bedürfnissen und Anforderungen gerecht werden.
- **Nutzung vorhandener Potentiale:** Die bedeutendsten zielgruppenorientierten regionalen Stärken sollen in das Angebot integriert sein.
- **Innovative Elemente:** Angebote sollen nach Möglichkeit etwas Neues oder Innovatives beinhalten.
- Deutliche **Abhebung gegenüber der Konkurrenz**: Den BesuchernInnen sollen die Vorteile gegenüber anderwärtigen Angeboten vermittelt werden (USP[16]).

[16] Unique Selling Proposition (der einzigartige Verkaufsvorteil)

- **Positive Überraschungen:** Kleine Überraschungen können beim Gast positive Erinnerungen an das Erlebnis im Naturpark verankern.
- **Klare Positionierung:** Ein klingender Name ist bedeutsam für den Erfolg eines Angebotes.
- **Qualität:** Hier ist zu prüfen, ob die organisatorischen Voraussetzungen für ein qualitativ hochwertiges Angebot gegeben sind. Unter diesen Punkt fällt die Durchführung von Qualitätssicherungsmaßnahmen, wie Angebotsevaluierung oder Weiterbildung.
- **Preisgestaltung:** Der Preis kann sich an der Nachfrage, Konkurrenz und den Kosten orientieren.
- **Angebotsverfügbarkeit:** Verfügbarkeit über das Jahr gesehen; Anbieten von Schlechtwetteralternativen.

4.6 Mobilität

Ausflugs- und bildungstouristische Angebote zielen darauf ab, BesucherInnen in eine Region – einen Naturpark – zu bringen. Daraus folgend muss aber gleichzeitig mit einer Zunahme des Verkehrs gerechnet werden. Tendenziell nehmen die Individualreisen zu, was zumindest für Reisen innerhalb eines Landes gilt (vgl. LEUTHOLD, 2001, 10). Der Freizeitverkehr ist besonders autolastig. Etwa 50% der Freizeitwege (Wege im Alltag, Tagesausflüge, Urlaub) werden in Österreich als MIV-Lenker oder –Mitfahrer, nur 12% mit öffentlichen Verkehrsmitteln und 33% als FußgängerInnen und RadfahrerInnen zurückgelegt (vgl. BUNDESMINISTERIUM FÜR WISSENSCHAFT UND VERKEHR, 1999, 61).

Nach LEUTHOLD (2001, 10) wird zukünftig die Frage der Mobilität entscheidend sein, ob eine auf Tourismus basierende Entwicklung nachhaltig sein kann. Wie kommen Reisende in eine Region? Bei der Entwicklung von touristischen Angeboten braucht es zugleich eine Entwicklung von Konzepten für den öffentlichen Nahverkehr sowie weitere Angebote für Gäste, damit diese für den Urlaub in geringerem Ausmaß auf Individualverkehrsmittel angewiesen sind. (vgl. LEUTHOLD, 2001, 10). Tagesausflüge finden meist an Wochenenden statt, weshalb ein ausreichendes Wochenendangebot im öffentlichen Verkehr wichtig ist. Radwege, Ausflugs-, Veranstaltungsbusse, Sammeltaxis, Rad-Bahn-Packages, Wandertaxis oder öffentliche Verkehrsmittel, die selbst als Freizeitattraktionen dienen, sollten das Angebot abrunden (vgl. KANATSCHNIG und FISCHBACHER, 2000, 88f und LEUTHOLD, 2001, 10).

5 Bildung in Naturparken

Wie in Kapitel 3 genauer beschrieben, hat der Verband der Naturparke Österreichs neben den Funktionen Schutz, Erholung und Regionalentwicklung die Bildungsfunktion in das Strategiepapier aufgenommen. Damit sollen Naturparke zu Modellregionen nachhaltiger Entwicklung werden. Da der Bildungsaspekt einen grundlegenden Gesichtspunkt dieser Diplomarbeit darstellt, wird im Folgenden auf die Entwicklung und Bedeutung von Bildung für eine nachhaltige Entwicklung eingegangen.

5.1 Umweltbildung

Umweltbildung, auch bezeichnet mit Begriffe wie Umwelterziehung, Ökopädagogik, Naturpädagogik, ökologisches Lernen oder Umweltlernen (vgl. SCHULZ, 2001, 411ff), lässt sich definieren als:

„Environmental education is the process of recognising values and clarifying concepts in order to develop skills and attitudes necessary to understand and appreciate the inter-relatedness among man, his culture, his biological surroundings. Environmental education also entails practice in decision-making and self-formulation of a code of behaviour about issues concerning environmental quality" (vgl. SCHULZ, 2001, 411ff).

Diese Definition stammt aus der angelsächsischen Literatur, und wurde 1969 geprägt. Darin wird der Prozess der Entwicklung von Fähigkeiten und Einstellungen angesprochen, um die Vernetzung von den Menschen, ihrer Kultur und ihrer Umwelt zu verstehen und wertzuschätzen. Durch Bildungsprozesse können Menschen Einsichten, Einstellungen und Werthaltungen vermittelt werden, die die Erhaltung der Umwelt durch eine dauerhaft umweltgerechte Entwicklung ermöglichen (vgl. SCHULZ, 2001, 411ff).

Umweltbildung wie in dieser Definition formuliert, wurde jedoch nicht immer in diesem Zusammenhang verstanden. Die folgende Übersicht bietet einen Überblick der drei verschiedenen Phasen der Umwelterziehung (Umweltbildung) seit den 70er Jahren. In der ersten, der Programmatischen Phase der Umweltbildung standen politische Erklärungen zur Umweltbildung[17] im Mittelpunkt, während später in der Pragmatischen Phase die Umsetzung von Umweltbildung in diversen Bildungsbereichen in den Vordergrund trat.

[17] In dieser Zeit wurde der Ausdruck Umwelterziehung verwendet.

Übersicht 8: Phasen der Umweltbildung

Programmatische Phase	Anfang 70er bis Anfang 80er Jahre	Politische Erklärungen zur Umwelterziehung und Umweltpolitik stehen im Vordergrund.
Pragmatische Phase	Anfang 80er bis Anfang 90er Jahre	Auf die praktische Umsetzung von Umweltbildung in verschiedenen Bildungsbereichen wird wertgelegt und neue Umweltbildungskonzepte erprobt.
Reflexive und zukunftorientierte Phase	Seit Anfang 90er Jahre	Die Thematik rund um „Nachhaltigkeit“ und deren Integrierbarkeit tritt in den Mittelpunkt der Umweltbildung, sowie Überlegungen, wie der Ansatz der Umweltbildung weiterentwickelt werden kann.

Quelle: Eigene Darstellung in Anlehnung an SCHULZ, 2001, 413

Mit dem Beginn der 90er Jahre spricht der Autor von der Reflexiven zukunftsorientierten Phase, bestimmt durch den hinzukommenden Aspekt der Nachhaltigkeit. Diese dritte Phase der Umweltbildung wurde durch die Konferenz der Vereinten Nationen zu Umwelt und Entwicklung (United Nations Conference on Environmental and Development, UNCED) initiiert. Auf dieser Konferenz in Rio de Janeiro im Jahr 1992 wurde die Lokale Agenda 21 verabschiedet, die Handlungsmöglichkeiten aufzeigt, die für die Erreichung des Zieles einer nachhaltigen Entwicklung notwendig sind. In Kapitel 36 der Lokalen Agenda 21 wird die Frage Bildung, öffentliches Bewusstsein und Ausbildung thematisiert (vgl. SCHULZ, 2001, 412f und FORUM UMWELTBILDUNG, 2002[18]). Darin wird festgehalten, dass das Konzept einer nachhaltigen Entwicklung die neue Basis für Umweltbildung darstellt.

5.2 Bildung für nachhaltige Entwicklung

Beim Weltgipfel zur nachhaltigen Entwicklung 2002 in Johannesburg wurde beschlossen, die Bildungsanstrengungen zur Umsetzung von Nachhaltigkeitskonzepten zu verstärken. Aus diesem Grund wurde am 1. Jänner 2005 die „UN-Dekade Bildung für nachhaltige Entwicklung“ eingeleitet.

[18] http://www.umweltbildung.at/cgi-bin/cms/af.pl?navid=6

Durch Umweltbildung sollen Strategien nachhaltiger Entwicklung verstärkt in der Gesellschaft verankert werden. Die bereits vorher erwähnten drei Aspekte nachhaltiger Entwicklung werden dabei vielfach um den vierten Aspekt der Bildung, graphisch veranschaulicht in Abbildung 6, ergänzt.

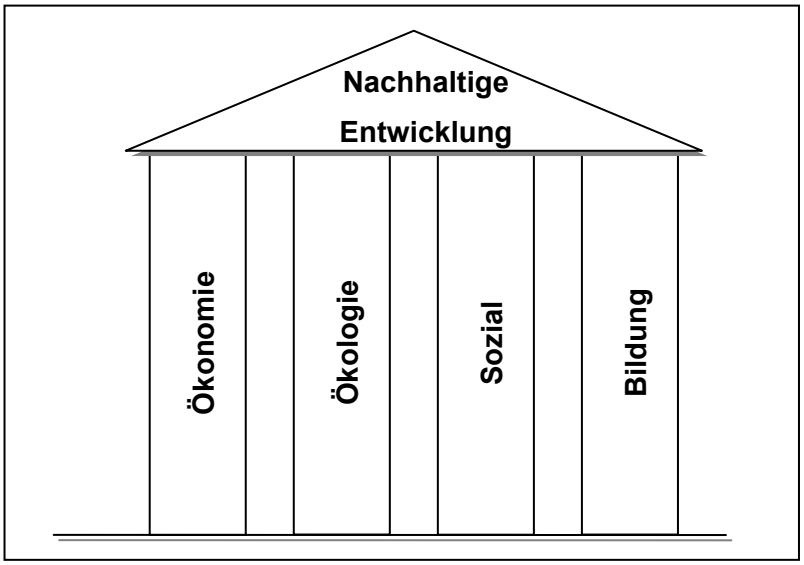


Abbildung 6: Bildung und die politische Umsetzungsebene als vierte Säule nachhaltiger Entwicklung

Quelle: Eigene Darstellung

„Umweltbildung will Bewusstsein schaffen für die Begrenztheit unserer Lebensgrundlagen, will Bereitschaft wecken für aktives Mitgestalten der Umwelt. Bildung für nachhaltige Entwicklung weitet den Blick, indem sie eine für alle lebenswerte Zukunft neu zu denken versucht.“[19]

SCHULZ (2001, 412f) beschreibt vier Strategien, um ökologische, soziale, kulturelle und ökonomische Entwicklungsdimensionen im Sinne der Nachhaltigkeit zu verknüpfen:

- **Effizienzstrategie:** Erhöhung der Ressourcenproduktivität bzw. Senkung des Stoff- und Energieverbrauchs
- **Konsistenzstrategie:** Stoff- und Energieströme sind qualitativ und quantitativ an die Regenerationsfähigkeit der Ökosysteme anzupassen
- **Suffizienzstrategie:** Einschränkung der umwelt- und ressourcenbelastenden Praktiken
- **Bildungsstrategie:** Auseinandersetzung mit der Thematik Nachhaltigkeit und Förderung des Nachhaltigkeitsbewusstseins

[19] In: http://www.umweltbildung.at/index.htm

Bildung für nachhaltige Entwicklung setzt sich mit der oben genannten Bildungsstrategie auseinander. Sie stellt ein neues Bildungskonzept dar, das auf dem Paradigma der nachhaltigen Entwicklung basiert. Die Zielsetzung ist, den gegenwärtigen Bedarf zu decken, ohne die Fähigkeiten kommender Generationen zu schmälern, und deren Bedürfnisse zu befriedigen (vgl. FORUM UMWELTBILDUNG, 2002). Die Umweltbildung und die entwicklungsorientierte Bildung sollen den Bewusstseinsprozess für eine nachhaltige Entwicklung fördern, zu mehr Partizipation der BürgerInnen führen und Probleme der ökonomischen, ökologischen und sozialen Entwicklung gleichzeitig behandeln. Damit wird von der klassischen Umweltbildung abgewichen[20]. „Indem sich Bildung für eine nachhaltige Entwicklung auf einen offenen gesellschaftlichen Problemlöse-, Dialog- und Lernprozess bezieht, trifft sie auch auf alle Bereiche gesellschaftlicher Information, Erziehung, Meinungsbildung, Verhaltenssteuerung und Qualifizierung“ (SCHULZ, 2001, 418).

Der Autor zählt als **Ziele** einer Bildung für nachhaltige Entwicklung auf:

- umfassende Entfaltung von menschlichen Fähigkeiten wie Kreativität und Phantasie, Intelligenz und kritisches Denkvermögen
- Verständigungs- und Kooperationsfähigkeit
- Fähigkeit zu Entscheidungsfindung unter Risikobedingungen
- Partizipationsmöglichkeiten

Bildung für nachhaltige Entwicklung ist im Wesentlichen transdisziplinär, da sie Naturwissenschaften mit den sozialen und ökonomischen Wissenschaften verbindet und auch ethische Überlegungen einschließt (vgl. PELLAUD, 2004, 25). Bildung für nachhaltige Entwicklung setzt sich somit zum Ziel, einen vitalen Beitrag zur Entwicklung einer nachhaltigen Gesellschaft zu leisten ohne jedoch eine Verzweckung des Individuums – also eine Instrumentalisierung für ein fixes Ideal – zu Grunde zu legen (vgl. FORUM UMWELTBILDUNG, 2002).

Auf die Bedeutung der Bildung für eine nachhaltige Entwicklung wird im BROCKHAUS hingewiesen: „Bildung und Wissen als Investitionen in die Zukunft sind direkt mit den Anforderungen der nachhaltigen Entwicklung verbunden, sowohl im Schul- und Hochschulbereich als auch beim lebenslangen Lernen in der Wissensgesellschaft. Ihre Rolle für Wirtschaftswachstum und sozialen Frieden ist evident“ (ZWAHR, 2006a, 236).

[20] (vgl. http://de.wikipedia.org/wiki/Bildung_f%C3%BCr_nachhaltige_Entwicklung).

5.3 Gegenüberstellung Umweltbildung und Bildung für nachhaltige Entwicklung

Zur Unterscheidung von Umweltbildung und BfnE kann festgehalten werden, dass Bildung für nachhaltige Entwicklung:

- sich nicht nur an der Abwehr von Schädigungen der Umwelt oder der Bewahrung der Natur orientiert, sondern auch an Entwicklung und Veränderung;
- nicht nur prohibitiv oder asketisch, sondern auch lockend wirkt; sie fordert Kreativität und Handlungen;
- nicht nur Ängste schürt, sondern Perspektiven aufzeigt;
- sich nicht auf Ökologie beschränkt, sondern Ökonomie, Politik und Kultur in die Reflexion mit einbezieht;
- nicht im Lokalem stecken bleibt, sondern im globalen Bezugsrahmen agiert;
- neben der Handlung im eigenen Alltag auf die Analyse gesellschaftlicher Verhältnisse und Entwicklungen eingeht (vgl. HUBER, 2001, 78).

5.4 Die drei Bildungsaspekte

Basierend auf dem Paradigma nachhaltiger Entwicklung subsumiert das FORUM UMWELTBILDUNG (2002) drei Bildungsaspekte: Systemwissen, Zielfähigkeit und Handlungskompetenz:

- **Systemwissen:** – das Wissen darüber, was ist – meint in erster Linie das analytische Wissen, das vielfach in der formalen, non-formalen und informellen Bildung[21] bereitgestellt wird. Hier ist der kritische Blick auf Systemgrenzen notwendig. Der Leitgedanke lautet, nach Zusammenhängen zwischen ökologischen, sozialen und ökonomischen Systemen zu suchen.
- **Zielfähigkeit:** Es geht darum zu lernen, wie sich die Zukunft im Sinne einer nachhaltigen Entwicklung gestaltet lässt, aber auch welche Größen, Grenzen und Werte dabei berücksichtigt werden können. Kognitive Ansprüche sollen gestellt werden können und die Freiheit und Möglichkeit gegeben werden, sich selbst weiterzuentwickeln.

[21] Auch SCHULZ (2001, 414) schreibt, Bildung für nachhaltige Entwicklung soll alle relevanten Fachdisziplinen einbinden sowie formale, nonformale Methoden und wirksame Kommunikationsmittel einsetzen.

- **Handlungskompetenz:** Menschen sollen Handlungsmöglichkeiten näher gebracht und Kompetenzen vermittelt werden, um Wandel aktiv umzusetzen (vgl. Forum Umweltbildung, 2002 und Reißmann, 1998, 77). Hierzu entwickelte Gerhard de Haan das Konzept der Gestaltungskompetenz. Damit wird das Vermögen verstanden, die Zukunft von Sozietäten, in denen man lebt, in aktiver Teilhabe im Sinne nachhaltiger Entwicklung modifizieren und modellieren zu können. Gestaltungskompetenz umfasst Partizipation, Kooperation, Kommunikation und die reflexive Auseinandersetzung mit dem Gestaltungsraum. Diese reflektierte Gestaltungskompetenz spiegelt sich auch in Phase drei der Umweltbildung wieder (siehe Übersicht 8) (vgl. Forum Umweltbildung, 2002).

5.5 Umsetzung in Naturparks

Wie bereits in Kapitel 3.2 „Positionierung der österreichischen Naturparke“ angeführt, stellt die Bildung ein wichtiges Anliegen der österreichischen Naturparke dar. Unter dieser Bildung ist weniger das Vermitteln von Faktenwissen, sondern ein erlebnisorientierter, vielfach spielerischer Umgang mit der Natur gemeint. Die Neugierde und die Lust zum „Selbst-Entdecken“ sollen geweckt werden – was auch im Motto der österreichischen Naturparke „Natur erleben, Natur begreifen“ steckt – und Altbekanntes kann aus einem neuen Blickwinkel erfahren werden (vgl. GRINZINGER, 2002, 7). Die Bildungsangebote sollen aber nicht nur den Gästen dienen, sondern auch die lokale Bevölkerung berücksichtigen, damit auch diese von den Angeboten profitieren kann (vgl. GRINZINGER, 2002, 8).

Beispiele für die Umsetzung einer Bildung für nachhaltige Entwicklung in Naturparken sind (vgl. GRINZINGER, 2002, 8f):

- Zeitgemäße Themenwege
- Erlebnisführungen durch speziell ausgebildete „Natur- und Landschaftsführer“
- Informationszentren, Museen, Informationsmaterialien
- Neue Medien (elektronische Medien als „Appetitanreger“ für Naturerfahrungen)

Über derartige Angebote in Naturparken können die BesucherInnen und die einheimische Bevölkerung viel Wissenswertes über die Natur vermittelt bekommen. Diese Informationsvermittlung geht aber über den Aspekt der Umweltbildung hinaus. Im Zentrum soll der Gedanke der Bildung für nachhaltige Entwicklung stehen, bei dem die Besucher erfahren, wie sie zur Gestaltung der Zukunft beitragen können.

Im Rahmen dieser Gestaltungskompetenz spielen die Gäste in Form von Partizipation, Kooperation und Kommunikation eine tragende Rolle in der zukünftigen Entwicklung. Die Naturparke können in diesem Sinne einen wesentlichen Beitrag dazu liefern.

6 Der Naturpark Obst-Hügel-Land

In diesem Abschnitt wird auf die bisherige Entwicklung und die Organisation des Naturparks Obst-Hügel-Land, die Bedeutung des Streuobstes sowie auf die Ziele und Rahmenbedingungen des Naturparks eingegangen. Die Ergebnisse einer durchgeführten Machbarkeitsstudie veranschaulichen zukünftige Entwicklungspotentiale. Außerdem werden bereits bestehende Angebote im Obst-Hügel-Land kurz beschrieben.

6.1 Historische Entwicklung

Der Naturpark Obst-Hügel-Land liegt zwischen Wels und Eferding (siehe Abbildung 7) und umfasst die beiden Gemeinden Scharten und St. Marienkirchen an der Polsenz.

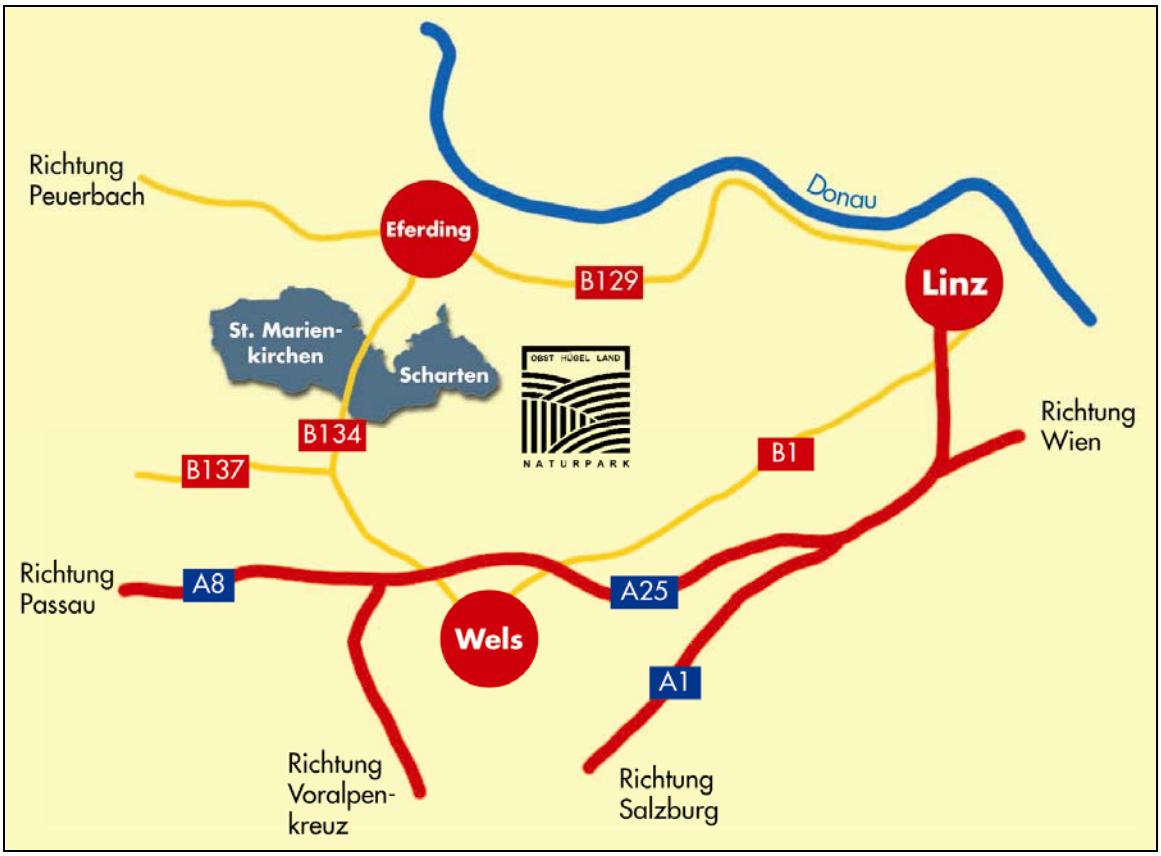


Abbildung 7: Lage Naturpark Obst-Hügel-Land

Quelle: Naturpark Obst-Hügel-Land, 2006

Die Hügellandschaft in diesem Gebiet verfügt über wertvolle Streuobstbestände und eine große landschaftliche Vielfalt. Diese besondere Landschaft hat die Ausweisung als Landschaftsschutzgebiet ermöglicht (vgl. HANDLER und ASAMER-HANDLER, 2006, 7).

Die Obstbäume dienen neben der Obstproduktion auch zur Stabilisation der rutschungsgefährdeten Hänge (Schlierböden) und prägen die besondere Kulturlandschaft. Durch die kleinräumigen Landschaftsstrukturen unterscheidet sich das heutige Naturparkgebiet in weiten Teilen vom restlichen oberösterreichischen Zentralraum, der infolge der zahlreichen, meist intensiven Nutzungsformen einen großen Teil seiner früheren Diversität verloren hat (vgl. KEPLINGER, 2004, 27).

Der Naturpark Obst-Hügel-Land wurde am 30. April 2005 eröffnet und ist somit nach dem Naturpark Mühlviertel (der frühere Naturpark Rechberg) der zweite seiner Art in Oberösterreich. Nach Vorliegen einstimmiger Gemeinderatsbeschlüsse für die Ausweisung eines Landschaftsschutzgebietes mit dem Prädikat Naturpark beider Gemeinden wurden alle GrundbesitzerInnen schriftlich um die Einbeziehung der in ihrem Besitz befindlichen Grundstücke ersucht. 420 landwirtschaftliche Betriebe und 1.249 GrundstücksbesitzerInnen stimmten zu (vgl. KUNISCH, 2006, 13f). In den Naturpark wurden 6.407 Grundstücksflächen eingebracht. Das entspricht 2.629,1 Hektar (zwei Drittel der Gesamtfläche der Gemeinden Scharten und St. Marienkirchen. Somit brachten etwa zwei Drittel der BesitzerInnen ihre Grundstücke in den Naturpark ein. Nur jene Flächen wurden nicht einbezogen, wenn die Grundstücksbesitzer dies nicht wollten (vgl. KUNISCH, 2006, 13f). Für die Obstbäume stehen durch den Naturpark Förderungen zur Verfügung (Altbaumförderung und Förderungen für Neupflanzungen).

6.2 Die Gemeinden des Naturparks Obst-Hügel-Land

6.2.1 Gemeinde Scharten

Die Gemeinde Scharten umfasst eine Gesamtfläche von 17,50 km² und liegt auf einer Seehöhe von 397 m. Mit Stand von 31. Oktober 2006 zählt die Gemeinde 2.246 EinwohnerInnen, die sich auf 824 Haushalte verteilen. Der Vergleich zur Volkszählung 1991 zeigt einen Bevölkerungsanstieg von rund 22% (1.780 EinwohnerInnen). 2005 waren es 2.169 Personen. Damit liegt die Gemeinde Scharten in Bezug auf das Bevölkerungswachstum deutlich über dem Bezirksdurchschnitt, der bei 8,2% liegt (der oberösterreichische Durchschnitt beträgt 4,7%). Dieser Trend kann auf Basis der Statistiken bis zum Anfang des 20. Jahrhunderts zurückverfolgt werden. Schätzungen zufolge wird sich die Einwohnerzahl der Gemeinde Scharten bis zum Jahr 2015 auf rund 2.600 EinwohnerInnen erhöhen (vgl. GEMEINDE SCHARTEN, 2006).

Der sekundäre Sektor (Gewerbe und Wirtschaft) nimmt in der Gemeinde den größten Stellenwert ein, gefolgt vom tertiären Sektor und dem primären Sektor (Land- und Forstwirtschaft) (vgl. STATISTIK AUSTRIA, 2006). Die Land- und Forstwirtschaft ist in Scharten laut Agrarstrukturerhebung aus dem Jahr 1999 mit 93 Betrieben vertreten, von denen rund 60% im Haupterwerb und rund 40% im Nebenerwerb geführt wurden. Im Vergleich dazu betrug der Anteil auf Bezirksebene ebenfalls ca. 60% Haupterwerbe, 30% Nebenerwerbe und ca. 10% Betriebe juristischer Personen, und die Verteilung auf Landesebene ca. 50 % Haupterwerbsbetriebe, 30% Nebenerwerbsbetriebe und 20% Betriebe juristischer Personen (vgl. STATISTIK AUSTRIA, 2006). Zwischen den Jahren 1995 und 1999 lässt sich ein Rückgang an landwirtschaftlichen Betrieben von 7,9% in der Gemeinde feststellen (ca. minus 13% im Bezirk Eferding und minus 17% in Oberösterreich). Die durchschnittliche Betriebsgröße betrug im Jahr 1999 rund 15 ha.

6.2.2 Marktgemeinde St. Marienkirchen an der Polsenz

Die Gemeinde St. Marienkirchen an der Polsenz umfasst eine Gesamtfläche von 23,87 km² und liegt auf einer Seehöhe von 315 m. Mit Stand von 1. Mai 2006 zählt die Gemeinde 2.403 EinwohnerInnen (vgl. GEMEINDE ST. MARIENKIRCHEN AN DER POLSENZ, 2006). Der Vergleich der Volkszählung 1991, bei der 1.985 EinwohnerInnen gezählt wurden, und der Zählung 2005 (2.255 Personen), zeigt einen Bevölkerungsanstieg gegenüber von 1991 von rund 14%. Die land- und forstwirtschaftlichen Betriebe weisen ähnlich zu jenen in Scharten eine Durchschnittsgröße von ca. 16 ha auf, wobei der Betriebsrückgang im Vergleich drastischer verläuft (minus 15,6% in St. Marienkirchen). Die wirtschaftlichen Rahmenbedingungen verhalten sich ähnlich jenen der Gemeinde Scharten, auch die gleichen Trends zeichnen sich ab.

6.3 Streuobst im Obst-Hügel-Land

Der Naturpark Obst-Hügel-Land zeichnet sich unter anderem durch die Streuobstwiesen aus, die diese besondere Landschaft prägen. Unter Streuobstanbau sind großwüchsige Bäume verschiedener Obstarten, Sorten und Altersstufen, die auf Feldern, Wiesen und Weiden in ziemlich unregelmäßigen Abständen verstreut wachsen, zu verstehen. Zum Streuobst zählen aber auch Einzelbäume an Wegen, Straßen und Böschungen, kleine Baumgruppen, Baumreihen und flächenhafte Anlagen mit eher regelmäßigen, aber weiten Pflanzabständen (vgl. LUCKE et al., 1992, 10).

Streuobstbestände zeichnen sich wegen der in der Definition angedeuteten Charakteristika der verschiedenen Altersstrukturen und des großen Spektrums an Obstsorten und -arten durch eine extensive Bewirtschaftung aus. Dadurch kommt ihnen eine beachtliche Rolle für das Ökosystem zu. Neben dieser ökologischen Bedeutung weisen die Bestände auch eine landeskulturelle und wirtschaftliche Relevanz auf. Die landeskulturelle Bedeutung umfasst die Obstbäume als Bestandteil der typischen Landschaft und die regionalen, traditionellen Sorten. Die wirtschaftliche Bedeutung setzt sich aus Obstnutzung (Verkauf oder Eigenverbrauch), Nutzungen des Unterwuchses (vor allem Grünland), Holznutzung sowie der Imkerei zusammen (vgl. KEPLINGER, 2004, 40ff).

Zusätzlich zu den Streuobstwiesen ist die Region von einer hohen Strukturvielfalt geprägt, was aus der sehr kleinflächigen Besitz- und unterschiedlichen Nutzungsstruktur resultiert. Dieser Strukturreichtum ist bestimmend für die attraktive Erholungslandschaft, stößt aber unter anderem aufgrund des nötigen Arbeitskräfteeinsatz und der Behinderung zur Rationalisierung der Landwirtschaft auf Schwierigkeiten (vgl. HANDLER und ASAMER-HANDLER, 2006, 16).

6.4 Organisationsform

Der Naturpark Obst-Hügel-Land wird durch einen Verein getragen, dessen Geschäftsführung DI Rainer Silber obliegt. Die Koordination und Besucherinformation befindet sich im Naturparkbüro in St. Marienkirchen. Für die vier Themengebiete Schutz, Erholung, Bildung und Regionalentwicklung wurde je eine Arbeitsgruppe geschaffen, die in der Anfangsphase des Naturparks tätig waren. Die Organisation des Naturparks ist in Abbildung 8 skizziert.

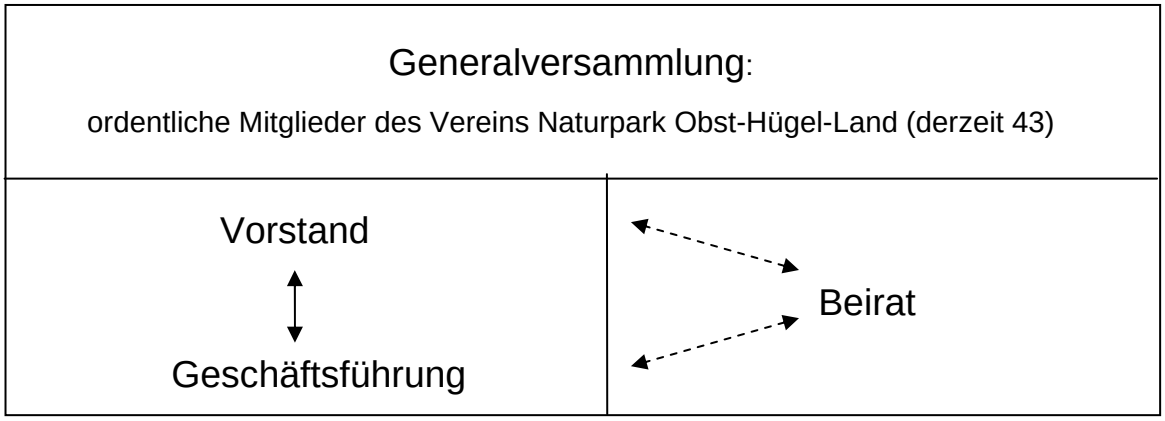


Abbildung 8: Organisationsmodell Naturparkverein Obst-Hügel-Land
Quelle: SILBER (2007)

Der Vorstand setzt sich zusammen aus (SILBER, 2007 und VEREIN OBST-HÜGEL-LAND, s.a., 2f):

- Obmann: Rupert Raab (Stellvertretung durch Erich Eigner)
- Kassierin: Annemarie Geiselmayr (Stellvertretung durch Norbert Lehner)
- Schriftführer: Franz Baumgartner
- Bürgermeister Johann Meyr und Bürgermeister Ing. Josef Doppler
- Franz Rothmaier

6.5 Ziele des Naturparks

Die Ziele des Naturparks ergeben sich aus den vier Grundsatztexten:

- Oberösterreichisches Naturschutzgesetz
- Leitbild des Verbandes der Naturparke Österreichs
- „Naturparkcharta“ für das Obst-Hügel-Land, beschlossen im Frühjahr 2004
- Statuten des Naturparkvereins

6.5.1 Das Oberösterreichische Naturschutzgesetz

Der oberösterreichische Naturschutz basiert auf dem Natur- und Landschaftsschutzgesetz, LGBl. Nr. 129/2001 i.d.f. LGBl. 160/2001, das im Wesentlichen auf dem oberösterreichischen Naturschutzgesetz 1982, LGBl. Nr. 80 beruht.

Damit einer Region das Prädikat „Naturpark“ verliehen werden kann, bedarf es zuvor der Ausweisung als Landschaftsschutzgebiet (vgl. SCHIFFNER, 2002, 15). Das oberösterreichischen Natur- und Landschaftsschutzgesetz (Oö. NschG 2001) formuliert folgendes zu Landschaftsschutzgebieten und Naturparken (SCHIFFNER, 2002, 69):

„§ 11 Landschaftsschutzgebiete

(1) Gebiete, die sich wegen ihrer besonderen landschaftlichen Eigenart oder Schönheit auszeichnen oder durch ihren Erholungswert besondere Bedeutung haben, können durch Verordnung der Landesregierung zum Landschaftsschutzgebiet erklärt werden, wenn das öffentliche Interesse am Landschaftsschutz alle anderen Interessen überwiegt.

(2) In einer Verordnung gemäß Abs. 1 ist die Grenze des geschützten Gebiets festzulegen und zu bestimmen, welche weiteren Vorgaben neben den im §5 genannten Maßnahmen einer Bewilligung der Behörde bedürfen oder über die im §6 genannten Vorhaben hinaus anzeigepflichtig sind. Als zusätzlich bewilligungspflichtige oder anzeigepflichtige Vorhaben dürfen nur solche festgelegt werden, die geeignet sind, den Schutzzweck der Verordnung zu gefährden.

(3) Die Landesregierung kann für allgemein zugängliche, für die Erholung oder für die Vermittlung von Wissen über die Natur besonders geeignete und zu diesem Zweck entsprechend ausgestattete und gepflegte Landschaftsschutzgebiete durch Verordnung die Bezeichnung Naturpark festsetzen“.

6.5.2 Leitbild des Verbandes der Naturparke Österreichs

Das vom VNÖ entwickelte 4-Säulen-Modell, das das Leitbild österreichischer Naturparke darstellt, ist in Kapitel 3.2 näher dargelegt. Es besagt im Wesentlichen, dass das gleichrangige Miteinander der vier Aufgabenbereiche Erholung, Schutz, Bildung und Regionalentwicklung die grundlegende Planungsbasis darstellt, damit sich die Region auf diesem Weg zu einer Modellregion für nachhaltige Entwicklung entfaltet.

6.5.3 „Naturparkcharta“ für das Obst-Hügel-Land

Die Ziele des Naturparks harmonieren mit dem örtlichen Entwicklungskonzept, das in Hinblick auf die erhaltungswürdigen Streuobstbestände und der damit verbundenen Verantwortung folgende Ziele festlegt (vgl. HANDLER und ASAMER-HANDLER, 2006, 16):

- Grünausstattung im Gemeindegebiet erhalten, ausbauen und verbessern
- Landschaft gliedern, Gebäude und Verkehrswege in die freie Landschaft einbinden
- Ökologisch sensible Landschaftselemente gezielt schützen und verbessern

Der Naturpark trägt zur Realisierung dieser Zielsetzungen bei. Der Naturpark Obst-Hügel-Land verfolgt die hier aufgelisteten Ziele, die in der Naturparkcharta – beschlossen im Frühjahr 2004 – niedergeschrieben sind (vgl. VEREIN NATURPARK OBST-HÜGEL-LAND, 2007):

- Ziel ist, den Naturraum mit herrlichen Obstbaumwiesen, -zeilen und -alleen durch nachhaltige Nutzung in seiner Vielfalt und Schönheit zu sichern und die durch Jahrhunderte geprägte Kulturlandschaft zu erhalten.

- Gleichzeitig soll es gelingen, die aus dem traditionellen Obstbau entstehende Wertschöpfung zu sichern und auszubauen. Dabei spielt insbesondere die Naherholung eine besondere Rolle.
- Durch interaktive Formen des Naturbegreifens und -erlebens werden Natur, Kultur und deren Zusammenhänge erlebbar gemacht (Themenwege, Erlebnisführungen, Brauchtumspflege).
- Der Naturpark setzt Impulse für eine regionale Entwicklung, um damit die Wertschöpfung zu erhöhen sowie die Lebensqualität zu sichern.

Zu den Erfolgsfaktoren für die Umsetzung dieser Ziele zählen, dass der Naturpark von der Bevölkerung getragen wird, und ihr durch Erhöhung der Wertschöpfung hilft, agrarstrukturelle Schwierigkeiten auszugleichen. Die Bevölkerung soll durch das Schutzgebiet ihre Lebensqualität steigern können (vgl. HANDLER und ASAMER-HANDLER, 2006, 17).

6.5.4 Statuten des Naturparkvereins

Als Zweck des Vereins werden in den Vereinsstatuten folgende Ziele angeführt (vgl. HANDLER und ASAMER-HANDLER, 2006, 25f).

- Schutz, Erhaltung und Gestaltung der Natur- und Kulturlandschaft
- Sicherung und Schaffung von Arbeitsplätzen in der Land- und Forstwirtschaft und im Tourismus
- Förderung und Betreuung des Naturparks in ideeller und materieller Hinsicht
- Förderung naturnaher, nachhaltiger Wirtschaftsformen
- Errichtung und Betreibung von Forschungs-, Bildungs- und Informationseinrichtungen
- Sicherung des sozialen und kulturellen Gefüges in den Naturparkgemeinden

6.6 Rahmenbedingungen für die Naturparkentwicklung

Die Naturparkcharta, deren Ausarbeitung die wesentliche Grundlage zur Entstehung des Naturparks war, sieht für die Entwicklung des Obst-Hügel-Landes bestimmte Voraussetzungen vor. Landwirtschaftliche Betriebe sind nicht zur Teilnahme verpflichtet, sie können auch einzelne Teile der Grundstücke in die Fläche des Naturparks einbringen.

Der Naturpark wird – im Unterschied zu anderen Bundesländern – von seiner Ausdehnung her parzellengenau verordnet (vgl. HANDLER und ASAMER-HANDLER, 2006, 9ff). Im Rahmen des Vertragsnaturschutzes werden an die GrundbesitzerInnen Abgeltungen bezahlt. Auch die relevanten Dienststellen der oberösterreichischen Landesverwaltung sind bereit, die Naturparkentwicklung mit öffentlichen Mitteln zu unterstützen. Weiters können Innovationen in Betrieben eine wichtige Basis für eine Steigerung der Wertschöpfung in der Region darstellen, die durch Partizipation aller AkteurInnen der Region bewirkt werden sollen. Eine aktive Öffentlichkeitsarbeit soll die Naturparkangebote in Österreich bekannt machen (vgl. HANDLER und ASAMER-HANDLER, 2006, 17).

6.7 Fördermöglichkeiten

Der Naturpark initiierte im Herbst 2006 die Aktion „1.000 Obstbäume“, deren Ziel die Neupflanzung von 1.000 Obstbäumen auf dem Naturparkareal war. Dabei wurde die Neupflanzung von Obstbäumen (Halb- und Hochstamm) zu 100% gefördert (vgl. VEREIN NATURPARK OBST-HÜGEL-LAND, 2006). Die TeilnehmerInnen konnten aus einer Liste mit 46 Obstsorten auswählen. Regionaltypische alte Sorten (wie etwa Maunzenapfel, Winterrambour, Grüne Pichlbirne) waren ebenso dabei, wie ertragreiche, neuere und feuerbrandresistente Sorten (Remo, Rewena). Insgesamt pflanzten 125 GrundeigentümerInnen rund 1.800 Obstbäume im Naturpark, was auf eine Trendumkehr hoffen lässt, denn die Zahl der neu gepflanzten Obstbäume nimmt wieder zu (vgl. SILBER, R. 2006, 12f). Tabelle 2 bietet einen Überblick über die Fördermöglichkeiten für Streuobstbestände im Naturpark.

Tabelle 2: Fördermöglichkeiten im Naturpark Obst-Hügel-Land

Bezeichnung	Fördersumme	Förderabwicklung
Neue Obstbäume	Max. € 25,- für jeden neugepflanzten Obstbaum	Agrarbezirksbehörde Linz
Einzelstammschutz	70% Materialförderung 30% für Robotleistung	Agrarbezirksbehörde Linz
Altbaumsicherung	€ 87,- pro Lebendbaum	Vertrag mit dem Land OÖ über 20 Jahre
Grünlandbewirtschaftung von Obstbaumwiesen	€ 109,-/ha/Jahr	ÖPUL (bei Wegfall Ersatz durch Vertragsnaturschutz mit dem Land OÖ)

Bezeichnung	Fördersumme	Förderabwicklung
Kleinstflächen-förderung für die Erhaltung kleinräumiger Strukturelemente	€ 70 pro Jahr plus allfällige Abgeltung von Bewirtschaftungs-erfordernissen für ökologisch wertvolle Flächen <1.000 m²	Vertrag mit dem Land OÖ auf 5 Jahre
Feuerbrand-bekämpfung	70% Arbeitseinsatz ersetzt	Naturschutzabteilung des Landes OÖ
Baumpflegekurs und Feuerbranderkennung	Bis zu 83% -ige Förderung	
Maschinenankauf	30% Förderung für den Ankauf von Obstsammelmaschinen, Rüttlern und Stangenmotorsägen	
Möglichkeit zur Förderung diverser Projekte	Je nach Art des Projektes bis zu 70% und 83%	Meist EU-kofinanziert (Artikel 33 oder Artikel 9)

Quelle: eigene Darstellung in Anlehnung an NATURPARK OBST-HÜGEL-LAND, 2006, 1ff

6.8 Bestehende Angebote im Naturpark Obst-Hügel-Land

Im Untersuchungsgebiet bestehen für Ausflugs- und Bildungstourismus bereits ein Mostmuseum und einige Wanderwege. Das Mostmuseum in St. Marienkirchen befindet sich im etwa 350 Jahre alten Getreidespeicher der Pfarre. Die Ausstellung umfasst Pressen und andere Gerätschaften, die der Mosterzeugung dienen, sowie eine Binderwerkstatt, die die Arbeitsschritte der Fasserzeugung zeigt. Weiters sind in den Räumlichkeiten neben einer Schnapsbrennerei, Bauernstube und einer Imkerei auch das Heimatmuseum untergebracht (vgl. GEMEINDE ST. MARIENKIRCHEN, 2006).

Bei den Wanderwegen im Obst-Hügel-Land steht der Genuss, nicht die sportliche Höchstleistung im Mittelpunkt, weshalb die markierten Wanderungen maximal drei Stunden dauern. Sie eignen sich daher speziell für Familien mit Kindern. Laut Wanderkarte des Naturparks Obst-Hügel-Land bestehen die in Übersicht 9 angeführten gekennzeichnete Wanderrouten.

Übersicht 9: Gekennzeichnete Wanderwege im Obst-Hügel-Land samt Wegzeiten

• Jakobsweg	(1h 45min)
• Römerweg	(2h 10min)
• Weberbartlweg	(2h)
• Zehentweg	(2h 15min)
• Lengauerweg	(2h)
• Kirschblütenweg	(3h 30min)
• Naturparkhöhenweg	(1h 30min)
• Hubertusweg	(1h)
• Kronbergrundweg	(1h)
• Panoramaweg	(1h 30min)
• Herreholzerrundweg	(2h)

Quelle: eigene Darstellung in Anlehnung an VEREIN NATURPARK OBST-HÜGEL-LAND, 2006

Im Jahr 2005 organisierte die Arbeitsgruppe Erholung geführte Wanderungen (vgl. MAYRHOFER, s.a., 6f). Auszugsweise lauteten die Themen etwa „Kreuz und quer in den Frühling, alte Wege neu entdeckt“, „Balance-Nordic-Walking“, „Welches Vöglein zwitschert da?“ und „Apfelwanderung“. Für das Jahr 2007 werden zusätzlich zu den bestehenden Wanderwegen und dem Mostmuseum, Fachexkursionen und Themenwanderungen mit ausgebildeten Natur- und LandschaftsführerInnen stattfinden. Außerdem gibt es einen Obstlehrgarten in St. Marienkirchen zu besuchen (SILBER, 2007).

6.9 Stärken und Schwächen im Naturpark Obst-Hügel-Land

Da der Naturpark noch relativ jung ist, befinden sich viele Initiativen und konkrete Projektplanungen bzw. -umsetzungen im Anfangsstadium und bedürfen weiterer Schritte und Konzepte, um realisiert zu werden. So wurde im Auftrag des Naturparks im März 2005 bereits eine Machbarkeitsstudie von Seiten der ÖAR-Regionalberatung GmbH durchgeführt, die auf einer Stärken/Schwächen-Analyse der für den Naturpark relevanten Themenbereiche „Allgemeines“, „Kulturlandschaft und Natur“, „Landwirtschaft“ und „Freizeit – Tourismus – Erholung“ beruht. Die Analyse basierte auf Interviews mit Leuten aus dem Naturpark sowie auf schon vorhandenen Studien. Die Machbarkeitsstudie zeigt die Stärken und Schwächen der Region auf und auch daraus abgeleitete Strategien für die Zukunft. Ebenfalls angeführt ist ein Projektideenpool der InterviewpartnerInnen, der viele verschiedene Projekte aufzeigt.

Diese Ideen brauchen eine Weiterentwicklung, um greifbarer zu werden und Leute, die sie umsetzen. Dabei soll das Dreigespann **„Streuobst – Most – Kulinarik“** als Leitmotiv für den Naturpark dienen.

6.9.1 Stärken und Schwächen

Im Folgenden sind die für die vorliegende Diplomarbeit relevanten Erkenntnisse der Machbarkeitsstudie nochmals zusammengefasst. Übersicht 10 führt die Stärken und Schwächen für die vier Bereiche „Allgemeines“, „Kulturlandschaft und Natur“, „Landwirtschaft“ und „Freizeit – Tourismus – Erholung“ der beiden Naturparkgemeinden Scharten und St. Marienkirchen an.

Übersicht 10: Stärken und Schwächen der beiden Naturparkgemeinden

	Stärken	Schwächen
Kulturlandschaft und Natur	• Gepflegte, kleinstrukturierte, hügelige Landschaft • Streuobst und Alleen • Schöne Bauernhäuser • Schöne Laubwälder • Bild vom Land noch „stimmig“	• Rückgängige Mosttradition • zum Teil sehr alte Birnbäume • Zäune und Obstplantagen nehmen zu
Landwirtschaft	• Guter Most • Noch viele Haupterwerbsbetriebe • Bauernladen • Streuobst • Tw. regionale Produkte in Gastronomie	• Rückgängige Mosttradition • Wenige Jausenstationen, Mostschanken und Möglichkeiten, Most zu kaufen (Potential für zusätzliche Mostschanken ist gegeben) • Starker ökonomischer Druck auf die Landwirtschaft
Freizeit, Tourismus, Erholung	• Zentrumsnähe (Wels, Linz) und Nähe zu Bad Schallerbach • Mostverkostung im Rahmen eines Festes in Scharten (Mostkost) • Tagestourismus	• Nachholbedarf in der Gastronomie, Betten • Keine Jausenstation, fehlende Mostschank und Möglichkeit, Most zu kaufen • dzt. 11 gekennzeichnete Wanderwege • Keine Tourismusgemeinden lt. Gesetz
Allgemeines	• Wenig Zersiedelung • Hohe Wohnattraktivität (Bevölkerungszuzug) • Zentrumsnähe • Gute Verkehrsanbindung durch die Bundesstraße	• Starke Siedlungsentwicklung • Skepsis gegenüber dem Naturpark • Infomaterialien, Informationsdefizit • Fehlende innovative Unternehmen • Kooperation zwischen den Gemeinden • Fehlende Parkmöglichkeiten

Quelle: Eigene Darstellung in Anlehnung an HANDLER UND ASAMER-HANDLER, 2005, 23f und überarbeitet mit SILBER, 2007

6.9.2 Projektideenpool

Im Zuge der Feasibility-Studie wurde ein Projektideenpool erstellt, der auf Anregungen und Ideen der interviewten Personen basiert. Insgesamt sind in der Untersuchung 102 Ideen angeführt, wobei in Übersicht 11 jene Projekte angeführt sind, die ein ausflugs- und bildungstouristisches Angebot im Sinne der vorliegenden Diplomarbeit bilden könnten.

Übersicht 11: Ausgewählte Überlegungen aus dem Projektideenpool

1) Wegenetz

- Routen in Übereinkunft mit den Grundbesitzern neu festlegen, verbesserte Beschilderung und eventuell behindertengerechte Gestaltung
- Wanderweg in Finklham entlang von fünf Betrieben mit bestimmten Erlebnispunkten (z.B. Streichelzoo)
- Themenwege: Birnwanderweg, Bäumeweg, Moststraße, Kellerwanderung, Wie funktionieren Rutschungen?; unter Einbeziehung von Mostschenken, Mostmuseum und Obstlehrgarten
- Reitwege errichten

2) Kinderangebote

- Schule am Bauernhof
- Programme für Kindergärten
- Schulwettbewerb
- Schlechtwetterprogramm für Schulen
- Naturparkspielplätze
- Naturparkschule

3) Führungen

- Naturparkführung (ornithologisch, botanisch, entomologisch) mit eigens ausgebildeten Personen
- Themenführungen zu Natur, Kunst, Landschaft und Wahrnehmung
- Schaubetriebe (Ausbildung zum Mostsommelier)

4) Veranstaltungen

- Mostwoche, Tag der offenen Kellertür, Mostkost

Quelle: Eigene Darstellung in Anlehnung an HANDLER UND ASAMER-HANDLER, 2005, 28ff überarbeitet mit SILBER, 2007

6.9.3 Maßnahmen zur Umsetzung der Ziele

In der Machbarkeitsstudie der ÖAR-Regionalberatung GmbH werden basierend auf der Stärken/Schwächen-Analyse und dem Ideenpool 102 Maßnahmen für das Obst-Hügel-Land angeführt, die für die Organisation im Naturpark notwendig sind oder eine hohe Realisierungswahrscheinlichkeit aufweisen. Im Folgenden sind lediglich jene Projekte aufgelistet, die sich mit dem Thema der vorliegenden Diplomarbeit – Angebote zu Ausflugs- und Bildungstourismus – beschäftigen.

Rad-, Wander- und Reitwegenetz: Für die Erstellung oder die Verbesserung des Wegenetzes sind einige Kriterien zu beachten. Es sollte hoch qualitativ sein, Attraktionen und Sehenswürdigkeiten, Gasthäuser und Rastplätze einbinden und gleichzeitig eine abwechslungsreiche Streckenführung mit Variantenvielfalt aufweisen. Eine einheitliche, gut sichtbare Beschilderung ist ebenfalls notwendig. Seit der Durchführung der Machbarkeitsstudie in den Jahren 2004 bzw. 2005 wurden seitens des Naturparks die bestehenden Wanderwege verbessert und auch ein Radwanderweg besteht bereits, weshalb in Zukunft die Priorität nicht mehr in der Schaffung zusätzlicher Rad-, Wander- und Reitwege liegt (vgl. SILBER, 2007).

Schule am Bauernhof: bei dieser Maßnahme organisieren und veranstalten bäuerliche Familien Schulbesuche auf ihrem Betrieb. Eine entsprechende Ausbildung wird beispielsweise vom LFI (Ländliches Fortbildungsinstitut) angeboten (vgl. HANDLER und ASAMER-HANDLER, 2005, 49). Im Naturpark bietet bereits ein Betrieb „Schule am Bauernhof“ an (vgl. SILBER, 2007).

Erlebnisführungen: Speziell ausgebildete Natur- und LandschaftsführerInnen begleiten die Gäste auf spannende und ungewöhnliche Art durch den Naturpark. Dabei können für unterschiedliche Zielgruppen entsprechende Angebote erstellt werden. Solche Führungen beschäftigen sich vor allem mit den lokalen Besonderheiten (vgl. HANDLER und ASAMER-HANDLER, 2005, 49). Für das Jahr 2007 sind bereits derartige Erlebnisführungen geplant (vgl. SILBER, 2007).

Themenwege – Erlebniswege: Mögliche Themen sind ein Baumweg oder ein Mostweg. Der VNÖ (2002) empfiehlt, Themenwege als Erlebniswege zu konzipieren. Anstelle von langweiligen Informationstafeln geht es um interaktive Wissensvermittlung und eine Sensibilisierung der Sinne für die Natur (entspricht den Zielen der Bildung für nachhaltige Entwicklung). Ein Erlebnisweg dieser Art soll eine freiwillige Lernerfahrung darstellen, bei dem die Neugier und der Spieltrieb geweckt und gleichzeitig Informationen und Abenteuer vermittelt werden.

Das Thema eines derartigen Weges sollte den Besonderheiten des Naturparks entsprechen – im Obst-Hügel-Land ist das das Dreigespann Streuobst – Most – Kulinarik (vgl. HANDLER und ASAMER-HANDLER, 2005, 42ff).

Naturparkspielplätze: Durch diese Einrichtungen kann der Naturpark für Kinder bzw. Familien zusätzlich an Attraktivität gewinnen. Die jeweiligen Besonderheiten des Naturparks sollen spielerisch und aktivierend vermittelt werden. Je vielfältiger und abwechslungsreicher, desto einfacher lassen sich die Anforderungen – wie Möglichkeiten zum Naturerlebnis, Sinneserfahrung, Bewegung, kreativen Entfaltung, Kommunikation oder Muterprobung – erfüllen. Konkrete Ausformungen solcher Spieleinrichtungen sind:

- Naturnahe Spielgelände: Spielplätze mit naturnaher und räumlicher Anpassung an das Gelände bzw. den Naturpark
- Naturerlebniswege mit begleitenden Spielelementen: Wanderwege mit mehreren Stationen, bei denen die Besucher selbst aktiv werden können
- Abenteuerwege: z.B. Kletterwege als Alternative zu Wanderwegen
- Abenteuerspielplätze: mit (partieller) Betreuung
- Lebende Werkstätten: darunter zu verstehen sind „temporäre Aktionen“, die nur zu gewissen Zeiten – beispielsweise in den Ferien – angeboten werden

Sommerprogramm: Die Autoren der Machbarkeitsstudie empfehlen, im Rahmen eines Programmheftes – dem Naturparksommerprogramm – verschiedene Aktivitäten für Gäste aber auch die einheimische Bevölkerung zu gestalten. Die Präsentation des neuen Programms kann sowohl als interne als auch externe PR-Aktion dienen. In den Naturparken Grebenzen (Steiermark) und Kaunergrat (Tirol) werden derartige Sommerprogramme gut angenommen. Beispiele für einzelne Programmpunkte sind naturkundliche Exkursionen, Veranstaltungen auf Bauernhöfen, Kultur- oder Bildungsveranstaltungen. Im Projektideenpool sind bereits einige mögliche Angebote aufgezeigt. Der Naturpark Obst-Hügel-Land veranstaltet im Jahr 2007 zwei Mostkosten, eine Kirschblütenwanderung und ein Apfelblütenfest (vgl. SILBER, 2007). Damit ist das Programm im Frühjahr bereits relativ dicht, weshalb das Hauptaugenmerk für zukünftige Veranstaltungen auf den Herbst gerichtet sein sollte (vgl. SILBER, 2007).

Weiterbildung und Qualifizierung: als Beispiel kann die Ausbildung zum Mostsommelier genannt werden, die vom LFI Oberösterreich angeboten wird.

B) EMPIRISCHER TEIL

7 Darstellung des Untersuchungsdesigns

Der empirische Teil der vorliegenden Arbeit befasst sich mit der Recherche von internationalen ausflugs- und bildungstouristischen Angeboten, die sich für den Naturpark Obst-Hügel-Land adaptieren ließen. Dieses Kapitel zeigt die Vorgangsweise der empirischen Analyse.

In der Literatur, im Internet und anderen Medien wird in Anlehnung an den Projektideenpool der für den Naturpark durchgeführten Machbarkeitsstudie (siehe Kapitel 6.9.2) eine Reihe von bereits bestehenden Projekten im In- und Ausland recherchiert, die bestimmten Auswahlkriterien entsprechen und sich auf den Naturpark übertragen lassen.

Auswahlkriterien (Kapitel 8.1): Die recherchierten ausflugs- und bildungstouristischen Angebote müssen bestimmte Kriterien erfüllen, um in die nähere Auswahl für die weitere Vorgehensweise zu gelangen. Diese Kriterien werden in Abstimmung mit dem Geschäftsführer des Naturparks Herrn DI Rainer Silber definiert.

Auswahl (Kapitel 8.2): Aus einer zusammengestellten Liste mit Projekten – die den Auswahlkriterien entsprechen – und kurzen Projektbeschreibungen werden gemeinsam mit dem Geschäftsführer des Naturparks Obst-Hügel-Land 13 Angebote ausgewählt, die am ehesten den Voraussetzungen im Naturpark entsprechen und/oder besonders interessant sind.

Befragung der jeweiligen Entscheidungsträger (Kapitel 9): Zu den ausgewählten Angeboten werden mit den jeweiligen Projektverantwortlichen Experteninterviews durchgeführt. Diese Interviews tragen Information über die einzelnen ausflugs- und bildungstouristischen Angebote zusammen.

Beschreibung der ausgewählten Angebote (Kapitel 10): Dieses Kapitel stellt die ausgewählten Projekte anhand der erhobenen Informationen aus den Interviews vor.

Bewertung mittels Indizes (Kapitel 11): Um die erhobenen ausflugs- und bildungstouristischen Angebote vergleichen zu können, werden sie anhand von neun Indikatoren bewertet. Je drei Indikatoren messen die ökologische, die ökonomische und die soziale Nachhaltigkeit der untersuchten Projekte.

Erstellung eines Portfolios für den Naturpark Obst-Hügel-Land (Kapitel 12): Nach der Bewertung werden die jeweiligen Projekte in einer Portfolio-Analyse graphisch verglichen.

Focus Groups (Kapitel 13): Die untersuchten Ausflugs- und Bildungsangebote und das Ergebnis der Portfolio-Analyse werden VertreterInnen des Naturparks Obst-Hügel-Land vorgelegt und diskutiert. Die Methode dazu sind die so genannten „Focus Groups“, die eine Form der Gruppendiskussion darstellen. Unterschiedliche VertreterInnen des Naturparks nehmen an den Focus Groups teil. Der Geschäftsführer des Naturparks ist an der Bildung der Gruppen und schließlich auch in den Focus Groups beteiligt. Die Teilnehmenden der Focus Groups diskutieren die einzelnen erhobenen Angebote und das Portfolio. Dabei soll besonders die Übertragbarkeit auf den Naturpark Obst-Hügel-Land im Mittelpunkt stehen. Die Darstellung im Portfolio bildet einen Gesprächspunkt. In den Focus Groups soll auch Aufbruchstimmung geweckt werden, die EntscheidungsträgerInnen zu ersten Umsetzungsschritten für eine oder mehre Ideen motivieren könnte.

Übertragbarkeit (Kapitel 13.5.3): Dieses Kapitel zeigt, in wie weit sich die erhobenen ausflugs- und bildungstouristischen Angebote aus dem In- und Ausland auf den Naturpark Obst-Hügel-Land übertragen lassen, mögliche negative Effekte, erste Umsetzungsschritte sowie mögliche Akzeptanzprobleme.

8 Erhebung von ausflugs- und bildungstouristischen Angeboten

Das viel zitierte Rad muss nicht in jeder Region neu erfunden werden (vgl. MOSE und WEIXLBAUMER, 2002). Gemäß dieser Aussage werden im Zuge der Diplomarbeit Angebote des Ausflugs- und Bildungstourismus recherchiert, die sich auf den Naturpark Obst-Hügel-Land adaptieren lassen. Nach MOSE und WEIXLBAUMER (2002) werden gute Ideen in der Regel noch besser, wenn mehrere davon profitieren können, wobei geistiges Eigentum weder geraubt noch verletzt werden darf. Es geht demzufolge nicht um die Übernahme von Patentrezepten, sondern darum, aufbauend auf Erfahrungen anderer Regionen Denkanstöße zu geben und mögliche Wege aufzuzeigen. Vor diesem Hintergrund erfolgt die Recherche zu ausflugs- und bildungstouristischen Angeboten, die sich im Naturpark Obst-Hügel-Land umsetzen und adaptieren ließen.

8.1 Kriterien für die Auswahl der Referenzprojekte und -gebiete

Da es in qualitativen Untersuchungen um für die Fragestellung typische Fälle geht und nicht um eine große Zahl von Fällen, werden die befragten Personen normalerweise nicht zufällig, sondern nach theoretischen Überlegungen der Forscherin bzw. des Forschers ausgewählt (vgl. LAMNEK, 2005, 193). Dazu ist zu klären, welche Personengruppen bzw. Projekte überhaupt als Interviewpartner geeignet erscheinen. Es kommen grundsätzlich nur Personen in Frage, in deren subjektiven Erleben der interessierende Sachverhalt repräsentiert ist. Zudem sind die inhaltlichen und projektbezogenen Kriterien festzulegen, anhand derer die Auswahl von Referenzprojekten für die vorliegende Arbeit getroffen werden soll. Die Kriterien im Sinne des Entscheidungsprozesses sind Merkmale vergleichbarer Sachverhalte, die eine Bewertung dieser Sachverhalte erlauben (vgl. GÄFGEN, 1974, 110ff).

Die Kriterienfestsetzung geschieht in Abstimmung mit dem Naturpark Obst-Hügel-Land. Die recherchierten ausflugs- und bildungstouristischen Angebote sollen folgende Kriterien erfüllen (vgl. auch Abbildung 9):

- Ein ausflugs- und/oder bildungstouristisches Angebot darstellen
- Sich mit Obst und/oder den daraus erzeugten Produkten beschäftigen (die Priorität liegt auf Streuobst)

- Die regionale Wertschöpfung in der Wirtschaft (Landwirtschaft, Gastronomie, usw.) stabilisieren oder erhöhen (eine zusätzliche Einkommensmöglichkeit bilden)
- Kontaktadresse und Informationen im Internet ersichtlich

Darüber steht das Paradigma der Nachhaltigkeit. Die Ausflugs- und Bildungsangebote, die diesen Kriterien entsprechen, können (müssen aber nicht) aus Naturparken stammen. Diese Arbeit bezieht auch andere Schutzgebiete (Nationalparke und Biosphärenreservate) oder Regionen (beispielsweise die Moststraße im Mostviertel oder die Apfelstraße in der Steiermark) mit ein.

Die Suche nach den ausflugs- und bildungstouristischen Angeboten, die die oben genannten Kriterien erfüllen, erfolgt großteils über das Internet, wobei die ausgewählten Projekte Angebote in Europa darstellen. Neben Recherchen zu österreichischen Angeboten werden auch internationale Erfahrungen aus Deutschland – besonders Bayern und Baden-Württemberg – Schweiz, Italien, eventuell Slowenien eingebunden. Die Recherche zu ausflugs- und bildungstouristischen Angeboten orientiert sich auch am Projektideenpool[22], der im Rahmen der Feasibility-Studie aus dem Jahr 2005 von Seiten der ÖAR-Regionalberatung GmbH im Naturpark Obst-Hügel-Land erhoben wurde.

[22] Siehe Kapitel 6.9.2

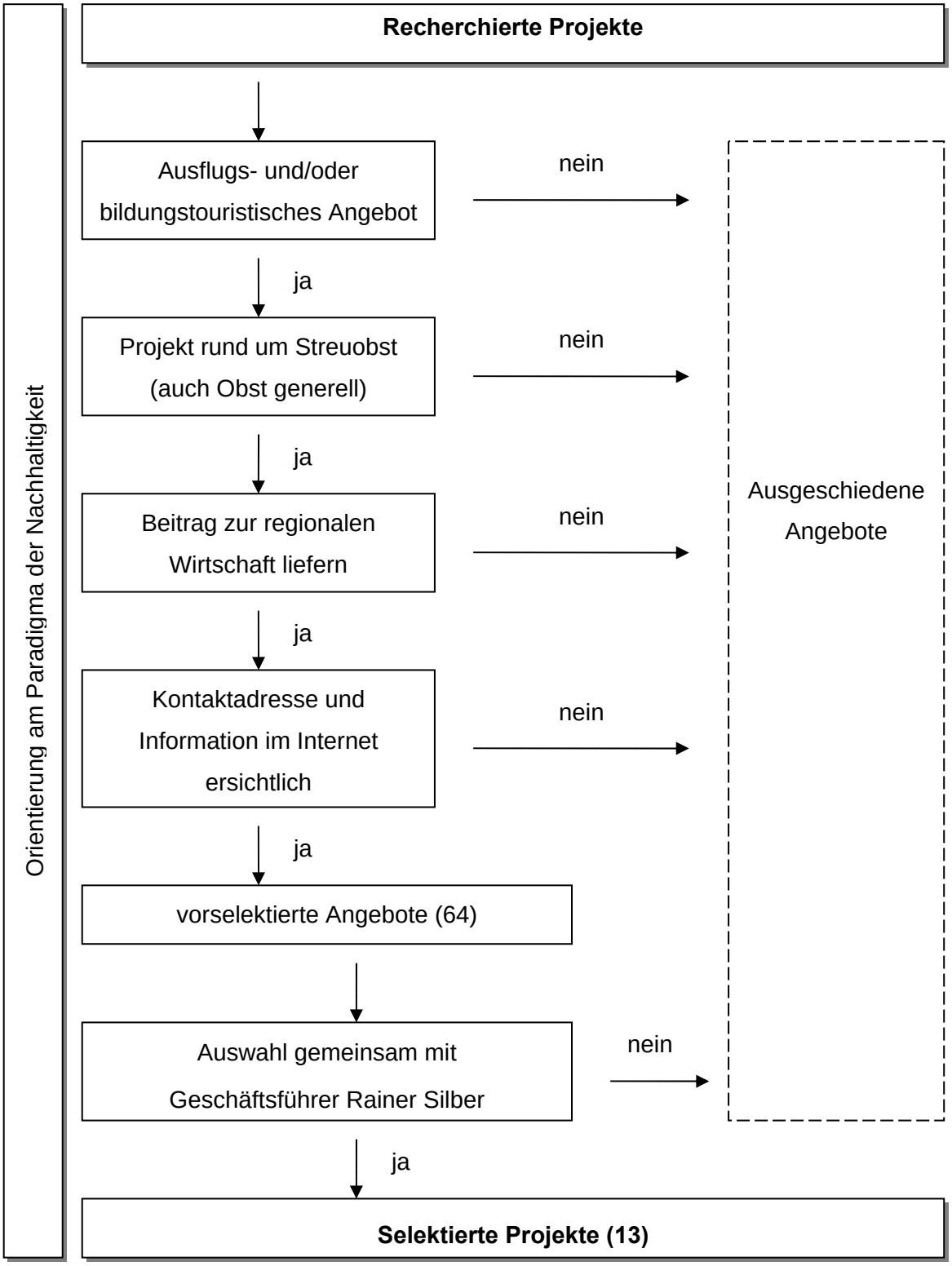


Abbildung 9: Auswahlverfahren von ausflugs- und bildungstouristischen Angeboten

Quelle: eigene Darstellung

8.2 Ausgewählte Projekte

Die Auswahl der Projekte erfolgte gemeinsam mit dem Geschäftsführer des Naturparks, Herrn Rainer Silber am 19. Jänner 2007. Im Zuge der Projektrecherche stellte sich heraus, dass viele Streuobstlehrpfade im In- und Ausland bestehen. Da der Naturpark bereits über einen solchen verfügt, sollen diese Angebote nicht näher beleuchtet werden. Dasselbe gilt für Rad- und Reitwege. Anhang Seite A4 enthält eine Liste aller recherchierten Projekte (64) samt Internetquelle und einer Zuteilung entsprechend der Projektinhalte. Aus dieser Auflistung fiel die Wahl auf folgende näher zu betrachtende ausflugs- und bildungstouristische Angebote:

Deutschland

- Schulprogramm und Kinderführungen Comnatura (siehe Kapitel 10.1)
- Streuobsterlebnisweg Markt Herrnsheim (siehe Kapitel 10.2)
- Kunst-Pfad (siehe Kapitel 10.3)
- Apfelmatsch (siehe Kapitel 10.4)
- Vier Obstsortengärten Deggenhausertal (siehe Kapitel 10.5)
- Kinder entdecken eine Kulturlandschaft: Streuobstwiese (siehe Kapitel 10.6)
- Rhöner Schau-Kelterei: Apfelwein-Seminar (siehe Kapitel 10.7)
- Streuobstmuseum Bruchsal (siehe Kapitel 10.8)

Österreich

- Mostbaron: Dr. honoris Mosticus (siehe Kapitel 10.9)
- Mostbirnhaus in Ardagger (siehe Kapitel 10.10)
- St. Georgener Apfelfest (siehe Kapitel 10.11)

Schweiz

- Mostgalerie am Bodensee (siehe Kapitel 10.12)

Italien

- Sunnseitn Apfelwoche (siehe Kapitel 10.13)

8.3 Auswahl von projektverantwortlichen Auskunftspersonen für die Experteninterviews

Die Auswahl der Projekte in der vorliegenden Diplomarbeit erfolgt nach dem in Kapitel 8.1 beschriebenen Verfahren. Jene Personen werden kontaktiert, die in der Beschreibung des Angebots im Internet als verantwortliche AnsprechpartnerInnen aufscheinen. Anhang A 1 enthält eine Auflistung der Projektverantwortlichen und der Kontaktadressen.

9 Experteninterviews der projektverantwortlichen Auskunftspersonen

9.1 Anwendung der Experteninterviews

Die Durchführung von Experteninterviews im Rahmen der Diplomarbeit dient – neben der Internetrecherche – der zusätzlichen Informationsbeschaffung zu den einzelnen ausflugs- und bildungstouristischen Angeboten. Diese informatorischen Interviews stellen eine Form des ermittelnden Interviews dar. Bei den ermittelnden Interviews ist der Informationsfluss zwischen Interviewer und Befragtem einseitig vom Befragten auf den Interviewer gerichtet, der bestimmte Informationen erheben möchte (vgl. LAMNEK, 2005, 333). Das informatorische Interview dient der deskriptiven Erfassung von Tatsachen aus den Wissensbeständen der Befragten. In dieser Form des Interviews werden die Befragten als ExperteInnen verstanden, deren Fachwissen gefragt ist. Die Befragten sind Informationslieferanten für Sachverhalte, die den Forscher oder die Forscherin interessieren.

Experteninterviews zählen aufgrund der kleinen Zahl der Befragten und der Offenheit der Fragen zu den qualitativen Methoden der Datenerhebung (vgl. MIEG und NÄF, 2006, 6). In einem Experteninterview werden normalerweise Experten Fragen vorgelegt, auf die sie in freier Rede in selbst gewählter (Fach-)Terminologie antworten können (vgl. MIEG und NÄF, 2006, 6). Als Experte kann jemand definiert werden, der aufgrund langjähriger Erfahrung über bereichsspezifisches Wissen/Können verfügt (vgl. MIEG und NÄF, 2006, 10). Experteninterviews sind auf die Generierung bereichsspezifischer und objekttheoretischer Aussagen angelegt (vgl. MEUSER und NAGEL, 2006, 82).

Zu den ausgewählten Angeboten wurden mit den jeweiligen Projektverantwortlichen Experteninterviews durchgeführt. Dabei werden zu den jeweiligen Angeboten deren ökologische, ökonomische und soziale Wirkungszusammenhänge erhoben. Sofern bestimmte Informationen zu den einzelnen Angebotsumsetzungen aus dem Internet und Foldern oder Broschüren zur Verfügung standen, brauchten diese Daten nicht extra in den Interviews erfragt werden.

9.2 Durchführung der Experteninterviews

Zur Beschreibung der einzelnen ausflugs- und bildungstouristischen Angebote sind nähere Auskünfte der projektverantwortlichen Personen notwendig. Die Befragung dient der Informationsgenerierung und der Erhebung jener Daten, die für die Indikatorbewertung im Rahmen der Portfolio-Analyse nötig sind. Nach einer telefonischen Kontaktaufnahme, die kurz den Zweck der Befragung erläuterte, wurden die Experteninterviews schriftlich via E-Mail durchgeführt (vgl. Übersicht 12). Die projektverantwortlichen Personen sendeten den ausgefüllten Fragebogen retour. Die Form der schriftlichen Befragung erschien angebracht, da sich die Untersuchung mit der Erhebung geographisch weit gestreuter Projekte beschäftigt. Die Experteninterviews fanden in der Zeit von 1. bis 14. März 2007 statt. Jene 13 Projektverantwortlichen wurden kontaktiert, die anhand der Auswahlkriterien ausgesucht wurden.

Übersicht 12: E-Mail an die projektverantwortlichen Personen

Information zum Projekt „_____“

Sehr geehrte Damen und Herren,

In meinem Studium der Agrarökonomik an der Universität für Bodenkultur in Wien habe ich mich auf Regionalentwicklung spezialisiert. Derzeit schreibe ich an meiner Diplomarbeit zum Thema „Ausflugs- und bildungstouristische Angebote als Beitrag zu einer integrierten nachhaltigen Regionalentwicklung“ und führe hierzu Experteninterviews in Österreich, Deutschland, Italien und in der Schweiz durch. Das zentrale Ziel der Diplomarbeit liegt in der Erhebung ausflugs- und bildungstouristischer Angebote, rund um das Thema Streuobst. Die erhobenen Projekte werde ich in einem Portfolio darstellen und nach ihrer ökologischen, ökonomischen und sozialen Wirkung vergleichen.

Während meiner Internetrecherche stieß ich unter anderem auf Ihr Projekt „_____“ (Quelle: www.____). Da ich Ihr Projekt in meiner Diplomarbeit gerne beschreiben würde, bitte ich Sie, Ihr Angebot anhand des Fragebogens kurz vorzustellen. Wenn es Ihnen möglich ist, retournieren Sie bitte den ausgefüllten Fragebogen per Mail bis 12. März 2007.

Falls Sie sich für die Ergebnisse meiner Untersuchung interessieren, werde ich Ihnen gerne eine Zusammenfassung zuschicken.

Herzlichen Dank im Voraus!

Mit freundlichen Grüßen

9.2.1 Pretest

Der Geschäftsführer des Naturparks Obst-Hügel-Land führte einen Test des Fragebogens durch, wobei er den Fragebogen auf Verständlichkeit, reibungslosen Untersuchungsablauf und inhaltliche Gültigkeit prüfte. Der Pretest und die daraus abgeleiteten Verbesserungsmaßnahmen konnten wesentlich zur Konkretisierung und Optimierung des Fragebogens beitragen.

9.2.2 Fragebogen

Der Fragebogen[23] wird in einem Word-Dokument als Formular erstellt, indem die projektverantwortlichen Personen lediglich die jeweiligen Antwortfelder bearbeiten können. Neben der einfacheren und schnelleren Beantwortung der Fragen lässt sich dadurch sicherstellen, dass alle beantworteten Fragebögen den gleichen Umfang aufweisen. Das Formular umfasst vier Seiten mit insgesamt 18 Hauptfragen.

Am Anfang gibt der Fragebogen den befragten Personen generelle Instruktionen zur Beantwortung der Fragen. So sind etwa die für die Portfolio-Analyse notwendigen Fragen fett gedruckt, und bedürfen einer besonders sorgfältigen Beantwortung. Der Fragebogen untergliedert sich generell in einen Teil mit Angaben zur befragten Person und den Frageblock. Der Frageblock beginnt mit einem allgemeinen Teil, in dem Name des Projektes, Zeit des Bestehens, eine kurze Beschreibung, Ziele sowie die Zielgruppe erhoben werden.

Soweit Informationen zum allgemeinen Teil aus Projektbeschreibungen über das Internet oder sonstige Quellen ersichtlich sind, werden sie vorab in die jeweiligen Felder eingetragen. Der Vorteil dieser Vorgehensweise liegt in der kürzeren Dauer der Beantwortung, und gibt den Befragten gleichzeitig die Möglichkeit, die vorgegebenen Antworten zu korrigieren oder zu ergänzen. Die Fragen die der Erhebung der Daten für die Portfolio-Analyse dienen, unterteilen sich in ökologische, ökonomische und soziale Aspekte des Projekts. Die Formulierung der Fragen ist so gewählt, dass sich aus den Antworten die Werte für die unterschiedlichen Indikatoren ableiten lassen[24]. Zur Erhebung der notwendigen Daten zu den jeweiligen Indikatoren beinhaltet der Fragebogen je zwei Fragen pro Indikator – eine qualitative und eine qualitative Frage. Ergänzende Fragen am Ende runden den Fragebogen ab: Die Einzigartigkeit des jeweiligen Projekts sowie eventuelle Verbesserungsmöglichkeiten sollen ebenso erhoben werden wie unerwünschte Folgeeffekte in der Region. Den Abschluss bildet die Frage nach der Übertragbarkeit des Projekts auf andere Regionen, zu der die Experten ihre Einschätzung geben können, ob das Angebot beispielsweise auf dem Wesen besonderer Personen aufbaut bzw. auf einzigartigen Gegebenheiten in der Landschaft basiert oder aber auch woanders funktionieren und erfolgreich sein könnte.

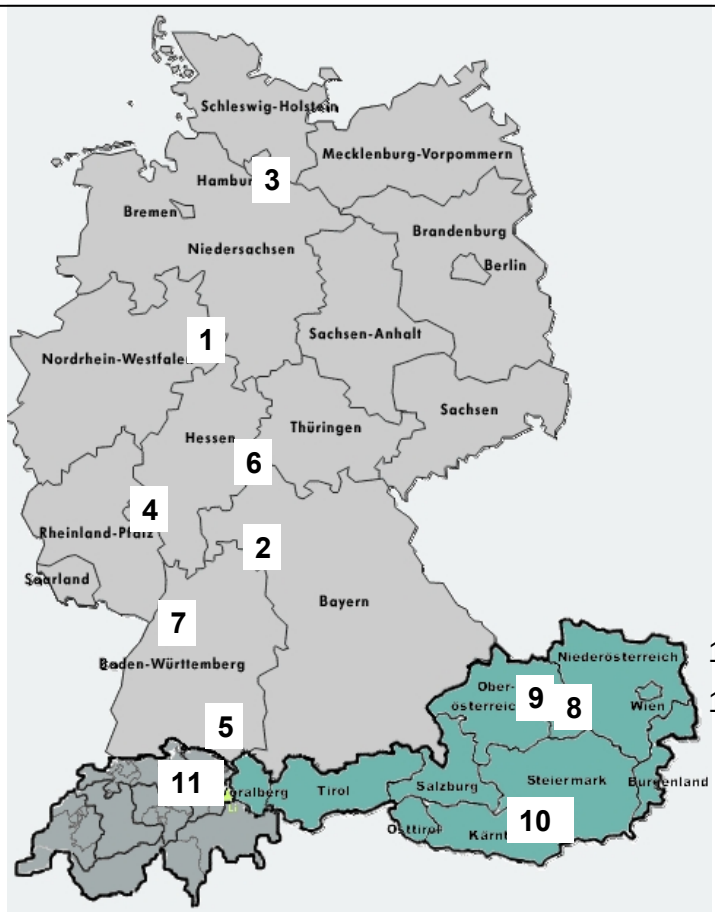
---

[23] Siehe Anhang Seite A 8

[24] Kapitel 11 erläutert die verwendeten Indikatoren, anhand derer drei Indizes gebildet werden. Die Indizes fließen anschließend in die Portfolio-Analyse ein.

10 Projektbeschreibungen anhand der Experteninterviews

Dieses Kapitel stellt die 11 erhobenen Projekte rund um Ausflugs- und Bildungstourismus vor, zu denen auch auswertbare Fragebögen retourniert wurden. Die Beschreibungen stammen zum Teil von den Homepages der jeweiligen Projekte. Die überwiegende Information konnte jedoch durch die schriftliche Befragung gesammelt werden. Die Darstellung jedes Projektes enthält eine Kurzbeschreibung und die jeweilige Zielsetzung sowie weitere Einblicke in die touristischen Angebote. Abbildung 10 bietet einen Überblick über die geografische Lage der untersuchten Projekte. Genauere Angeben zu den Adressen sind dem Anhang (Seite A1) zu entnehmen. Weiters finden sich dort für jedes Projekt eine Übersicht, in der neben der zuständigen Organisation und URL die projektverantwortliche Auskunftsperson aufscheint.



1 ComNatura
2 Streuobst Erlebnisweg
3 Kunst-Pfad
4 Apfelmatsch
5 Obstsortengärten
6 Rhöner Schau-Kelterei
7 Streuobstmuseum Bruchsal
8 Mostbaron
9 MostBirnHaus
10 St. Georgener Apfelfest
11 Mostgalerie am Bodensee

Abbildung 10: Geografische Verteilung der erhobenen Projekte

Quelle: eigene Darstellung

10.1 Schulprogramm und Kinderführungen von ComNatura

Kurzbeschreibung

ComNatura ist ein kleines Umweltbildungsunternehmen in Höxter (Deutschland), das Kinder und Erwachsene für die Natur begeistern und sie im täglichen Leben zu einem sensiblen Umgang mit der Umwelt bewegen möchte. Seit vier Jahren bietet ComNatura Seminare, Vorträge, Aktionen für Schulklassen und die Veranstaltung von Kindergeburtstagen zu verschiedenen naturkundlichen Themen an. Das Unternehmen wird von der Biologischen Station Lippe e.V., dem NABU Kreis Höxter, dem NABU Kreis Holzminden und der Landschaftsstation im Kreis Höxter unterstützt. Für die Aktionen kommen die MitarbeiterInnen in die Vereinsräume, Schulen oder zu Familien nach Hause. Die Veranstaltungen können aber auch in der Biologischen Station Lippe e. V. in Schieder-Schwalenberg, im NEST des NABU Holzminden oder im eigenen Veranstaltungsraum "Tonis Schule" stattfinden. Dieser Raum bietet seinen Gästen diverse Möglichkeiten zum Forschen, Basteln und Entdecken. Hierhin können Schulen und Kindergärten Ausflüge machen. Der Aktionsradius des Unternehmens umfasst alle Orte, die in einer 3/4 Stunde von Höxter aus zu erreichen sind. Das Unternehmen veranstaltet weiters Vorträge und Seminare zu unterschiedlichen naturkundlichen Themen.

ComNatura bietet folgende Veranstaltungen rund um das Thema Streuobst an:

- „Apfelsaft pressen“: Um den SchülerInnen den Wert von Streuobstwiesen zu vermitteln, besucht das Team von ComNatura mit der Schulklasse zusammen eine Streuobstwiese und informiert über die Flora und Fauna dieses Lebensraumes. Wenn möglich sammeln die Kinder Äpfel. Anschließend werden die Äpfel in der Klasse mittels einer kleinen transportablen Obstpresse zu Saft verarbeitet. Diese Veranstaltung findet zur Apfelernte statt.

- „Streuobstwiese“: Hierbei besuchen die TeilnehmerInnen eine Streuobstwiese und erkunden die Besonderheiten und den Artenreichtum, den das Biotop bietet. Der Aktionszeitraum reicht von April bis Oktober. Die Inhalte werden an das Alter der Gruppe individuell angepasst.

- „Opas Äpfel schmecken besser“: Diese Veranstaltung beschäftigt sich mit den Unterschieden verschiedener Herstellungs- und Anbauweisen, Transportwegen und den Vorteilen regionaler Nahrungsmittel. ComNatura bietet diese Veranstaltung ganzjährig an.

Zielgruppe

Die Umweltbildungsangebote von ComNatura nützen zu 90% Einheimische und zu 10% Touristen und Ausflugsgäste, was sich aufgrund der Zielgruppe (Kindergärten, Schulklassen) ergibt. Das überwiegende Einzugsgebiet sind die Kreise Höxter und Lippe. Alle BesucherInnen bzw. TeilnehmerInnen gelangen mit öffentlichen Verkehrsmitteln, zu Fuß oder mit dem Fahrrad zum Veranstaltungsort. Die MitarbeiterInnen des Unternehmens fahren auch zur Zielgruppe, deshalb sind für die Teilnehmenden keine Anfahrtswege notwendig.

Beitrag zum Erhalt der Streuobstbestände

Das Angebot der Veranstaltungen trägt insofern zur Erhaltung der Streuobstbestände bei, als im Rahmen des Angebots die Bevölkerung hinsichtlich der wichtigen ökologischen Bedeutung von Streuobstwiesen aufgeklärt wird. Durch das Angebot kommt es aber direkt zu keinen zusätzlichen Auspflanzungen von Obstbäumen.

Umweltbildungsaspekte

Da es sich bei dem Angebot um Bildungsveranstaltungen handelt, gibt die projektverantwortliche Auskunftsperson auch an, dass der Schwerpunkt in der Bildung liegt. Trotzdem fließt ein gewisser Unterhaltungsfaktor mit ein. Neben der Zielgruppe profitieren Gruppen und Vereine, die sich um den Erhalt der Streuobstwiesen bemühen, vom Bildungsangebot, da diese eine Stärkung durch die Aufklärung der Teilnehmenden erfahren.

Wertschöpfungseffekte

Das Angebot von ComNatura trägt eher in geringem Ausmaß zur Steigerung des Absatzes lokaler Produkte und Dienstleistungen bei. Es konnten jedoch zusätzliche Arbeitsplätze für die Bevölkerung im Rahmen der Umweltbildung geschaffen werden. Da das Unternehmen außer den Streuobstaktionen Bildungsangebote mit anderen Themen (etwa zu Trinkwasser, Wildkräuterküche, Kreatives Recycling) durchführt, ist es schwierig, eine Quantifizierung der Arbeitsplätze, die aufgrund der streuobstspezifischen Angebote entstanden, vorzunehmen. Zur Frage der Arbeitsplätze stehen deshalb keine Angaben zur Verfügung.

Finanzierung

Die Umweltbildungsangebote werden zu 100% durch Eigenmittel finanziert und sind somit von Fördergeldern unabhängig. Eine Veranstaltung für Kindergartengruppen dauert rund zweieinhalb Stunden und kostet € 50,-. Veranstaltungen für Grundschulen und Höhere Schulen sind auf etwa drei Stunden ausgerichtet und kosten € 3,- pro

Schüler. Die Kosten für die Anfahrt kommen hinzu, und belaufen sich auf 30 Cent pro Kilometer (einfache Fahrt).

Partizipation

Etwa fünf Personen aus der lokalen Bevölkerung sind in Planung, Durchführung und Evaluation des Projektes eingebunden. Die Besucher- und Teilnehmerzahlen stiegen im Laufe der vier Jahre seit Bestehen des Angebotes von etwa 120 Personen auf 160 Personen pro Jahr.

Übertragbarkeit

Die Auskunftsperson gab an, ähnliche Projekte in anderen Regionen zu kennen. Im Unterschied zu anderen Anbietern wie etwa Biologische Stationen bietet ComNatura mehr Umweltbildung an. Andere Einrichtungen befassen sich hingegen verstärkt mit der Pflege und Entwicklung des Naturraumes. ComNatura streicht die Besonderheit des Angebotes durch Werbung in Zeitungen, Rundbriefen und Infoständen hervor und macht sie einem breiteren Publikum zugänglich. Zur Frage der Übertragbarkeit ist festzuhalten, dass sich das Umweltbildungsprogramm rund um Streuobst prinzipiell auch auf andere Regionen übertragen lässt. Jeder der eine mobile Obstpresse zur Verfügung hat, Grundkenntnisse in Ökologie und Naturschutz aufweist und sich im Umgang mit Kindern und Jugendlichen versteht, könnte das Projekt adaptieren.

10.2 Streuobst Erlebnisweg Markt Herrnsheim

Kurzbeschreibung

Auf Anregung der Markt Herrnsheimer BürgerInnen (Deutschland), den vorhandenen Streuobstgürtel aufzuwerten und auf diesem Wege zu erhalten, entstand die Idee zu einem Lehrpfad, der seit September 2004 besteht. Der Weg führt durch die Streuobstanlagen um den Ort Markt Herrnsheim. Er ist ca. 2 km lang und gut begehbar. Die BesucherInnen haben die Möglichkeit, Themen rund um Streuobst spielerisch zu erproben und dadurch zu erlernen. Der Weg ist in sechs Aktionsplätze unterteilt.

Diese sechs Stationen orientieren sich an folgendem System:

- Ankommen
- Ansprechen des ästhetischen Empfindens
- Emotionale Begeisterung wecken
- Bewusste und unbewusste Sensibilisierung der Sinne

- Aktive und interaktive Wissensvermittlung
- Information über den Lebensraum Streuobst

Der erste Aktionsplatz stellt kleine Dinge vergrößert dar. Hier befindet sich ein Riesen-Spinnennetz, ein Inforad in Apfelform „Wer wohnt denn da?“ und eine Spielwiese. Bei der ersten Station sind Parkmöglichkeiten vorhanden. Ein Fernrohr am Aktionsplatz zwei („Ausblicke und Einblicke“) bietet den BesucherInnen die Möglichkeit zum Entdecken von Vogelattrappen, die in den Bäumen versteckt sind. Von hier aus ist auch ein Rundblick auf die umliegenden Berge möglich. Beim Ecoboard an der dritten Station gibt es auf Knopfdruck Tierstimmen zu hören. Aufklappbare Baumstämme bieten den BesucherInnen Einblick in die Umgebung von Spechten und Insekten. Ein Spielturm steht den Kindern zur Verfügung. An dieser Station befindet sich auch ein Inforad zum Thema „Wann schmeckt der Apfel richtig lecker?“. Am vierten Aktionsplatz sind verschiedene Obstsorten neu angepflanzt. Hier erfährt der Gast Historisches zum Obstanbau und Wissenswertes über alte Obstsorten. „Wasser“ ist das Thema der fünften Station, wo die Kinder am Bach spielen und durch Plexiglasrohre entdecken können, was am Grund lebt. Aktionsplatz sechs „Natur spüren“ beschäftigt sich mit den Sinnen. Die BesucherInnen können am Duftkasten riechen, im Tastbaum fühlen und Märchen hören. Neben einem Lehrbienenstand befindet sich an dieser Station ein Inforad zum Thema „Was kann man denn aus Obst machen?“. Bei den Stationen eins, drei und sechs befinden sich Rastplätze. Der Streuobst Erlebnisweg kann ohne Führung besucht werden. Auf Anfrage bietet die Gästeinformation Willanzheim Führungen und Schulungen zum Thema Streuobst an.

Zielgruppe

Das Projektziel ist, alle Interessierten für das umfangreiche Themenfeld Streuobst zu sensibilisieren. Der Erlebnisweg richtet sich besonders an Kinder, Schulklassen und Familien. Die Wahrnehmung mit allen Sinnen steht dabei im Mittelpunkt des didaktischen Konzeptes. Etwa 80% der BesucherInnen des Streuobst Erlebnisweges Markt Herrnsheim sind Touristen und Ausflugsgäste, die überwiegend aus dem Landkreis Kitzingen und aus Würzburg stammen. Die Besucherzahlen lassen sich nur schätzen, da es keinerlei Kontrollmöglichkeiten gibt. Gegenüber dem Projektbeginn (2004) stiegen die Besucherzahlen von etwa 1.000 auf 2.000 Personen im Jahr 2006. Der deutlich überwiegende Teil der BesucherInnen reist mit dem eigenen Auto an (etwa 90%), 10% wählen öffentliche Verkehrsmittel, das Fahrrad oder kommen zu Fuß. Im Rahmen des Projekts setzten die Projektverantwortlichen keine Schritte, um den Anteil des motorisierten Individualverkehrs zu reduzieren.

Beitrag zum Erhalt der Streuobstbestände

Der Streuobst Erlebnisweg Markt Herrnsheim trägt insofern zur Sicherung der Streuobstbestände bei, als das Thema kommuniziert wird. Laut Aussage des Interviewpartners kommt es zu einer Inwertsetzung der Streuobstbestände durch das öffentliche Interesse und die Berichterstattung in der Presse. In Folge pflegen die Besitzer die Bäume mehr. Die Zahl der neu ausgepflanzten Obstbäume steigt jedoch nicht merklich.

Umweltbildungsaspekte

Im Projekt überwiegt die Bedeutung von Bildung (60%) gegenüber der Unterhaltung (40%). Der Umweltbildungscharakter des Streuobstweges liegt in der Veranschaulichung komplizierter Zusammenhänge im Lebensraum Obstwiese. Indem speziell Kinder angesprochen werden, erfolgt eine frühe Sensibilisierung für Zusammenhänge und Vorgänge in der Natur.

Wertschöpfungseffekte

Die Auskunftsperson des Streuobstweges gab an, dass der Weg in geringem Umfang zur Steigerung des Absatzes lokaler Produkte und Dienstleistungen in Landwirtschaft, Handel und Gastronomie und in starkem Umfang im produzierenden Gewerbe beiträgt. Im Rahmen des Streuobstweges wurden keine neuen Arbeitsplätze für die lokale Bevölkerung geschaffen, da rund 20 Ehrenamtliche den Weg betreuen. Da Ortsansässige den Erlebnisweg ehrenamtlich pflegen, steige die Wertschätzung für Streuobst erheblich.

Finanzierung

Der Weg wird zu etwa 60% vom Gesamtbudget durch Fördermittel finanziert. Genauere Angaben zur Finanzierung stehen nicht zur Verfügung.

Partizipation

15 Personen sind in das Projekt involviert, sowohl in der Auftaktphase (Bildung eines Arbeitskreises für die Projekterstellung und Besichtigung vergleichbarer Projekte), in der Umsetzungsphase (Mithilfe beim Aufbau) als auch in der Evaluierung (durch regelmäßige Treffen des Arbeitskreises).

Übertragbarkeit

Verbesserungspotential liegt in der Steigerung des Aktionsangebotes, was jedoch personell aufwändig wäre. Im Zuge des Projektes kam es zu keinen unerwünschten Effekten in der Region. Positive Synergieeffekte gibt es jedoch mit einem Streuobstfest am Streuobstweg, das alle zwei Jahre stattfindet. Nach Angaben der

projektverantwortlichen Auskunftsperson lässt sich der Streuobst Erlebnisweg generell auch auf andere Regionen übertragen, die über Streuobstbestände verfügen.

10.3 Kunst-Pfad

Kurzbeschreibung

Der BUND-Landesverband Hamburg organisiert den Kunst-Pfad, der Bestandteil der Norddeutschen Apfeltage ist. Diese Veranstaltung findet im städtischen Umfeld statt. 16 norddeutsche KünstlerInnen inszenierten erstmals 2005 den Kunst-Pfad auf der Streuobstwiese des Hamburger Umweltzentrums. Jährlich wird ein Thema visualisiert. 2005 lautete das Motto „Zellkultur“, 2006 „Himmel und Erde“ und 2007 wird das Thema „Herbstzeitlos“ im Mittelpunkt stehen. Die gezeigten Bilder und Objekte integrieren, nutzen und/oder trennen die Struktur der alten Obstbäume und ermöglichen dadurch dem Betrachter neue Blickachsen und Sichtweisen. Die Zielsetzung des Projektes liegt in der Inszenierung des Zusammenspiels von Natur und Kunst auf dem Biotop Streuobstwiese. Durch Mitmachangebote werden die BesucherInnen einbezogen und so ein Teil des Ganzen.

Zielgruppe

Der Kunst-Pfad soll sowohl an der Natur als auch an der Kunst interessierte Menschen ansprechen. Der Kunst-Pfad bildet dabei das verbindende Element. So können auf dem Apfelfest auch Früchte gepresst und alte Sorten probiert werden. Das Gros der Besucher kommt aus der Stadt bzw. Region Hamburg, wobei etwa die eine Hälfte Einheimische, die andere Touristen und Ausflugsgäste sind. Im Jahr 2006 verzeichnete der Kunst-Pfad rund 5.000 bis 6.000 BesucherInnen. Da es sich um eine Outdoor-Veranstaltung handelt, wirken sich die Witterungsverhältnisse auf die Besucherzahlen aus. Die Hälfte der BesucherInnen reisen öffentlich, per Rad oder zu Fuß an. Um den Anteil des motorisierten Individualverkehrs an den Anreisemöglichkeiten zu reduzieren, wird bereits im Vorfeld auf den fehlenden Parkraum hingewiesen. Verkehrslenkung und Absperrungen sollen zusätzlich den Verkehr eindämmen.

Beitrag zum Erhalt der Streuobstbestände

Indem mehr Menschen über die Zusammenhänge in der Obstwiese erfahren, trägt das Projekt zur Sicherung der Streuobstbestände bei. Jeder Teilnehmende nimmt seine eigenen Eindrücke mit und wird sich später wieder daran erinnern. Schätzungen des Projektleiters der Norddeutschen Apfeltage zufolge kommt es jährlich zur Neupflanzung von rund 500 Obstbäumen.

Umweltbildungsaspekte

Die Apfeltage rund um den Kunst-Pfad setzten jährlich wechselnde Schwerpunkte. 2006 war der Schwerpunkt Regional + FAIR. Angesprochen waren während der Aktionswoche SchülerInnen und Jugendliche. Etwa 25 Schulklassen besuchten diese Aktion. Insgesamt lässt sich festhalten, dass es sich bei dem Kunst-Pfad zu etwa drei Viertel um ein Bildungs- und zu einem Viertel um ein Unterhaltungsangebot handelt.

Wertschöpfungseffekte

Vom Projekt profitieren unterschiedlichste Personengruppen und Sektoren. Dazu zählen Erzeuger und Direktvermarkterbetriebe, Wochenmarktbeschicker, Handwerk, Anbieter von Ferien auf dem Bauernhof, indem sie Regionales und Handwerkliches im Rahmen der Apfeltage präsentieren. So trägt das Projekt in starkem Ausmaß zur Steigerung des Absatzes lokaler Produkte und Dienstleistungen bei, besonders gilt dies für die Landwirtschaft und die Gartenberatung. In geringem Ausmaß trifft das für den Handel, Gastronomie und das alte Handwerk zu, während es zu keinen direkten Folgen im produzierenden Gewerbe kommt. Der Projektverantwortliche gab an, dass es jedoch durch den Kunst-Pfad zu keiner Schaffung von Arbeitsplätzen für die lokale Bevölkerung kommt.

Finanzierung

Der Kunst-Pfad wird zu rund 40% vom Gesamtbudget von Fördermitteln getragen, wobei das Budget jährlich neu einzuwerben ist. Das Budget untergliedert sich zu 15% in Eigenmittel, 40% stammen aus Stiftungsgeldern, 30% aus Sponsoring und der Rest von 15% wird durch Einnahmen und Erlöse aufgebracht.

Partizipation

Die lokale Bevölkerung ist in Form von Vorbereitungsgruppen und der Konzeption in die Planungsphase eingebunden. Die Bevölkerung beteiligt sich auch in der Umsetzungsphase. Etwa acht bis zehn Einheimische waren und sind in den genannten Phasen involviert.

Übertragbarkeit

Der Projektleiter kennt auch ähnliche Angebote in anderen Regionen. Im Hamburger Raum ist dies jedoch die einzige Veranstaltung in diesem umfassenden Rahmen. Durch die jährliche Schwerpunktsetzung soll die Einzigartigkeit des Angebotes bewusst hervor gestrichen werden. Optimierungspotential bestünde laut dem Projektverantwortlichen im Hinblick auf Ablauforganisation, Marketing und in der Angebotsgestaltung.

Grundsätzlich sei es denkbar, dass sich das Konzept „Kunst-Pfad“ auch auf den Naturpark Obst-Hügel-Land übertragen lässt.

10.4 Apfelmatsch

Kurzbeschreibung

„Apfelmatsch“ ist eine Arbeitsgruppe des BUND-Landesverbandes Hessen, und bietet seit Oktober 2000 Naturerlebnisveranstaltungen u.a. zu den Themen Lebensraum Streuobst, Wald, Wasser sowie weitere Erlebnisveranstaltungen an. Hierbei handelt es sich um Umweltpädagogik für Kinder und Jugendliche. Die Veranstaltungen dauern 2,5 - 3 Stunden und finden bei jeder Witterung statt. Alle Veranstaltungsorte liegen im Rheingau (Stephanshausen, Marienthal, Kloster Eberbach, Hattenheim, Rüdesheim). Die Veranstaltungen rund um Streuobst sind:

- „Apfelsaft selbst gemacht“: Die Kinder lernen eine Streuobstwiese sowie die dort lebenden Tiere kennen. Im Anschluss stellen die Teilnehmenden eigenen Apfelsaft her. Die Kinder nehmen etwas von ihrem Apfelsaft mit nach Hause.
- „Lebensraum Streuobst“: diese Veranstaltung eignet sich nur für Schulklassen. Drei aufeinander abgestimmte Veranstaltungen geben Einblick in das Leben auf der Streuobstwiese im Laufe eines Jahres. Im Frühjahr beschäftigt sich die Gruppe mit dem Aufbau der Apfelblüte. Im Sommer stehen die Insekten auf der Streuobstwiese am Programm, und im Herbst stellen die Kinder bei der Abschlussveranstaltung eigenen Apfelsaft her.

Die Grundidee hinter den Konzepten ist, dass die Kinder durch möglichst eigenständiges Handeln auf spielerische und erlebnisorientierte Weise Wissenswertes zu verschiedenen ökologischen Themenbereichen erfahren. Hierbei werden die unterschiedlichen Sinneswahrnehmungen etwa durch Tastspiele bewusst mit einbezogen.

Zielgruppe

Das Angebot richtet sich vorwiegend an Kindergartengruppen und Schulklassen (Klassen 1-6), ist aber auch für private Veranstaltungen wie z.B. Kindergeburtstage, Ferienfreizeiten oder ähnliches geeignet. Inhaltlich werden die jeweiligen Veranstaltungen auf die Altersstruktur der jeweiligen Gruppe abgestimmt. Die Teilnehmerzahlen an den diversen Veranstaltungen sind im Steigen begriffen.

Zu Projektbeginn (im Jahr 2000) nahmen etwa 150 Kinder an den Veranstaltungen teil und in der Projektmitte rund 250 Kinder. Für das Jahr 2006 liegen keine Angaben vor.

Der Anstieg der Teilnehmenden lässt sich auf die erweiterte Pressearbeit, Flyer und Telefon-Aktionen zurückführen, bei denen die Verantwortlichen von „Apfelmatsch“ die Schulen und Kindergärten von den Angeboten informierten. Da die Umweltpädagogen direkt in die Orte fahren in denen die einzelnen Veranstaltungen stattfinden, wird das Angebot zu 100% von Einheimischen genutzt. Diese Tatsache drückt sich im hohen Anteil von nicht motorisierten und öffentlichen Verkehr als Anreisemittel aus. So kommen 90% der Teilnehmenden mit öffentlichen Verkehrsmitteln, per Fahrrad oder zu Fuß. Der Anteil des motorisierten Individualverkehrs an genutzten Verkehrsmitteln ist somit relativ gering. Die Anfangs- und Endzeiten der Veranstaltungen werden gezielt den jeweiligen Fahrplanvorgaben angepasst, um eine gute Erreichbarkeit mit öffentlichen Verkehrsmitteln zu gewährleisten. Des Weiteren sind die Veranstaltungsorte bewusst so gewählt, dass eine Anreise mit öffentlichen Verkehrsmitteln möglich ist.

Beitrag zum Erhalt der Streuobstbestände

Das Projekt trägt nur in geringem Ausmaß direkt zur Sicherung der Streuobstbestände bei, was sicherlich auch mit der Zielgruppe (Kinder) zusammenhängt.

Umweltbildungsaspekte

Wie bereits aus der Projektbeschreibung hervorgeht, handelt es sich bei „Apfelmatsch“ um ein Umweltbildungsangebot. Die Auskunftsperson beziffert den Bildungsanteil mit 80%. Die Veranstaltungen fördern bei Kindern das Verständnis für die Ökologie sowie die ökologischen Zusammenhänge der oben genannten Themenbereiche. Der Umweltbildungsaspekt ist somit die oberste Priorität.

Wertschöpfungseffekte

Die ökonomischen Profite halten sich eher gering. Das produzierende Gewerbe, der Handel und die Gastronomie erfährt keine positive Auswirkung aufgrund der Veranstaltungen, lediglich in der Landwirtschaft ist ein geringer Nutzen durch Absatzsteigerungen möglich. Neue Arbeitsplätze konnten durch das Projekt nicht geschaffen werden.

Finanzierung

Die Finanzierung erfolgt ohne Fördermittel. Sie basiert auf den Einnahmen aus den Veranstaltungsbeiträgen. Der Grundbetrag für eine Veranstaltung (bis max. 14 Kinder) beträgt € 55,-. Für Veranstaltungen mit mehr als 14 teilnehmenden Kindern wird für jedes Kind ein Betrag von € 4,- berechnet. Kindergeburtstage können für € 5,- je Kind bzw. einen Mindestbetrag von € 65,- gebucht werden. Die dreiteilige Blockveranstaltung "Lebensraum Streuobst" kostet insgesamt € 12,- je Kind.

Partizipation

In die Projektentwicklung waren und sind zwei Personen aus der lokalen Bevölkerung beteiligt. Die Partizipation erfolgte in der Auftaktphase, der Umsetzungsphase sowie in der Evaluierung.

Übertragbarkeit

Die befragte Auskunftsperson von Apfelmatsch kennt ähnliche Umweltbildungsangebote in anderen Gebieten. Das besondere am untersuchten Angebot ist jedoch die spielerische Einbindung der überwiegend kleinen Kinder in das Geschehen. Apfelmatsch bietet keine Veranstaltungen für Erwachsene an. Die genaue Zielgruppenorientierung spiegelt sich im Marketing und der Vermittlung der Inhalte wider.

Die unterschiedlichen Veranstaltungen von Apfelmatsch ließen sich in mehrerlei Hinsicht verbessern. Eine professionellere Organisation durch mehr Zeitinvestition in Werbung und Öffentlichkeitsarbeit wäre erstrebenswert. Dies scheitert jedoch daran, dass die Umweltpädagogen die Veranstaltungen eher in ehrenamtlicher Nebentätigkeit ausführen.

Das Projekt ist an den diesen Mängeln gescheitert, und wird deshalb zur Zeit nicht mehr angeboten. Ferner war es auf die Dauer nicht möglich, das Projekt kostendeckend zu betreiben, um den Referenten einkommensrelevante Bezüge zu gewährleisten. Optimal wäre daher die Integration des Projektes in ein übergeordnetes Konzept, wie es derzeit im Rheingau durch die Errichtung eines Regionalparks erfolgen soll. Bei diesem wollen die beteiligten Kommunen auf wirtschaftlicher, sozialer, touristischer und naturschutzfachlicher bzw. landschaftlicher Ebene gemeinsam arbeiten. Das Projekt Apfelmatsch könnte hierbei ein Baustein des Ganzen werden. Zur Zeit fehlt den AkteurInnen allerdings die Zeit dies kontinuierlich voranzutreiben.

Die Konzeptidee ließe sich prinzipiell auf andere Regionen übertragen. Die oben genannten Verbesserungsvorschläge wären allerdings zu berücksichtigen, um die Idee erfolgreich umzusetzen.

10.5 Vier Obstsortengärten Deggenhausertal

Kurzbeschreibung

Interessierten BesucherInnen aus nah und fern stehen die im Jahr 1998 eröffneten Obstsortengärten im Deggenhausertal (Deutschland) als "lebendes Museum" und Lehrgarten offen. In den Sortengärten sollen die BesucherInnen die vielfältigen

Eigenschaften eigener traditioneller Obstsorten des Bodenseegebietes sowie die für deren Gedeihen notwendige Pflegemaßnahmen (z.B. Baumschnitt, Düngung, Pflanzenschutz) kennen lernen. Daneben werden die zahlreichen Funktionen des Lebensraumes der verschiedenen Obstgärten dargestellt. Die Zielsetzung hinter den Obstsortengärten liegt in der Förderung und der nachhaltigen Entwicklung von Hochstämmen und alten Obstsorten, da die Hochstämme die typische Kulturlandschaft prägen. Die Obstsortengärten sollen dazu beitragen, dass diese Hochstämme nicht durch Spalierobst verdrängt werden. Die Darstellung der zahlreichen Funktionen des Lebensraumes soll in den Besuchern das Bewusstsein für die Natur stärken.

Deggenhausen – Apfelsorten-Garten: Auf einer Fläche von etwa 0,6 ha stehen 60 Apfelbäume. Im Sortengarten befinden sich insgesamt 10 traditionelle Apfelsorten des Bodenseegebietes. Neben einigen, früher verarbeiteten Hauptsorten (z.B. Bohnapfel, Brettacher) weist der Sortengarten mit dem Salemer Klosterapfel auch eine lokale Sortenspezialität auf.

Limpach – Sortengarten für Most, Dörr- und Brennbirnen: Im etwa 1 Hektar großen Sortengarten stehen neben zahlreichen, früher in Süddeutschland weit verbreiteten Hauptsorten (z.B. Bayerische Weinbirne, Knausbirne, Schweizer Wasserbirne, Welsche Bratbirne) eine ganze Reihe von Lokalsorten aus dem Bodenseegebiet (z.B. Knollbirne, Sipplinger Klosterbirne, Sülibirne).

Untersiggingen – Sortengarten für Zwetschken, Pflaumen, Mirabellen und Renekloden: Auf einer Fläche von etwa 1 Hektar wachsen 35 verschiedene Sorten (z.B. Wildpflaumen, Zwetschen, Renekloden, Brennpflaumen).

Urnau – gemischter Obstsortengarten: Auf einer Fläche von etwa 1 Hektar gedeihen rund 100 Obstbäume. Der Sortengarten beinhaltet rund 30 verschiedene Kern- und Steinobstsorten. Neben einigen, früher weit verbreiteten Hauptsorten (z.B. Bohnapfel, Schweizer Wasserbirne) stehen mit der Salemer Hauszwetschke und der Süßwasserbirne auch zwei lokale Sortenspezialitäten in der Anlage.

Zielgruppe

Zu den Gästen zählen Einheimische ebenso wie BesucherInnen aus Nah und Fern jeden Alters. Die Obstsortengärten verfolgen somit keine eingeschränkte Zielgruppe. Die Obstsortengärten werden je zur Hälfte von der lokalen Bevölkerung und von Touristen und Ausflugsgästen besucht. Der Einzugskreis erstreckt sich überwiegend über den Bodenseeraum. Auch KurzurlauberInnen aus dem Stuttgarter Raum

informieren sich gerne in den Sortengärten. Zu den Besucherzahlen sind keine Angaben möglich, da alle Sortengärten frei zugänglich sind und kein Eintritt zu bezahlen ist. Laut Angaben der projektverantwortlichen Auskunftsperson bewirkt die Anlage kein höheres Verkehrsaufkommen, da die Sortengärten durch ihre ruhige Lage meist über Wander--wege zu erreichen sind. Damit bedarf es keiner Maßnahmen zur Reduktion des Anteils des motorisierten Individualverkehrs.

Beitrag zum Erhalt der Streuobstbestände

Durch viele unterschiedliche Maßnahmen und Aktivitäten tragen die Sortengärten zur Sicherung der Streuobstbestände bei. Dazu zählen fachkundige Pflege (etwa der Baumschnitt) und die Nachpflanzung abgestorbener Bäume. Der Sortenerhalt bildet einen wesentlichen Aspekt der Sortengärten. Anhand von Infotagen und Ausflügen (Kindergärten besuchen den Sortengarten) kann das Bewusstsein und das Wissen über das heimische Obst gestärkt werden. Ob in der Region aufgrund der Anlage die Zahl der ausgepflanzten Obstbäume steigt, ist nicht bekannt. In den Obstsortengärten sind Nachpflanzungen kaum notwendig, außer wenn kranke Bäume absterben und zu entfernen sind, wird die Sorte nachgepflanzt. Falls es der ortsansässigen Baumschule gelingt, eine alte Sorte wieder zu züchten, wird diese Sorte ebenfalls nachgepflanzt.

Umweltbildungsaspekte

Bei den Obstsortengärten Deggenhausertal handelt es sich eher um ein Bildungsangebot (90%) als ein Unterhaltungsangebot (10%). Das ist damit zu begründen, dass die Sortengärten als lebendiges Museum Einblicke in die Natur geben. Sie können einen Beitrag zur Stärkung der Naturverbundenheit und des Umweltbewusstseins leisten. Hierbei ist zu erwähnen, dass der Anbau, die Pflege sowie alle Veranstaltungen möglichst umweltschonend erfolgen. Die Weitergabe von wichtigen Informationen bezüglich Sortenvielfalt, Anbau, Baumschnitt, Düngung und Pflege stellt ein wesentliches Anliegen der Betreiber dar.

Wertschöpfungseffekte

Laut Angaben von Seiten der Gemeinde Deggenhausertal wirken sich die Obstsortengärten in positiver Hinsicht auf viele Personen aus. Die Einheimischen, die Touristen und Ausflugsgäste profitieren von der Landschaft und der Natur im Deggenhausertal. Die Wahrung von Hochstämmen ist wichtig, um das Landschaftsbild erhalten zu können, da diese Bäume landschaftsprägend sind. Somit profitiert die Landschaft an sich am meisten von den Wirkungen der Obstsortengärten. Durch die Gärten steigt der Absatz lokaler Produkte und Dienstleistungen in starkem Ausmaß im Sektor des produzierenden Gewerbes. Auch in der Landwirtschaft und in der

Gastronomie tragen die Anlagen in geringem Ausmaß zur Steigerung des Absatzes aufgrund nachfrageseitiger Effekte bei. Für den Handel ergeben sich keine Auswirkungen. Im Rahmen der Obstsortengärten konnte in geringem Ausmaß zur Schaffung neuer Arbeitsplätze beitragen. So wurde ein neuer Halbtagsjob geschaffen. Zu den neuen Vollzeitjobs gibt es keine genauen Angaben, da die örtlichen Bauhofmitarbeiter viele Aufgaben rund um die Sortengärten übernommen haben. Zusätzlich engagieren sich zwei Personen ehrenamtlich für die vier Anlagen.

Finanzierung

Zur Finanzierung der Sortengärten stehen keine Angaben zur Verfügung.

Partizipation

Die Schaffung der vier Obstsortengärten basiert auf einer breiten Partizipation der lokalen Bevölkerung. In den unterschiedlichen Phasen des Projektes waren bzw. sind insgesamt 20 Personen involviert. LandwirtInnen aus der Umgebung brachten ihr Fachwissen in der Planungsphase mit ein. Das Landwirtschaftsamt sowie der örtliche Bauhof arbeiteten ebenfalls in der Entwicklung mit. In der Umsetzungsphase legte die lokale Bevölkerung die Gärten an. Im Zuge der Evaluierung ist ebenfalls die Bevölkerung eingebunden. Dies wird durch die Organisation von Informationstagen und -Veranstaltungen erreicht.

Übertragbarkeit

Laut Angaben von Seiten der Gemeinde Deggenhausertal existieren ähnliche Sortengärten in anderen Regionen. Im Gegensatz zu anderen Angeboten besteht im Deggenhausertal jedoch kein Verein, der Spenden für die Gärten erhält. Die Gemeinde und ehrenamtliche BürgerInnen pflegen und betreiben die vier Obstsortengärten. Diverse Maßnahmen transportieren die Einzigartigkeit der Gärten an die BesucherInnen. Etwa werden Pressemeldungen zur Erntezeit ausgesendet.

Die Gemeinde bietet geführte Wanderungen mit Informationstagen zum Thema „Rund um die Zwetschke“ an, und in Planung ist ein Fotowettbewerb mit dem Motto „Von der Blüte bis zur Frucht“. Eine weitere Maßnahme stellen Hinweise bei anderen Ausflugszielen und Sehenswürdigkeiten in der Region dar. In diesem Jahr findet eine gemeinsame Aktion statt, bei der die Informationstage in Kooperation mit der örtlichen Gastronomie erfolgen.

Auch die Obstsortengärten Deggenhausertal ließen sich in vielerlei Hinsicht optimieren. Etwa wären weitere Aktionen möglich, und eine verbesserte Beschilderung mit beispielsweise größeren Übersichtstafeln erstrebenswert. Verbesserungspotential

bestünde bezüglich der Entwicklung separater Flyer zu jedem Sortengarten, und einer tieferen Einbindung der lokalen Gastronomie sowie des Einzelhandels in das Angebot.

Das Prinzip der Vier Obstsortengärten Deggenhausertal ließe sich grundsätzlich auf andere Regionen übertragen, die durch Streuobstbestände geprägt sind. Dort stellt die Natur alles zur Verfügung was für ein „lebendiges Museum“ erforderlich ist. Von Seiten der Gemeinde Deggenhausertal wäre es sogar wünschenswert, ähnliches in anderen Regionen umzusetzen, um die Hochstämme, seltene Obstsorten und das typische Landschaftsbild zu erhalten.

10.6 Kinder entdecken eine Kulturlandschaft: Streuobstwiese

Dieses Projekt der Stiftung „Umwelt und Bildung“ in Deutschland (Ludwigsburg) richtet sich im Sinne des Multiplikatorengedankens an ErzieherInnen, GrundschullehrerInnen, LehrerInnen und SchülerInnen der Fachschulen für Sozialpädagogik sowie an Eltern und kommunale VertreterInnen. Angesprochen sind auch MitarbeiterInnen der freien Jugendarbeit. Kommunen, LandwirtInnen und die mittelständische Saftindustrie werden mit einbezogen.

Der pädagogische Ansatz hinter dem Projekt ist, dass der Verzehr von heimischen Äpfeln oder der Konsum von Apfelsaft zum Schutz der Streuobstwiesen und damit zur Landschaftsvielfalt der eigenen Heimat beiträgt. Die pädagogisch-psychologische Basis dieser Ziele ist eine naturnahe Erziehung, wobei versucht wird, dass Kinder Zugang zur Natur erhalten, sodass sie sie beobachten und erleben können. Kinder entdecken die Artenvielfalt, erkennen ökologische Zusammenhänge und reflektieren das eigene Handeln in der Natur. Sie erfahren den Lebensraum Streuobstwiese über das Produkt Apfel und Apfelsaft. Äpfel aufsammeln, Äpfel raspeln und Apfelsaft selbst herstellen sind für die Kinder Schlüsselerlebnisse, da viele Kinder Äpfel nur folienverschweißt aus dem Supermarktregal kennen.

Projektbausteine im Modelllandkreise Ludwigsburg und Rems-Murr-Kreis:

- Auf schriftliche Anmeldung der Kindergärten sind MitarbeiterInnen der Akademie für Natur- und Umweltschutz Baden-Württemberg in den beiden Landkreisen unterwegs und bieten ein ca. zweistündiges Aktionsprogramm für und mit den Kindern direkt in den Einrichtungen an. Ein Ausflug zu einer nahe gelegenen Streuobstwiese gibt den Kindern Gelegenheit, selbst vor Ort im Gelände diesen Lebensraum zu erkunden. Anschließend sammeln die Kinder Früchte und stellen selbst Apfelsaft in einer kleinen Handpresse her. Über eine intensive begleitende

Pressearbeit der Kindergartenbesuche wurden breite Bevölkerungsschichten auf das Projekt aufmerksam.

- Spielerisches Naturerleben: Hierbei handelt es sich um einen Naturerlebnisgang in die Streuobstwiese. Die MitarbeiterInnen leiten die Kinder an, einzelne Streuobstbewohner direkt zu beobachten, veranstalten Aktionsspiele mit viel Bewegung und verteilen Mal- und Bastelbögen.

Da die Projektverantwortlichen trotz Erinnerungsmail den Fragebogen nicht zurücksandten, fand dieses Projekt im Portfolio und in der Focus Group nicht weiter Berücksichtigung. Da die beiden Umweltbildungsprojekte „Schulprogramm und Kinderführungen von ComNatura“ (vgl. Kapitel 10.1) und „Apfelmatsch“ (vgl. 10.4) diesem Angebot ähnlich sind, kann auf dieses Projekt in der weiteren Arbeit ohne große Konsequenzen verzichtet werden. Die beiden anderen Projekte zeigen das Konzept hinter einschlägigen Umweltbildungsaktivitäten für Kinder.

10.7 Rhöner Schau-Kelterei

Kurzbeschreibung

Die Familie Krenzer betreibt in Ehrenberg-Seiferts (Deutschland) das „Rhönerlebnis“, wozu ein Hotel („Rhönschaf-Hotel“) und eine Schau-Kelterei zählen. Sämtliche Angebote drehen sich um die Themen „Apfel“ und „Rhönschaf“. So stehen auf der Speisekarte unterschiedlichste Gerichte rund um Apfel und Schaf. Die Schau-Kelterei besteht seit 1997 und ist nach Angaben des Projektverantwortlichen zufolge die kleinste (gewerbliche) Schau-Kelterei der Welt. Diese Schau-Kelterei beherbergt einen Verkaufsbereich, den „Saft-Laden“, in dem die Gäste diverse Apfelprodukte wie Säfte, Liköre, Most und Apfelchips kaufen können. Zur Kelterei gehört auch ein Seminar-Gebäude („Kreativ-Denkerei“), das tageweise gemietet werden kann.

Das Team des Rhönerlebnisses bietet im Jahresablauf unterschiedlichste Angebote in der Schau-Kelterei für die Gäste an:

- „Tatort Kellerei“: Hierbei handelt es sich um ein Wochenendprogramm, das typisches Essen, Apfel-Cherry-Weg, Apfelweinkellerführung, Jungweinverkostung, Apfelwein zum Selberzapfen, eine Flasche Lieblingsgetränk gratis zum Mitnehmen, Übernachtung im Apfel- oder Rhönschafzimmer inkludiert.
- „Apfelbrunch“: verschiedene Speisen rund um Apfel und Lamm z.B. Apfelweingelee, Apfel-Leberwurst, Apfelweinbaguette, Apfelweinprobe;
- Schau-Kelter-Tage im September

- Apfelwein-Seminar (2.-4.11.2007): Hierbei handelt es sich um ein Pauschalangebot, das von Freitagabend bis Sonntagabend dauert. Die TeilnehmerInnen erhalten neben Essen und Trinken im Gewölbekeller ein „Apfel-Frühstück“ und erfahren Wissenswertes zur Geschichte des Apfelweins sowie zur Apfelweinbereitung. Die Gäste können bei einer Verkostung die verschiedenen Produkte aus Äpfeln (beispielsweise den Apfelwein-Champagner) kennen lernen und an einem Kelterkurs teilnehmen. Sie bekommen eine kurze Einführung in die Kellerbuchhaltung. Am Programm steht weiters ein Ausflug in die Streuobstwiese und eine Apfelsortenkunde. Das Apfelwein-Seminar kostet ab € 165,- pro Person.

Herr Jürgen Krenzer, Betreiber des Rhönerlebnisses und damit der Rhöner Schau-Kelterei erteilte im Rahmen der Befragung mittels Fragebogen Auskunft über die Kelterei und die touristischen Angebote. Die Angaben beziehen sich im Folgenden größtenteils auf das Apfelwein-Seminar.

Zielgruppe

Das vielschichtige Angebot rund um den Apfel soll dazu beitragen, die Bevölkerung für den Streuobstanbau im Biosphärenreservat Rhön zu sensibilisieren und gleichzeitig diesen zu stärken. Der Genuss regionaler Lebensmittel soll zum Naturschutz beitragen. Genießer und Liebhaber des Außergewöhnlichen bilden damit die potentielle Zielgruppe für dieses Angebot. Das Angebot nützen je zur Hälfte Einheimische und Touristen. Das Einzugsgebiet erstreckt sich über Deutschland und das deutschsprachige Ausland. Bezüglich der Besucherzahlen stehen keine Daten zur Verfügung. Mit Abstand die meisten BesucherInnen reisen mittels motorisierten Individualverkehrs an. Lediglich 5% nutzen öffentliche Verkehrsmittel, das Rad oder kommen zu Fuß. Das Rhönerlebnis setzt jedoch Maßnahmen, um den Anteil des MIV zu reduzieren. Alle BesucherInnen, die mit der Bahn oder mit dem Bus anreisen, erhalten ein regionales Präsent.

Beitrag zum Erhalt der Streuobstbestände

Laut Angaben der projektverantwortlichen Auskunftsperson trägt das Angebot rund um die Schau-Kelterei zur Sicherung der Streuobstbestände bei, indem relativ hohe Aufkaufpreise für Rhöner Äpfel geboten werden (15 - 20 € je 100 kg). Des Weiteren werden Pflanzaktionen alter, vergessener Apfelsorten durchgeführt. Der Projektverantwortliche gibt an, dass es durch die Initiative pro Jahr zur Auspflanzung von cirka 500 Obstbäumen kommt.

Umweltbildungsaspekte

Bezüglich des Bildungs- und Unterhaltungsaspektes liegt in der Schau-Kelterei keine Präferenz vor. Die Bedeutung von Umweltbildung und Unterhaltung gewichtet die Auskunftsperson mit jeweils 50%. Das Ziel, dass die BesucherInnen das Apfelwein-Seminar mit anderen Einstellungen verlassen als sie zuvor hatten, lässt auf den Umweltbildungscharakter des Angebotes schließen.

Wertschöpfungseffekte

Das Angebot trägt laut Auskunftsperson in sehr starkem Ausmaß zur Steigerung des Absatzes lokaler Produkte und Dienstleistungen in der Landwirtschaft und in der Gastronomie bei. Für das produzierende Gewerbe lässt sich ebenfalls ein starker Einfluss feststellen, und der Handel profitiert in geringem Ausmaß von diesem Angebot. Durch die Rhön Schau-Kelterei wurden neue Arbeitsplätze für die Region geschaffen: zwei neue Vollzeitjobs, zwei neue Halbtagsjobs sowie zwei zusätzliche stundenweise bezahlte Aushilfen. Eine Person ist zusätzlich ehrenamtlich tätig. Laut Angaben der Auskunftsperson sichert die Schau-Kelterei aber auch bestehende Arbeitsplätze, die sonst wahrscheinlich verloren gegangen wären. Diese Jobs werden in der Landwirtschaft mit zehn Arbeitsplätzen beziffert, gleiches gilt für das produzierende Gewerbe, fünf Arbeitsplätze konnten in den unterschiedlichsten Dienstleistungsbereichen gesichert werden.

Finanzierung

Für die Finanzierung fließen keine Fördermittel. Das Budget besteht zu 100% aus Eigenmitteln, die aus dem laufenden Geschäftsbetrieb hervorgehen.

Partizipation

In Bezug auf die Partizipation der Bevölkerung lässt sich festhalten, dass fünf Personen in die Schau-Kelterei involviert sind. Konkret war die lokale Bevölkerung in der Planungsphase und im Weiteren im laufenden Betrieb in der Umsetzungsphase eingebunden.

Übertragbarkeit

Der Auskunftsperson sind keine ähnlichen ausflugs- und bildungstouristischen Angebote in anderen Regionen bekannt. Gezielte Öffentlichkeitsarbeit soll diese Einzigartigkeit betonen, wobei das Angebot laufend verbessert wird. Die Schau-Kelterei konnte dazu beitragen, das Selbstbewusstsein der Apfelbauern im Hinblick auf den Wert ihrer Produkte zu stärken. In Folge beliefern sie in geringerem Ausmaß oder nicht mehr jene Keltereien, die niedrige Preise für das Rohprodukt bezahlen.

Zur Rhön Schau-Kelterei lässt sich festhalten, dass dieses Konzept bzw. die Ideen rund um die Verwendung und den Nutzen von Streuobst auch auf andere Regionen übertragbar sind. „…weil Begeisterung übertragbar ist“ (Zitat von Herrn Krenzer).

10.8 Streuobstmuseum Bruchsal

Kurzbeschreibung

Das Streuobstmuseum der Stadt Bruchsal in Deutschland befindet sich auf einer 65 Ar großen Fläche, auf der seit 1995 insgesamt 45 hochstämmige Obstbäume ausgewählter, regional typischer Sorten gedeihen. Die Bäume bieten dem Besucher einen Querschnitt über die Vielfalt an früher gebräuchlichen Sorten. Neben Apfelbäumen sind auch Birnen-, Zwetschken- und Kirschbäume zu finden. Auch Wildobst wie der Speierling oder die Mispel gedeihen hier. Informationsschilder geben Aufschluss über die Verwendungsmöglichkeiten der unterschiedlichen Sorten und informieren über Herkunft und optimalen Standort sowie Klimabedingungen.

Zum Streuobstmuseum zählt auch ein Bauerngarten, der ländliche Gewürz-, Heil- und Nutzpflanzen zeigt. Ein Großteil der Pflanzen ist beschildert. Eine angelegte Feldhecke besteht aus heimischen Gehölzen, die zum Teil beschildert sind, so dass sich die BesucherInnen zu allen vier Jahreszeiten mit dem Gehölzbild vertraut machen können. Einen wesentlichen Bestandteil des Streuobstmuseums bildet die Lehrhütte, die 1995 eröffnet wurde. Diese Hütte enthält eine ständige Ausstellung zum Thema „Lebensraum Streuobstwiese“ und ist an Veranstaltungstagen geöffnet. Außerhalb von Veranstaltungen dient die Lehrhütte Schulklassen als Anlaufpunkt zum Sammeln von Informationen über Nistmöglichkeiten für Vögel und Insekten oder verschiedene Sommerquartiere für Fledermäuse. Jährlich finden am Gelände diverse Veranstaltungen statt, wie beispielsweise ein Sensenmähkurs und das Apfelsaftpressen aus dem Obst des Museums. Schulklassen und Kindergartengruppen können selbst beim Saftpressen in Aktion treten. Die Kinder lernen auf diese Weise den Wert der Streuobstwiese zu schätzen.

Zielgruppe

Das Streuobstmuseum Bruchsal soll zur Sicherung und zum Ausbau des Streuobstbestandes als typisches Kulturlandschaftselement beitragen. Die Pflege der Wiesen und Bäume, der Artenreichtum sowie der Naturhaushalt sollen den BesucherInnen näher gebracht werden. Die angesprochene Zielgruppe umfasst neben Schulklassen und Kindergärten alle Grundstückseigentümer und -bewirtschafter.

Zum Großteil nutzen Einheimische das Angebot. Neben der Stadt Bruchsal (42.000 EinwohnerInnen) zählt auch der nördliche Landkreis Karlsruhe zum überwiegenden Einzugsgebiet. Zur Frage der Besucherzahlen stehen keine Angaben zur Verfügung. Die lokale Bevölkerung ist nicht in Planung, Durchführung oder Evaluierung eingebunden.

Die BesucherInnen reisen zum Großteil öffentlich, per Rad oder zu Fuß an (70%), der Rest mittels motorisierten Individualverkehr. Das Streuobstmuseum befindet sich an der Wanderroute der Öko-Regio-Tour Kraichgau im siedlungsnahen Erholungsgebiet, was zur Reduktion des motorisierten Individualverkehrs beitragen soll.

Beitrag zum Erhalt der Streuobstbestände

Indem das Museum den klassischen Streuobstanbau zeigt und Sensenmähkurse veranstaltet, trägt das Projekt zur Sicherung der Streuobstbestände bei. Alle zwei bis drei Jahre erfolgt eine Obstbaumaktion, sodass die GrundstücksbesitzerInnen jährlich etwa 150 Obstbäume auspflanzen.

Umweltbildungsaspekte

Bei dem beschriebenen Projekt handelt es sich um ein primäres Bildungsangebot (90%), da es über einen beschilderten Obstbestand und Bauerngarten, Veranstaltungen wie Sensenmähen und Mostpressen, Ausstellungen von Nistmöglichkeiten sowie Infotafeln rund um Streuobst und Wildhecken verfügt.

Wertschöpfungseffekte

Vom Streuobstmuseum Bruchsal profitiert laut Auskunft des Projektverantwortlichen der Touristikverein Kraichgau-Stromberg, der die Öko-Regio-Tour anbietet, da das Museum ein zusätzliches Angebot für BesucherInnen entlang der Strecke darstellt. Auch die lokale Kelterei und Baumschulen ziehen einen Nutzen aus dem Museum, indem Streuobstbestände wieder einen höheren Stellenwert erhalten. Das Projekt konnte jedoch nicht zur Schaffung neuer Arbeitsplätze beitragen.

Finanzierung

Das Museum finanziert sich zu 100% durch Eigenmittel. Laut Angaben des Projektverantwortlichen fließen keine Fördermittel in das Budget ein.

Übertragbarkeit

Die projektverantwortliche Auskunftsperson kennt ähnliche Projekte in anderen Regionen, die jedoch im Vergleich zum kommunal geführten Streuobstmuseum Bruchsal ehrenamtlich von Vereinen geführt werden. Veröffentlichungen und diverse

Veranstaltungen betonen die Einzigartigkeit des Projekts. In diesem Punkt ist das Museum jedoch noch verbesserbar. Ein größeres Angebot an Veranstaltungen wie Gehölzschnittkurse, ökologische Führungen zu Flora und Fauna wäre denkbar, würde aber viel Zeit für Vorbereitung und Durchführung in Anspruch nehmen.

Das Konzept „Streuobstmuseum Bruchsal“ könnte in anderen Regionen verwirklicht werden. Dazu bedarf es laut Projektverantwortlichem Engagement und fachliche Kompetenz. Aufgrund der extensiven Bewirtschaftung lässt sich der Kostenaufwand relativ gut überblicken.

10.9 Mostbaron (Dr. honoris Mosticus)

Kurzbeschreibung

In einer Feier präsentierte sich am 9. April 2003 die "Mostbaron-Tafelrunde“. Die besten Mostbauern und Mostwirte des Mostviertels legten einen Schwur auf die Mostkultur und ihre Produktions-Qualität ab und wurden zum "Mostbaron" geschlagen. Zu den Mostbaronen zählen Gasthäuser, Mostheurige und Direktvermarkter. Während in anderen Mostregionen Äpfel im Mittelpunkt stehen, sind es im niederösterreichischen Mostviertel Birnen, die dem Most eine eigene Eleganz und Fruchtigkeit verleihen. Die Mostbarone (19 an der Zahl) möchten möglichst viele Menschen für den Most, das Mostviertel und seine Genüsse begeistern.

Die Mostbarone bieten Mostbaron-Spezialitäten zum Kosten und Kaufen an, und veranstalten für große und kleine Gruppen unterhaltsame Mostbaron-Erlebnisse. Die BesucherInnen erhalten Einblick in die Welt der Mostbarone und erfahren in amüsanter, spielerischer Weise etwas über den Most und die Region. Durch ein breites Sortiment an Obstprodukten, Tischverkostungen, Gruppen-Angeboten und eine spielerische Vermittlung der Mostkultur wollen sich die Mostbarone von den übrigen Mitbewerbern abheben.

Zum Erhalt der Sortenvielfalt haben die Mostbarone zum Beispiel gemeinsam einen 20 Hektar großen Mostbirnengarten angelegt. Hier wachsen 15 verschiedene Mostbirnensorten, die es in den nächsten Jahren als sortenreine und gemischte Mostbaron-Birnenmoste zu genießen gibt.

Die Mostbarone bieten für Gruppen ab 20 Personen spezielle Veranstaltungen an:

- Mostritter Tafelrunde: Um zum Mostritter geschlagen zu werden, müssen die Teilnehmenden vier Aufgaben bewältigen. Nachdem die Teilnehmenden dem Mostbaron den Ausführungen gelauscht haben, müssen sie etwa die Moste unterscheiden. Zur Belohnung schlägt sie der Mostbaron zum Ritter, und die BesucherInnen dürfen sich eine Urkunde und eine Flasche Most mitnehmen. Das Angebot dauert rund 1,5 Stunden und kostet € 11,- pro Person.
- Mostspaziergang in der Natur: Der Mostbaron führt die BesucherInnen durch die Obstgärten. Am Programm stehen eine Verkostung und das Kennen lernen von Obst- und Mostbirnensorten. Im Anschluss können die BesucherInnen verschiedene Angebote am Mostbauernhof genießen (beim Mostbauernhof Distelberger).

In der Erhebung wurde ein Angebot im speziellen herausgegriffen, der Dr. honoris Mosticus. Diese Veranstaltung findet für Gruppen ab 20 Personen statt. Die TeilnehmerInnen werden dabei in einem halben Tag zum (Most-) Doktor erhoben. Das Unterhaltungsprogramm setzt sich zusammen aus Apfelschälen, Birnen erkennen, einem Fassdauben-Schi-Rennen, Fassrollen, Scheibtruhen-Rennen und Verkostungen. Den Abschluss bildet eine Promotionsfeier, bei der die BesucherInnen eine Urkunde verliehen bekommen. Danach können die Teilnehmenden die Jause, Getränke und Bauernkrapfen zum Selberbacken genießen. Die Kosten pro Person betragen € 29,50. Mit dem Angebot des „Dr. honoris Mosticus“ soll nach Angaben des Veranstalters (Toni Distelberger) die Wertschöpfung erhöht werden. Der Kunde nähert sich in Form spielerischer Beschäftigung dem Thema „Most“.

<u>Zielgruppe</u>

Das Angebot richtet sich besonders an Betriebsausflüge und gesellige Gruppen, wobei das überwiegende Einzugsgebiet Wien bildet. Das Programm nützen zu 100% Touristen und Ausflugsgäste. Die Werbung für dieses Angebot richtet sich an den Gruppentourismus, weshalb die BesucherInnen üblicherweise mit Reisebussen anreisen. In diesem Fall kommt es zu keiner Steigerung des motorisierten Individualverkehrs. Durch die Intensität der Öffentlichkeitsarbeit erhöhten sich die Besucherzahlen von Anfangs 100 (im Jahr 2002) auf 400 Personen im Jahr 2006.

Umweltbildungsaspekte

Beim Dr. honoris Mosticus handelt es sich in erster Linie um ein Unterhaltungsangebot, (60%). Indem die BesucherInnen aber auch viel Wissenswertes über Streuobst und die Mostproduktion erfahren, wird der Bildungsaspekt mit 40% angegeben.

Beitrag zum Erhalt der Streuobstbestände

Das ausflugs- und bildungstouristische Angebot trägt zur Sicherung der Streuobstbestände bei. Das Verständnis der Kunden für die Bedeutung der Streuobstwiesen wächst, indem die BesucherInnen Hinweise auf Streuobstcharakter, Sortenvielfalt, Qualitätsunterschiede und den gesundheitlichen Wert erhält. In Folge steigt der Umsatz von Streuobstprodukten. Der Projektverantwortliche schätzt, dass etwa fünf Obstbäume pro Jahr neu ausgepflanzt werden.

Wertschöpfungseffekte

Das Angebot trägt laut Auskunftsperson in starkem Ausmaß zur Steigerung des Absatzes lokaler Produkte und Dienstleistungen in der Landwirtschaft und in der Gastronomie bei, und in geringem Ausmaß auch im produzierenden Gewerbe und im Handel. Im Zuge des Angebots finden vier zusätzliche stundenweise bezahlte Aushilfskräfte eine Beschäftigung.

Finanzierung

Zu Fragen der Finanzierung stehen keine näheren Angaben zur Verfügung. In das Projekt fließen jedoch keine Fördermittel ein.

Partizipation

Zehn Personen waren in der Auftaktphase in die Planung und in der Umsetzungsphase in Form von Gästebedienung und Animation eingebunden.

Übertragbarkeit

Ein ähnliches Angebot bildet nach Angaben des Interviewten die „Landmatura“ in Oberösterreich, die jedoch kürzer und einfacher zu absolvieren ist. Das Konzept ließe sich in anderen Regionen verwirklichen, da gesellige Prüfungsaufgaben zu einem regionalen oder kulinarischem Thema auch woanders möglich sind.

10.10 Erlebnis- und Genusszentrum MostBirnHaus

Das MostbirnHaus in Ardagger (Niederösterreich) stellt in dieser Aufzählung eine Ausnahme dar, weil es seine Tore erst im April 2007 öffnet. Da das Konzept und die Ideen für den Naturpark interessant sein könnten, soll es an dieser Stelle kurz beschrieben werden.

Kurzbeschreibung

Das MostBirnHaus ist eine neu gestaltete Erlebniswelt, die in Stift Ardagger gegenüber der ehemaligen Mostgalerie entsteht. Das MostBirnHaus wird am 22. April 2007 eröffnet. BesucherInnen erfahren auf 700 Quadratmeter Ausstellungsfläche auf spielerische und multimediale Weise alles Wissenswerte über die Mostviertler Birnen, den Most und Kulinarik der Moststraße. In dem Gebäude wird es unter anderem ein Riesenbirnen-Labyrinth, ein riesiges Mostfass und ein „Liegestuhlkino“ geben, in dem Zeitrafferfilme aus vier Baumwipfeln gezeigt werden. Das Wachsen der Mostbirne, die Landschaft und vor allem die Herstellung des Mostes (Birnenwein) werden für alle Sinne erfahrbar gemacht. Das MostBirnHaus wird Verkostungs-, Verkaufs- und Veranstaltungsbereiche bieten.

Das Erlebniszentrum liegt in einem 4.500 Quadratmeter großen Garten. „Bartl“, ein gemalter birnenförmiger Begleiter, führt durch das Spiel- und Erlebnisareal. Hier stehen den Kindern naturnahe Spielgeräte, Lehrpfade und Abenteuerbereiche rund um die Birne zur Verfügung.

Zielgruppe

Das MostBirnHaus soll ein Beitrag zur Bildung der Konsumenten leisten und Interesse für die Landschaft und die Produkte wecken. Es sollen besonders Genussorientierte angesprochen werden und jene, die sich der „slow-food Mentalität“ zugehörig fühlen. Das MostBirnHaus orientiert sich an Kindern und Familien. Da das Projekt noch nicht umgesetzt ist, sind keine Angaben zu Besucherzahlen und der Nützung von Einheimischen möglich. Es wird angenommen, dass die meisten BesucherInnen aus dem Einzugsgebiet St.Pölten bis Linz anreisen werden. Die projektverantwortliche Auskunftsperson schätzt jedoch, dass etwa 90% der BesucherInnen mit dem eigenen PKW anreisen werden (motorisierter Individualverkehr). Im Rahmen des Projekts kommen keine Maßnahmen zur Reduktion des motorisierten Individualverkehrs zum Einsatz.

Beitrag zum Erhalt der Streuobstbestände

Laut Angaben des Geschäftsführers des Projektes kann das MostBirnHaus zur Sicherung der Streuobstbestände beitragen. Es schafft Bewusstsein für den Wert von Most, auch das Marketing trägt dazu bei. Durch das Angebot kommen Touristen in die Region, wodurch die Wertschöpfung erhöht wird. Streuobstbestände sind dafür essentiell.

Umweltbildungsaspekte

Der Schwerpunkt liegt in der Unterhaltung der BesucherInnen (70% gegenüber 30% Bildung). Indem das Projekt Bewusstsein für die hohe Qualität regionaler Produkte schaffen will, trägt es aber auch zur Umweltbildung bei. Die Gäste sollen erfahren, dass der Konsum regionaler Produkte die Qualität der eigenen Region sichern und verbessern kann.

Wertschöpfungseffekte

Laut dem Geschäftsführer können unterschiedliche Personengruppen und Sektoren vom geplanten Projekt profitieren. Zu den potentiellen Nutznießern zählen ProduzentInnenen, Tourismusbetriebe aber auch Privatpersonen, indem die Infrastruktur eine Aufwertung findet und die Wertschöpfung in der Region gehoben wird. Die Landwirtschaft und die Gastronomie werden stark vom Projekt profitieren, indem der Absatz lokaler Produkte und Dienstleistungen steigt. Das produzierende Gewerbe und der Handel profitieren wahrscheinlich in geringem Umfang. Die Umsetzung des MostBirnHaus schafft neue Arbeitsplätze für die lokale Bevölkerung: zwei neue Vollzeitjobs, ein neuer Halbtagsjob und zwei zusätzliche bezahlte stundenweise Aushilfen.

Finanzierung

Das Projekt finanziert sich zu 60% vom Gesamtbudget durch Fördermittel. Zur Zusammensetzung des Budgets stehen für die Diplomarbeit keine Angaben zur Verfügung. Die Eintrittspreise stehen jedoch bereits fest (Erwachsene € 5,50; Kinder € 2,-; Gruppen € 5,-; Führung € 2,-). Die BesucherInnen können an Verkostungen im Genuss-Salon teilnehmen, wobei eine Most-Verkostung für Erwachsene und eine Saft-Verkostung für Kinder angeboten werden.

Partizipation

Etwa 25 Personen beteiligen sich an der Entwicklung des MostBirnHaus. In der Auftaktphase war die lokale Bevölkerung in Form eines Brainstormings eingebunden,

und in der Umsetzungsphase wurden und werden Eigenleistungen beim Bau des Gebäudes, des Spielplatzes und der Gartenanlage geleistet.

Übertragbarkeit

Die Auskunftsperson kennt ähnliche Projekte in anderen Regionen, die sich jedoch durch Größe und Zielgruppenorientierung unterscheiden. Das Marketing für das Projekt setzt auf Genussorientierung, Natürlichkeit der Produkte und die Einzigartigkeit der Landschaft. Das Projekt wäre verbesserungsfähig in Hinblick auf Ausbau der Kinderspielplätze, Intensivierung der Kulturschiene und Hebung des Marketingbudgets. Prinzipiell lässt sich das beschriebene Angebot laut Geschäftsführer des MostBirnHaus auf andere Regionen übertragen. Er sieht hierin ein Zukunftspotential, da Regionalität im Lebensmittelbereich und im Tourismus, als Gegenpol zum „grenzenlosen gleichgeschalteten Tourismus“, immer mehr an Bedeutung gewinnen.

10.11 St. Georgener Apfelfest

Kurzbeschreibung

Der Verein Kraftquelle St. Georgen im Lavanttal organisiert das Apfelfest in St. Georgen im Lavanttal (Kärnten), das seit 1996 an zwei Tagen Ende September stattfindet. Dieser Verein engagiert sich für den Aufschwung des örtlichen Tourismus. Wie der Name schon sagt, steht das Fest ganz im Zeichen des Apfels und den daraus hergestellten Produkten. Die Schwerpunkte des Apfelfestes liegen in Gesundheit, Wahrung der Tradition und Unterhaltung für die Gäste. Beim Apfelfest handelt es sich um den größten Apfelmarkt in Kärnten. 2006 standen unter anderem eine Präsentation und Verkostung des St. Georgener Apfelcocktails, Apfelausstellung mit Führung und Sortenbestimmung, Verkauf von Büchern rund um den Apfel, kulinarische Spezialitäten sowie Hautpflege mit Obst- und Fruchtsäuren am Programm. Kinderanimation, musikalische Umrahmung und traditionelles Handwerk rundeten das Fest ab. Die Veranstaltung des Apfelfestes liefert einen Beitrag zur Werbung für die Gemeinde St. Georgen und die Region Lavanttal. Die wirtschaftliche Stärkung und eine Steigerung der Wertschöpfung für die Gastronomie, Landwirtschaft, Vereine und die lokale Bevölkerung sind weitere Ziele des Apfelfestes.

Zielgruppe

Das Apfelfest soll die Bevölkerung und die Vereine im Sinne der Lokalen Agenda 21 mobilisieren. Die Veranstaltung richtet sich an die GemeindebürgerInnen von St. Georgen und an die Bevölkerung des Lavanttales, sie soll Familien, Jung und Alt

ansprechen. Das Fest erfreut sich steigender Beliebtheit, was sich aus den Besucherzahlen der vergangenen Jahre ableiten lässt. Etwa 1.000 BesucherInnen kamen zum ersten Apfelfest (1996), rund 4.000 später (Projektmitte) und zuletzt konnte die Veranstaltung etwa 8.000 Gäste willkommen heißen. Diese Steigerung lässt sich auf das breite Rahmenprogramm und ein besseres, vielseitigeres Angebot rückführen. Der Beliebtheitsgrad steigt. Das St. Georgener Apfelfest wird zu 30% von Einheimischen und zu 70% von Touristen und Ausflugsgästen besucht. Großteils kommen die BesucherInnen aus Kärnten, teilweise aus ganz Österreich. Die Prozentangabe zu den Touristen und Ausflugsgästen deckt sich in etwa auch mit der Angabe bezüglich des Anteils des motorisierten Individualverkehrs (75%) an der Anreiseform. Da St. Georgen innerhalb Kärntens nicht zentral liegt, sind Maßnahmen zur Reduktion des Anteils des motorisierten Individualverkehrs laut Auskunftsperson kaum möglich.

Beitrag zum Erhalt der Streuobstbestände

Das Apfelfest trägt zur Sicherung der Streuobstbestände bei, indem es beispielsweise am Apfelmarkt heimische Edelobstsorten zu kaufen gibt. Die KonsumentInnen können sich über die unterschiedlichen Produkte und Sorten ein Bild machen, wodurch die Veranstaltung zur Sensibilisierung und Bewusstseinsbildung der KonsumentInnen für den Kauf heimischen Obstes und Obst aus biologischer Landwirtschaft beiträgt. Laut der Mitorganisatorin Silke Guntschnig steigt die Anzahl der jährlich neu ausgepflanzten Obstbäume (zwischen 0 und 30 Bäumen).

Umweltbildungsaspekte

Beim St. Georgener Apfelfest handelt es sich eher um ein Unterhaltungsangebot als ein Umweltbildungsangebot. Die Bildungskomponente wird mit 35% beziffert und die Unterhaltungskomponente mit 65%. Der Umweltbildungscharakter der Veranstaltung zeigt sich in den kulinarischen Erlebnissen, Informationen zur richtigen Bepflanzung und zum Baumschnitt und in der Apfelausstellung. Weiters können die BesucherInnen Bücher rund ums Obst erwerben.

Wertschöpfungseffekte

Mehrere Sektoren profitieren von der Veranstaltung. Gastronomie, Vereine und Gewerbetreibende erfahren eine wirtschaftliche Stärkung durch das Apfelfest. Das Fest trägt in geringem Ausmaß zur Steigerung des Absatzes lokaler Produkte und Dienstleistungen der Landwirtschaft und des Produzierenden Gewerbes bei, in starkem Umfang für den Handel. Besonders positiv wirkt sich das Fest auf die Gastronomie aus. Durch die Veranstaltung konnten keine neuen Vollzeitjobs und neue Halbtagsjobs geschaffen werden. Es werden jedoch etwa 50 Personen zusätzlich stundenweise

bezahlt. Ebenfalls rund 50 Personen sind rund um das Fest ehrenamtlich tätig. Das Apfelfest trägt zur Sicherung bestehender Arbeitsplätze in der Landwirtschaft bei. Dieser Umstand ist auf die zusätzlichen Möglichkeiten in Edelobstverwertung und -verkauf zurückzuführen. Eine Quantifizierung war der Auskunftsperson jedoch nicht möglich.

Finanzierung

Das Apfelfest finanziert sich aus öffentlichen Förderungen, die aus Gemeindemitteln fließen (€ 15.000,-), und Einnahmen aus Standbeiträgen (€ 3.000,-). Somit stehen € 18.000,- zur Durchführung des Festes zur Verfügung.

Partizipation

Die lokale Bevölkerung ist in die Veranstaltung des Apfelfestes eingebunden. Etwa 15 Organisationen (dazu zählen diverse Vereine und Gastwirte) engagieren sich in der Auftaktphase und an den Veranstaltungstagen (Bewirtung und Verkauf).

Übertragbarkeit

Die Auskunftsperson gibt an, ähnliche Feste in anderen Regionen zu kennen, wobei das Apfelfest jedoch einzigartig im Lavanttal ist. Die Organisation gestaltet sich aufwändiger und sorgfältiger als bei anderen Festen, und bietet ein besonderes kulinarisches Angebot. Die Kulinarik wird im Marketing betont. Verschiedene Highlights und eine gute Programmauswahl sollen ebenfalls die Einzigartigkeit des Festes hervorstreichen. Verbesserungsmöglichkeiten bestehen im Hinblick auf die Einbindung mehrerer Mitwirkender.

Die Auskunftsperson meint, dass sich das Apfelfest nicht auf andere Regionen übertragen lässt. Gründe dafür nannte sie nicht. Prinzipiell sollte es aus Sicht der Autorin aber dennoch möglich sein, eine derartige Veranstaltung auch im Naturpark Obst-Hügel-Land zu etablieren.

10.12 Mostgalerie am Bodensee

Kurzbeschreibung

„Genieße den Obstsaft in der Heimat der Früchte!“ Unter diesem Motto bietet Familie Stäheli in der Region „Mostindien“ im Kanton Thurgau (Schweiz) neben Speisen rund um das Thema Apfel, Most und Obst auch Degustationen für Gruppen an. BesucherInnen verkosten Produkte mehrerer Produzenten aus der Umgebung. Die Möglichkeit, am gleichen Ort Obstsäfte von verschiedenen Verarbeitern zu probieren, ist in der Schweiz einzigartig. Bei den Verkostungen erfahren die BesucherInnen

Wissenswertes zur Mostkultur und der Geschichte des Mostes in der Region, wobei jede Verkostung individuell an die Gästegruppe angepasst wird. Zum Angebot zählt nebenbei auch eine Kulturfahrt mit einem alten Postauto. Die Mostgalerie am Bodensee besteht seit April 2004. Die Mostgalerie trägt zur Stärkung der Region und der Steigerung des Mostkonsums bei. Gleichzeitig bleiben die Rohstoffpreise (für Obst) stabil. Ein besonderes Anliegen liegt in der Inwertsetzung der Mostproduktion für die Landwirtschaft. In den Verkostungen sollen sich die Gäste so viele Informationen holen können, dass sie sich im Konsumalltag problemlos zurechtfinden.

Zielgruppe

Zur Zielgruppe zählen Gäste aus nah und fern, Einheimische sowie SchülerInnen. Seit Projektbeginn (im Jahr 2004) stiegen die Besucherzahlen von 200 auf 900 Gäste im Jahr 2006. Diese positive Veränderung lässt sich vor allem auf den steigenden Bekanntheitsgrad zurückführen. Das Angebot nützen zu 50% Einheimische und zu 50% Touristen und Ausflugsgäste, wobei der Kanton Thurgau (und die ganze Schweiz) das überwiegende Einzugsgebiet bilden. Die gleiche Prozentverteilung trifft auf das Anreisemittel zu. So reisen 50% der BesucherInnen öffentlich, per Rad oder zu Fuß an und 50% mittels motorisierten Individualverkehrs. Die Projektverantwortlichen setzten selbst keine Maßnahmen, um den MIV zu reduzieren. Das Angebot an öffentlichen Verkehrsmitteln gestaltet sich eher dürftig. Im Dezember 2007 wird jedoch eine neue Haltestelle eingeführt. Die Projektverantwortlichen nehmen an, dass dann BesucherInnen vermehrt auf öffentliche Verkehrsmittel zurückgreifen.

Beitrag zum Erhalt der Streuobstbestände

Die Mostgalerie am Bodensee trägt durch unterschiedliche Maßnahmen zur Sicherung der regionalen Streuobstbestände bei. Etwa die Förderung der Mostkultur durch lustvolle Angebote oder die Forcierung immer neuer Obstsaftgetränke (z.B. Birnenwein) stärken den Streuobstanbau. Eine Sensibilisierung der KonsumentInnen für den Wert der Streuobstbestände erfolgt anhand von Hintergrundinformationen. Weiters ermöglicht die Zusammenarbeit mit verschiedenen Interessengruppen die Angebotsoptimierung. Eine genaue Zahl von neu ausgepflanzten Bäumen aufgrund der Mostgalerie kann nicht genannt werden. Jedoch unterstützen Obstverwerterbetriebe Neupflanzungen mit der verbilligten Abgabe junger Hochstammbäume (besonders säurebetonte Most-obstsorten).

Umweltbildungsaspekte

Beim beschriebenen Angebot handelt es sich zu 100% um ein Bildungsangebot. Den Verantwortlichen der Mostgalerie ist es ein Anliegen, bildungstouristische Angebote aufzuwarten. Das Ziel liegt darin, dass der Gast das Alltägliche als Erlebnis wahrnimmt.

Wertschöpfungseffekte

Diverse Personengruppen und Sektoren profitieren von der Mostgalerie. Einheimische und Gäste können an Degustationen und Erlebnisessen in Kombination mit Bewegung, Wissen und Erholung teilnehmen. Schulen können das Angebot von „Schule auf dem Bauernhof“ nutzen, um Interessantes über Most, Obst und Ernährung zu erfahren. Durch die Mostgalerie am Bodensee steigt der Absatz lokaler Produkte und Dienstleistungen. In starkem Ausmaß profitieren die örtliche Landwirtschaft, das produzierende Gewerbe, die Gastronomie sowie der Betrieb Stäheli (Projektverantwortliche). In geringem Ausmaß erfährt auch der Handel eine positive Beeinflussung. Der Betrieb beschäftigt eine Person, die stundenweise bezahlt wird. Für den Verein sind weiters ein bis drei Ehrenamtliche tätig. Ob das Projekt zur Sicherung bestehender Jobs beiträgt, ist laut Auskunftsperson noch nicht absehbar.

Finanzierung

In die Finanzierung der Mostgalerie fließen keine Fördermittel. An Eigenmitteln stehen € 58.000,- zur Verfügung und € 800.- stammen aus Sponsorgeldern. Ebenfalls angegeben wurde ein Arbeitsverdienst von rund € 18,- pro Stunde.

Partizipation

An der Entwicklung der Mostgalerie waren vier bis fünf Personen beteiligt. In der Auftaktphase kam es zu einem Gespräch mit dem Präsidenten der Obstsortensammlung und in der Umsetzungsphase war Überzeugungsarbeit bei den Verarbeiterbetrieben notwendig. Auch in der Evaluierungsphase beteiligte sich die lokale Bevölkerung im Rahmen von Besprechungen und Umorientierungsmöglichkeiten.

Übertragbarkeit

Die Projektverantwortliche kennt ähnliche Projekte in anderen Regionen. Die Mostgalerie ist jedoch auf die Region zugeschnitten und den örtlichen Gegebenheiten angepasst. Dadurch ergibt sich die Einzigartigkeit des Angebotes in Kombination mit den Gästetrends und der Zusammenarbeit der verschiedenen Anbieter. Um die Mostgalerie am aktuellen Stand zu halten, werden die einzelnen Angebote laufend verbessert. Die Mostgalerie trägt zur Steigerung der Bekanntheit der Region bei. Dieser Bekanntheitsgrad wächst sogar schneller als erwartet.

Grundsätzlich ließe sich die Idee der Mostgalerie auch in anderen (Obst) –Regionen umsetzen. Entscheidend ist laut der Projektverantwortlichen, das Konzept an die jeweiligen Gegebenheiten und die Geschichte der Region anzupassen. Eins zu eins sollte ein Projekt jedoch nicht übertragen werden.

10.13 Sunnseitn Apfelwoche

Der Tourismusverein Natz-Schabs organisiert jährlich die Sunnseitn Apfelwoche in Natz-Schabs (Südtirol). Im vergangenen Jahr fand die Veranstaltung von 6. bis 15. Oktober am Dorfplatz in Natz statt. Den BesucherInnen bietet sich ein abwechslungsreiches Unterhaltungsprogramm:

- Geführte Dörferrunde in Natz-Schabs (dauert ca. zwei Stunden)
- Geführter Apfellehrpfad durch die Obstanlagen des Apfelhochplateaus mit der Apfelkönigin von Natz-Schabs (kostenlos, keine Anmeldung erforderlich)
- Führung durch die Obstgenossenschaft Melix in Brixen (Dauer ca. 1 Stunde, € 3,- pro Person)
- Kochkurs mit Zubereitung typischer Apfelspeisen
- Verkostung von Apfelgerichten
- Lichtbildervortrag
- Bauernmarkt
- Rahmenprogramm mit Frühschoppen und Erntedankumzug

Da die Projektverantwortlichen trotz Erinnerungsmail den Fragebogen nicht zurücksandten, fand dieses Projekt keine weitere Berücksichtigung im Portfolio und in der Focus Group. Mit dem Apfelfest in St. Georgen im Lavanttal findet jedoch eine ähnliche Herbstveranstaltung in der weiteren Untersuchung Berücksichtigung.

10.14 Reflexion der Projektbeschreibungen

Bei den nach den Auswahlkriterien erhobenen Projekten handelt es sich um teils sehr unterschiedliche ausflugs- und bildungstouristische Angebote. Jene Projekte, zu denen auch auswertbare Fragebögen retourniert wurden, verteilen sich über verschiedene Bundesländer und Regionen in Österreich, Deutschland und der Schweiz, wobei die meisten beschriebenen Projekte aus Deutschland stammen. Zwei Projekte stellen klassische Umweltbildungsangebote dar, nämlich die Veranstaltungen von ComNatura

und Apfelmatsch, deren hauptsächliche Zielgruppe Schulklassen sind. Umweltbildung steht bei beiden Veranstaltern an vorderster Front. Beim Streuobstmuseum in Bruchsal und den Obstsortengärten Deggenhausertal stehen hingegen der Erhalt der Streuobstbestände und der Sortenerhalt im Mittelpunkt. Beide Anlagen stellen Obstbäume aus, die BesucherInnen besichtigen können. Mit der Rhöner Schau-Kelterei (im speziellen dem Apfelwein-Seminar) und dem Mostbaron (Dr. honoris Mosticus) konnten zwei Angebote gefunden werden, bei denen die Teilnehmenden in unterhaltsamer Atmosphäre neues über Streuobstwiesen und die Produkte aus Streuobst erfahren. Auch bei der Mostgalerie am Bodensee können die BesucherInnen die Produkte verkosten, und auf diesem Weg kann das Bewusstsein für den Konsum regionaler Produkte gestärkt werden. Der Kunst-Pfad wiederum versucht die typische Kulturlandschaft in den Blickpunkt der BesucherInnen zu rücken. Die Inszenierung der Landschaft spricht neue Gästegruppen (Kunstinteressierte) an. Das Erlebnis rund um die Streuobstwiese rücken der Streuobst Erlebnisweg in Markt Willanzheim und das MostBirnHaus in Stift Ardagger in den Mittelpunkt. Diese Angebote binden bei den BesucherInnen alle Sinne ein. Auf diese Weise heben sie sich von herkömmlichen Lehrpfaden, die es zum Thema Streuobst gibt, ab, und gewinnen an Attraktivität. Das Apfelfest in St. Georgen im Lavanttal repräsentiert eine zweitägige Herbstveranstaltung rund ums Streuobst.

11 Bewertung der Projekte mittels Nachhaltigkeitsindizes

Um die in Kapitel 10 näher beschriebenen ausflugs- und bildungstouristischen Angebote miteinander vergleichbar zu machen, soll eine Bewertung mittels Indizes erfolgen. Da jedoch keine Indizes existieren, die auf die spezifische Situation zutreffen und den Anspruch der vorliegenden Diplomarbeit erfüllen, müssen relevante ökologische, ökonomische und soziale Indikatoren jeweils erst zu drei Indizes synthetisiert werden.

Dieses Kapitel erläutert Grundsätzliches zu Indizes und Indikatoren nachhaltiger Entwicklung. Weiters wird die Auswahl jener Indikatoren dokumentiert, die den Grad an ökologischer, ökonomischer und sozialer Nachhaltigkeit der erhobenen Projekte messen sollen. Die Indikatoren werden gewichtet und letztlich in synthetische, für die Untersuchung spezifische, Indizes zusammengeführt. Die errechneten Indizes münden schließlich in eine grafische Darstellung, die Portfolio-Analyse.

11.1 Grundlegendes zu Indikatoren und Indizes

“An indicator is something that helps you to understand where you are, which way you are going and how far you are from where you want to be” (HART, 1999). Indikatoren geben verständliche und kompakte Information über eine komplexe Wirklichkeit. Durch die Reduktion der Komplexität kommt es aber auch zu einer Einschränkung der Information (vgl. PENKER, 2005, 8). Dadurch lassen sich komplexe Phänomene aber auch leichter darstellen und verstehen.

Es ist wesentlich, jene Indikatoren zu wählen, die die zu untersuchenden Aspekte am besten messen. Die Wahl des richtigen Indikators ist eher eine Kunst als eine Wissenschaft. Indikatoren bilden keine diskreten Variablen, die separat anzusehen sind, sondern stehen in Beziehung mit anderen Indikatoren (vgl. MILLER und TWINING-WARD, 2005, 116). Die Entscheidung, welche Indikatoren und Kategorien heranzuziehen sind, hängt von der Art der Untersuchung, den Fähigkeiten und den Interessen der Anwendergruppen ab (vgl. MILLER und TWINING-WARD, 2005, 117). Indikatoren stellen immer Kompromisse dar, da ihr Design ein Optimum aus der Relevanz für den Nutzer, wissenschaftlicher Gültigkeit und Messbarkeit bildet (BAKKES, 1997, 379).

Generell kann festgehalten werden, dass effektive Indikatoren folgende Eigenschaften aufweisen (HART, 2006):

- Effektive Indikatoren sind relevant; sie zeigen etwas über das System, das es zu untersuchen gilt.
- Effektive Indikatoren sind einfach zu verstehen, auch von Personen, die keine Experten sind.
- Effektive Indikatoren sind zuverlässig. Man kann der zur Verfügung stehenden Information Glauben schenken.
- Effektive Indikatoren bauen auf zugänglichen Daten auf; die Information ist verfügbar und kann gesammelt werden.

Nachhaltige Regionalentwicklung – als normativer Rahmen dieser Diplomarbeit - ist ein komplexes Phänomen, das sich nicht mit einem einzigen ökonomischen Indikator beschreiben lässt. Soziale und ökologische Indikatoren fließen ebenfalls mit ein. Daher konzentrieren sich moderne Konzepte an ökonomischer Wohlfahrt, ökologischer Nachhaltigkeit und sozialem Wohlbefinden.

Um mehrere Aspekte in die Bewertung einfließen zu lassen, können mehrere Indikatoren zu einem synthetischen Index verbunden werden (vgl. PENKER, 2005, 16ff). Dabei werden die Ausprägungen mehrerer Indikatoren zu einem einzigen Wert reduziert (vgl. MILLER und TWINING-WARD, 2005, 123).

Neben der Auswahl ist weiters die Gewichtung der Indikatoren sowie deren Zusammenfassung zu einem Index an die jeweilige Untersuchungssituation anzupassen. Das Thema der Untersuchung, die verfügbaren Ressourcen und der Untersuchungszweck müssen bei der Datenerhebung und –analyse Berücksichtigung finden. Die Wahl der Indikatoren sowie die Erhebungsmethoden sollen idealerweise auch Vergleiche mit bestehenden Untersuchungen oder Erhebungen anderer Regionen erlauben (vgl. PENKER, 2005, 40). Da Auswahl und Gewichtung der Indikatoren die Bewertung maßgeblich bestimmen, ist bei der Kommunikation der Ergebnisse besonderer Wert auf Transparenz und Nachvollziehbarkeit zu legen (vgl. PENKER, 2005, 40).

Bevor sich der synthetische Dimensionsindex kalkulieren lässt, müssen die Ausprägungen für jeden einzelnen Indikator mittels der beobachteten Minimum- und Maximumwerte standardisiert werden (z.B. Wert zwischen 0 und 1 bzw. 0 und 100)(vgl. PENKER, 2005, 33ff). Der Minimalwert ist der geringste aller beobachteten Werte, der Maximalwert die höchste beobachtete Ausprägung (z.B. das Projekt mit dem niedrigsten

Umsatz wird bezüglich eines Umsatzindikators gleich 0 gesetzt, jenes mit dem höchsten gleich 100 oder gleich 1). In manchen Fällen liegt das Optimum nicht beim Maximalwert. Dann ist der Optimalwert gleich 100 zu setzen, höhere oder niedrigere Werte je nach ihrer Abweichung vom Optimalwert entsprechend geringer. Übersicht 13 veranschaulicht die Standardisierung der Indikatoren (Teil des synthetischen Index).

Übersicht 13: Standardisierung der Einzelindikatoren

$$\textbf{Standardisierter Einzelindikator} = \frac{\text{tatsächlicher Wert} - \text{minimaler Wert}}{\text{maximaler Wert} - \text{minimaler Wert}}$$

Quelle: vgl. PENKER, 2005, 33

Sind die einzelnen Indikatoren standardisiert, kann der synthetische Index gebildet werden. Dazu ist es notwendig, die Indikatoren zu gewichten und zu synthetisieren (siehe Übersicht 14). Jeder Index entspricht einer Dimension der Nachhaltigkeitsdiskussion: ökologische, ökonomische und soziale Nachhaltigkeit. Die drei Dimensionsindizes werden in der vorliegenden Untersuchung mit je einem Drittel gewichtet und dann per arithmetischem Mittel zu einem Index zusammengefasst (vgl. Kapitel 11.3).

Übersicht 14: Berechnung des synthetischen Index

Synthetischer Nachhaltigkeitsindex =

1/3 (ökologischer Dimensionsindex a) + 1/3 (ökonomischer Dimensionsindex b) + 1/3 (sozialer Dimensionsindex c)

Quelle: vgl. PENKER, 2005, 36

11.2 Indikatoren nachhaltiger Entwicklung

Während der 1930er Jahre waren die vorherrschenden ökonomischen Bedingungen westlicher Ökonomien so, dass Überprüfung (Kontrolle) hinsichtlich sozialer und ökologischer Auswirkungen als unerschwinglicher Luxus angesehen wurde. Indikatoren sozialer Wohlfahrt waren noch nicht entwickelt und wurden bis in die 1960er auch nicht verwendet. In den 1980er Jahren verband die Nachhaltigkeitsbewegung Umweltschutz mit ökonomischem Wohlstand. Seit dem begannen viele Organisationen Indikatoren zu schaffen, die als Kontrollwerkzeug für die breit gefächerten Ziele nachhaltiger

Entwicklung dienen sollen (vgl. MILLER und TWINING-WARD, 2005, 109). Die Agenda 21 unterstreicht den Bedarf, nachhaltige Entwicklung mittels Indikatoren zu messen und zu kontrollieren. Kapitel 40 der Agenda erklärt, dass Indikatoren eine solide Basis zur Entscheidungsfindung bilden können (vgl. MILLER und TWINING-WARD, 2005, 109).

TourismusforscherInnen sind der Ansicht, dass umfassendere nachhaltige Tourismusindikatoren zu entwerfen sind, die eine wichtige Verbindung zwischen Tourismus und den breiteren ökonomischen, ökologischen und sozialen Prozessen in einer Region bilden (vgl. MILLER und TWINING-WARD, 2005, 109). Indikatoren nachhaltiger Entwicklung unterscheiden sich von konventionellen Indikatoren, weil sie das Netz komplexer Wechselbeziehungen und gegenseitiger Abhängigkeiten von Ressourcen im Tourismus berücksichtigen (vgl. SIRAKAYA et al, 2001, 418). Auch HART (1999, S. 9) schreibt, dass konventionelle Indikatoren nur eine Variable messen, als wäre sie weitgehend unabhängig von anderen Variablen. Mehrdimensionale Nachhaltigkeitsindikatoren verlangen eine vermehrt integrierte Sichtweise der Welt, die die Beziehungen von Ökonomie, Ökologie, Gesellschaft und Tourismus widerspiegeln. Diese Überlegungen prägten auch in der vorliegenden Diplomarbeit die Auswahl der Indikatoren, um dem Anspruch der nachhaltigen Regionalentwicklung zu entsprechen. Bis jetzt existiert noch keine allgemein akzeptierte Liste mit nachhaltigen Tourismusindikatoren. Die relevanten Fragen sind je nach Region, touristischem Schwerpunkt und betroffenen Ökosystemen verschieden, weshalb es zumindest teilweise einer Entwicklung von spezifischen Indikatoren bedarf (vgl. MILLER und TWINING-WARD, 2005, 143). Das folgende Kapitel gibt Auskunft über die in der vorliegenden Untersuchung herangezogenen Indikatoren.

11.3 Auswahl, Gewichtung und Zusammenführung der Indikatoren

Die Dimensionen für die Bewertung und Analyse der ausflugs- und bildungstouristischen Angebote ergeben sich aus der anfangs festgelegten Orientierung an einer nachhaltigen integrierten Regionalentwicklung (siehe Kapitel 2.1.5).

- Dimension a: Ökologische Nachhaltigkeit
- Dimension b: Ökonomische Nachhaltigkeit
- Dimension c: Soziale Nachhaltigkeit

Diese drei Dimensionen nachhaltiger Entwicklung werden in der folgenden Bewertung mit je einem Drittel gewichtet. Diese Dimensionen spiegeln sich auch im Fragebogen zur Befragung der projektverantwortlichen Auskunftsperson wider, indem je ein

Frageblock eine Dimension abhandelt. Die Erklärung zum Fragebogen erfolgt in Kapitel 9.2.2, und der vollständige Fragebogen befindet sich in Anhang A8. Da es sinnvoll erscheint, die Zahl der Indikatoren im Sinne der Nachvollziehbarkeit und Kommunizierbarkeit möglichst übersichtlich zu halten, sollen in einen Dimensionsindex maximal drei Indikatoren einfließen.

An dieser Stelle sei darauf hingewiesen, dass die verwendeten Indikatoren und deren Gewichtung zur Zusammensetzung zu synthetischen Indizes eigens für die vorliegende Untersuchung festgelegt wurden. Die synthetischen Indizes finden sich nicht in der Literatur. Die Auswahl und Gewichtung der einzelnen Indikatoren erfolgte in enger Abstimmung mit der Geschäftsführung des Naturparks Obst-Hügel-Land. Die Indizes und die Ergebnisse aufgrund der Befragung gelten für die spezifische Untersuchungssituation, sind deshalb jedoch nicht eins zu eins auf andere Erhebungen umzulegen. Wie zuvor erwähnt, kommt es zu einer Reduktion der Information, die sich aus der Wahl, Zusammensetzung und Gewichtung der Indikatoren ergibt. Das geringere Ausmaß der Komplexität ermöglicht in folge den Vergleich der einzelnen erhobenen Projekte.

11.3.1 Indikatoren ökologischer Nachhaltigkeit

Tabelle 3 bietet einen Überblick über die drei herangezogenen Indikatoren, die den Grad an ökologische Nachhaltigkeit der unterschiedlichen Projekte ausdrücken. Die angegebenen Zahlen verstehen sich als Prozentangaben. Die drei erläuterten Indikatoren bilden gemeinsam die Dimension a. Diese Indikatoren wurden jedoch nicht gleich gewichtet. Für die Berechnung des Dimensionsindex a soll der Indikator I_1 (Erhalt und sanfte Nutzung der Kulturlandschaft) mit 40% einfließen, die Indikatoren I_2 und I_3 mit jeweils 30%.

<u>Erhaltung und sanfte Nutzung der Kulturlandschaft (I_1):</u>

Die Wahl fiel auf diesen Indikator, da ein zentrales Ziel des Naturparks Obst-Hügel-Land in der Sicherung der typischen Streuobstbestände liegt. Die Wahrung der Vielfalt und des ästhetischen Wertes der Natur- und Kulturlandschaft stellen eine wesentliche Forderung der ökologischen Nachhaltigkeit dar (siehe Übersicht 1 und Übersicht 2). Die Kulturlandschaft soll aufgrund der sanften Nutzung erhalten bleiben. Die Anzahl der neu ausgepflanzten Obstbäume pro Jahr scheint als adäquate Messung für diesen Indikator. Um die Kulturlandschaft zu erhalten, sollten zumindest so viele Bäume pro Jahr gesetzt wie gerodet werden. Der Optimalwert liegt laut Geschäftsführung allerdings darüber.

Nutzung öffentlicher Verkehrsmittel (I_2):

Die Entwicklung von ausflugs- und bildungstouristischen Angeboten zielt darauf ab, Besucher in die Region – im vorliegenden Fall den Naturpark Obst-Hügel-Land – zu bringen. In Folge ist aber auch mit der Zunahme des Verkehrsaufkommens zu rechnen. Wie in Kapitel 4.6 beschrieben, wird zukünftig die Frage der Mobilität darüber entscheiden, ob eine auf Tourismus basierende Entwicklung nachhaltig sein kann. Deshalb sollten Indikatoren nachhaltiger Entwicklung sich auch mit dem Verkehrsaufkommen beschäftigen. Als Indikator für diesen Bereich wurde die Nutzung öffentlicher Verkehrsmittel gewählt. Das Verhältnis von Gästen, die mit öffentlichen Verkehrsmitteln (oder zu Fuß bzw. mit dem Fahrrad) anreisen, zu jenen, die mittels motorisierten Individualverkehrs anreisen, soll hier Indikator für die ökologische Nachhaltigkeit sein.

Tabelle 3: Indikatoren ökologischer Nachhaltigkeit

Indikator	Messung	Optimal-wert	Gewich-tung
Erhaltung und sanfte Nutzung der Kulturlandschaft **I_1**	Anzahl der Neuaus-pflanzungen von Obstbäumen	Maximum	**40%**
Nutzung öffentlicher Verkehrsmittel **I_2**	Anteil der Gäste, die mit öffentlichen Verkehrsmitteln (oder zu Fuß bzw. per Fahrrad) anreisen, zu Personen, die individuell (MIV) anreisen	Maximum	**30%**
Beitrag zum Umweltbewusstsein **I_3**	Anteil von Bildung zu Unterhaltung im Projekt	70%	**30%**

Quelle: eigene Darstellung

Beitrag zum Umweltbewusstsein (I_3):

Ein wesentliches Ziel des Naturparks Obst-Hügel-Land liegt in der Erarbeitung von Umweltbildungsangeboten. Bildungsangebote sollen das Umweltbewusstsein der Bevölkerung stärken. Da die Diplomarbeit den Anspruch der Orientierung an einer nachhaltigen Entwicklung stellt, soll in die Bewertung der unterschiedlichen recherchierten Projekte der Aspekt der Bildung für nachhaltige Entwicklung Berücksichtigung finden. Kapitel 5 beschreibt diesen Aspekt näher.

Die Messung des Beitrages zum Umweltbewusstsein erfolgt durch den Anteil von Bildung gegenüber Unterhaltung in den untersuchten Projekten. Ein Anteil von 0%

deutet darauf hin, dass es sich bei dem Projekt um ein reines Unterhaltungsangebot ohne jedwede Bildungsfunktion handelt. Jedoch sollte in einem Umweltbildungsangebot auch ein gewisser Unterhaltungsfaktor einfließen, um das Angebot attraktiv zu gestalten. Daher scheint ein Anteil von 70% Bildungskomponente optimal.

11.3.2 Indikatoren ökonomischer Nachhaltigkeit

Wie in Kapitel 2.1.5 erläutert, inkludiert eine nachhaltige Regionalentwicklung ökonomische Ziele. Eine nachhaltige Regionalentwicklung soll die Wertschöpfung in einer Region stabilisieren, Kooperationen fördern und Stoffströme enger führen.

Tabelle 4 zeigt die verwendeten drei Indikatoren, die die ökonomische Nachhaltigkeit messen. Der Schwerpunkt wurde auf den Indikator „Beitrag zur regionalen Wertschöpfung“ gesetzt. Dieser macht 50% der ökonomischen Nachhaltigkeit aus. Die beiden anderen Indikatoren „Beschäftigung durch das Projekt“ und „Finanzierung“ ergeben zusammen ebenfalls 50% der Bewertung.

Beitrag zur regionalen Wertschöpfung (I_4):

Ausflugs- und bildungstouristische Angebote sollen einen wesentlichen Beitrag zur Sicherung und Steigerung der regionalen Wertschöpfung leisten. Die erhöhte Wertschöpfung kommt vor allem durch die Ausgaben der BesucherInnen zustande (nachfrageseitige Effekte). Um diese Effekte zu erheben, werden die projektverantwortlichen Auskunftspersonen im Rahmen der Befragung ersucht, das Ausmaß der Steigerung des Absatzes lokaler Produkte und Dienstleistungen einzuschätzen. Für die Spaten Landwirtschaft, produzierendes Gewerbe, Handel und Gastronomie soll eingetragen werden, ob das Projekt keinen, einen geringen, starken oder gar sehr starken Beitrag zur Steigerung des Absatzes leistet. Eine ergänzende Frage eruiert Personengruppen und Sektoren, die vom Projekt oder dem Angebot profitieren. In Abstimmung mit dem Naturpark liegt ein deutlicher Schwerpunkt auf dem Indikator „Beitrag zur regionalen Wertschöpfung“, sodass dieser mit 50% in die Dimension b (ökonomische Nachhaltigkeit) einfließt.

Tabelle 4: Indikatoren ökonomischer Nachhaltigkeit

Indikator	Messung	Optimal-wert	Gewich-tung
Beitrag zur regionalen Wertschöpfung I_4	Erhöhung der Wertschöpfung durch nachfrageseitige Effekte	Maximum	**50%**
Beschäftigung durch das Projekt I_5	zusätzliche Arbeitsplätze	Maximum	**30%**
Finanzierung I_6	Eigenmittelanteil zu Fördermittelanteil	Maximum	**20%**

Quelle: eigene Darstellung

Beschäftigung durch das Projekt (I_5):

Die Entwicklung und Umsetzung eines ausflugs- und bildungstouristischen Angebots kann neue Arbeitsplätze in der Region schaffen. Die Bildung neuer Jobs und die Sicherung bestehender Arbeitsplätze misst der Indikator I_5. Die Wahl fällt auf diesen Indikator, da Arbeit ein wesentliches Element der Regionalentwicklung bildet (siehe Abbildung 2, Kapitel 2.1.5). Die Fragebögen, die an die projektverantwortlichen Auskunftspersonen ergehen, erheben die Anzahl der neuen Vollzeitjobs, Halbtagsjobs sowie zusätzlich bezahlte stundenweise Aushilfe. Weiters können die Experten angeben, ob das Projekt Arbeitsplätze sichert, die ansonsten wahrscheinlich verloren gegangen wären.

Finanzierung (I_6):

In der in Kapitel 2.1.5 beschriebenen Theorie der neo-endogenen Entwicklung, geht Ray davon aus, dass meist Stimuli von außen (beispielsweise auch durch Förderungen) regionale Entwicklungen einleiten. Da viele Förderungen aber nur in der Anfangsphase eines Projektes zur Verfügung stehen, sollten ProjektbetreiberInnen und Regionen darauf abzielen, nach und nach die Fördermittel durch Eigenmittel zu kompensieren, um unabhängiger von Förderungen zu werden. Deshalb bildet die Finanzierung der untersuchten Projekte den dritten Indikator ökonomischer Nachhaltigkeit. Da genaue Summen und Budgets der Angebote schwierig zu erhalten und im Weiteren zu vergleichen sind, wird eine andere Form der Messung dieses Indikators gewählt. Die Befragung erhebt für jedes Projekt den Eigenmittelanteil bzw. Fördermittelanteil in Prozent vom Gesamtbudget. Ein hoher Eigenmittelanteil liefert in der Analyse einen Hinweis auf die Unabhängigkeit eines Angebotes von der Zuteilung von Fördergeldern.

11.3.3 Indikatoren sozialer Nachhaltigkeit

Die soziale Nachhaltigkeit mit den zugehörigen Indikatoren bildet die dritte Komponente und damit die Dimension c der Index-Erstellung. Tabelle 5 listet die verwendeten Indikatoren sozialer Nachhaltigkeit auf.

Nutzung durch die Einheimischen (I_7):

Die entwickelten ausflugs- und bildungstouristischen Angebote sollen neben der touristischen Attraktion auch eine Freizeit- und Bildungsmöglichkeit für die lokale Bevölkerung darstellen. Die Messung dieses Indikators erfolgt anhand des Anteils von Einheimischen zu Touristen und Ausflugsgästen. In Abstimmung mit dem Naturpark scheint ein ausgewogenes Verhältnis in der Nutzung zwischen den beiden Besuchergruppen optimal. In der weiteren Berechnung beträgt die Gewichtung dieses Indikators 20%.

Partizipation der Bevölkerung (I_8):

Ein Merkmal der integrierten ländlichen Entwicklung ist die Teilnahme der lokalen Bevölkerung an Entwicklungsprozessen in einer Region. Dieser Aspekt der Partizipation ist unter anderem in Übersicht 3 und Abbildung 1 enthalten. Die Partizipation der Bevölkerung kennzeichnet die erwünschten bottom-up Entwicklungen (siehe Kapitel 2.1.4.2). Zukünftige Projekte sollten sich an diesem Ansatz orientieren, deshalb fließt der Indikator „Partizipation der Bevölkerung am Projekt“ in die Index-Bildung mit ein. Eine breite Einbindung der Einheimischen kann damit einen Hinweis auf die Verankerung und den Rückhalt eines Projektes in der Bevölkerung geben. Dieser Indikator repräsentiert 40% des Dimensionsindex c (ökologische Nachhaltigkeit).

Tabelle 5: Indikatoren sozialer Nachhaltigkeit

Indikator	Messung	Optimal-wert	Gewich-tung
Nutzung durch die Einheimischen I_7	Anteil von Einheimischen zu Touristen	50%	**20%**
Partizipation der Bevölkerung I_8	Einbindung der lokalen Bevölkerung in Planung/Durchführung/ Evaluierung	Maximum	**40%**
Zufriedenheit mit dem Angebot I_9	Entwicklung der Besucherzahlen	Maximum	**40%**

Quelle: eigene Darstellung

Zufriedenheit mit dem Angebot (I_9):

Dieser Indikator soll einen Hinweis auf den Erfolg und die Zufriedenheit mit den untersuchten ausflugs- und bildungstouristischen Angeboten liefern. Die Entwicklung der Besucherzahlen seit Projektbeginn über die Projektmitte bis zum Jahr 2006 scheinen eine passende Abbildung des Indikators zu ermöglichen. Es wird angenommen, dass die Besucherzahlen steigen, wenn die Erwartungen der Besucher erfüllt werden. Der Indikator I_9 fließt mit 40% in die Berechnung ein.

11.4 Indizes der erhobenen Projekte

Die Ergebnisse aus den Fragebögen der Experteninterviews werden in ein Excel-File übertragen, um im Anschluss die Dimensionsindizes für ökologische, ökonomische und soziale Nachhaltigkeit sowie den synthetischen Nachhaltigkeitsindex kalkulieren zu können. Wie in Kapitel 9.2.2 erläutert, setzen sich in den Fragebögen die Fragen zu den Indikatoren jeweils aus einer qualitativen und einer quantitativen Komponente zusammen. Die Angaben zu diesen beiden Komponenten werden standardisiert und in Folge das Mittel berechnet. In den Tabellen 6, 8 bis 14 zu den einzelnen Indikatoren scheint dieser Wert als „I mittel“ auf. Die Werte von „I mittel“ sind in den Tabellen dunkelgrau unterlegt. Da sich bei manchen Indikatoren die Angaben zur qualitativen Komponente in den Fragebögen schwer vergleichen lassen, erscheint die Berechnung des Mittels für diese Indikatoren nicht sinnvoll. In diesem Fall repräsentiert „I mittel“ lediglich die entsprechende quantitative Komponente.

Wie in Kapitel 11.1 dargelegt, braucht es für die Indexbildung einer Standardisierung der Ausprägungen anhand von minimalen und maximalen Werten aller Projekte. Diese minimalen und maximalen Werte sind in den Tabellen jeweils hellgrau unterlegt.

11.4.1 Erhalt und sanfte Nutzung der Kulturlandschaft (Indikator 1)

In den Indikator, der den Erhalt und die sanfte Nutzung der Kulturlandschaft misst, fließen die Anzahl der neu ausgepflanzten Bäume durch das Projekt sowie die Maßnahmen zur Sicherung der Streuobstbestände ein. Tabelle 6 zeigt den relevanten Ausschnitt für den Indikator 1 aus der Excel-Kalkulation.

Tabelle 6: Erhalt und sanfte Nutzung der Kulturlandschaft

I_1					
Projektname	Anzahl gepflanzte Bäume	Anzahl Maß-nahmen	Standardisierter Wert Anzahl Bäume	Standardisierter Wert Anzahl Maß-nahmen	**I_1 Mittel (standard-isiert)**
ComNatura	0	1	0	0,33	**0,17**
Erlebnisweg	kaum	2	0	0,67	**0,33**
Kunst-Pfad	500	1	1	0,33	**0,67**
Apfelmatsch	0	0	0	0,00	**0,00**
Obstsortengärten	kaum	3	0	1,00	**0,50**
Rhöner Schau-Kelterei	500	2	1	0,67	**0,83**
Streuobstmuseum	150	2	0,30	0,67	**0,48**
Mostbaron	5	2	0,01	0,67	**0,34**
MostBirnHaus	*	1	*	0,33	**0,33**
St. Georgener Apfelfest	15	2	0,03	0,67	**0,35**
Mostgalerie am Bodensee	*	2	*	0,67	**0,67**

* keine Angaben

In den Befragungen gaben zwei Auskunftspersonen an, dass es durch ihr Projekt „kaum“ zu einer Auspflanzung neuer Streuobstbäume kommt. In diesem Fall wird in der Kalkulation mit dem Wert 0 weitergerechnet (Minimalwert). Hingegen gaben die Auskunftspersonen vom Kunst-Pfad und der Rhöner Schau-Kelterei an, dass pro Jahr etwa 500 Obstbäume neu ausgepflanzt werden. Dies entspricht dem Maximalwert. Folglich zeigt der standardisierte Wert für die Anzahl der neu ausgepflanzten Obstbäume die Maximalausprägung 1 für die Rhöner Schau-Kelterei und den Kunst-Pfad.

Bezüglich der Maßnahmen zur Sicherung der Streuobstbestände nannten die ExpertInnen einige unterschiedliche Maßnahmen:

- Bewusstsein für die Bedeutung der Streuobstbestände stärken
- Pflege der Streuobstbestände
- Sortenerhalt
- höhere Preise für Obst, Umsatzsteigerung

Diese Maßnahmen sind teilweise projektspezifisch, so zielen etwa das Streuobstmuseum Bruchsal und die Obstsortengärten Deggenhausertal auf die Pflege und den Sortenerhalt der Streuobstbestände ab. Bei einem Umweltbildungsunternehmen wie ComNatura trägt jedoch die Bewusstseinsbildung für die Bedeutung der Streuobstbestände oberste Priorität. Da eine Wertung und ein Vergleich der Maßnahmen nicht sinnvoll erscheinen, wird die Anzahl der gesetzten Aktivitäten herangezogen. Beispielsweise geht aus dem Fragebogen des

Streuobsterlebnisweges (in Markt Willanzheim) hervor, dass der Weg durch die Pflege der Bestände und der Bewusstseinsbildung zur Sicherung der Streuobstbestände beiträgt. In diesem Fall handelt es sich um zwei von vier genannten Antworten aus den Befragungen. Dieser Wert (zwei) geht in die weitere Berechnung des Indikators für die gesetzten Maßnahmen ein.

Aus dem Teil-Indikator „Anzahl der neu ausgepflanzten Bäume“ und dem Teil-Indikator „Maßnahmen zur Sicherung der Streuobstbestände“ leitet sich der Indikator „Erhalt und sanfte Nutzung der Kulturlandschaft“ ab. Die Angebote rund um Streuobst von Apfelmatsch und ComNatura erhalten die niedrigsten Werte für diesen ersten Indikator. Dies ist vor allem damit zu begründen, dass sich die Veranstaltungen hauptsächlich an Kinder richten und damit keine sofortigen direkten Auswirkungen auf die Kulturlandschaft zu beobachten sind. An dieser Stelle soll aber darauf verwiesen werden, dass diese Umweltbildungsaktivitäten äußerst wertvolle Methoden darstellen, um der jungen Generation Wissen zu vermitteln und ihr zukünftiges Konsumentenverhalten positiv zu beeinflussen. Die Rhöner Schau-Kelterei erhält die höchste Bewertung für den Indikator 1, was hauptsächlich auf die hohe Anzahl der neu ausgepflanzten Obstbäume zurückzuführen ist, gefolgt vom Kunst-Pfad und der Most-galerie am Bodensee (jeweils 0,67).

11.4.2 Nutzung öffentlicher Verkehrsmittel (Indikator 2)

Die Messung des Anteils öffentlicher Verkehrsmittel (inklusive Anreise zu Fuß oder mit dem Fahrrad) rund um die ausflugs- und bildungstouristischen Angebote veranschaulicht Tabelle 7. Der Indikator I2 setzt sich aus einer quantitativen Messung (% öffentliche Verkehrsmittel, Fahrrad und zu Fuß) und qualitativer Messung (Maßnahmen zur Reduktion des MIV) zusammen. Da alle Auskunftspersonen die Ja ankreuzten eine Maßnahme setzen, wird in der Kalkulation das Kriterium Ja/Nein verwendet. Ja entspricht einem Index von 1, nein entspricht einem Index von 0.

Die erwähnten Maßnahmen lauten:

- Selbst zur Zielgruppe hinfahren
- Verkehrslenkungen, Absperrungen
- Abstimmung mit den Fahrplänen öffentlicher Verkehrsmittel
- Das Angebot liegt entlang eines Wanderweges
- Präsente für jene, die mit öffentlichen Verkehrsmitteln anreisen
- Bewerbung ausschließlich im Gruppentourismus

Tabelle 7: Nutzung öffentlicher Verkehrsmittel

I_2						
Projektname	Öffentliche Verkehrs-Mittel/ zu Fuß/ per Rad	Maßnahmen zur Reduktion MIV		Standardisierter Wert	Standardisierter Wert	I_2
	%	ja	nein	% Öffentl.	Maß-nahmen	**Mittel (standardisiert)**
ComNatura	100	x		1,00	1	**1,00**
Erlebnisweg	10		x	0,05	0	**0,03**
Kunst-Pfad	50	x		0,47	1	**0,74**
Apfelmatsch	90	x		0,89	1	**0,95**
Obstsortengärten	*		x	*	0	**0,00**
Rhöner Schau-Kelterei	5	x		0,00	1	**0,50**
Streuobstmuseum	70	x		0,68	1	**0,84**
Mostbaron	100	x		1,00	1	**1,00**
MostBirnHaus	10		x	0,05	0	**0,03**
St. Georgener Apfelfest	25		x	0,21	0	**0,11**
Mostgalerie am Bodensee	50		x	0,47	0	**0,24**

* keine Angaben

Aus den standardisierten Teilindikatoren „Öffentliche Verkehrsmittel/zu Fuß/ per Rad“ und den Maßnahmen zur Reduktion des motorisierten Individualverkehrs setzt sich der Indikator 2 „Nutzung öffentlicher Verkehrsmittel“ zusammen (I mittel). Die Angebote von ComNatura und vom Mostbaron erhalten die höchsten Werte, dicht gefolgt von Apfelmatsch. Die Verantwortlichen von ComNatura und Apfelmatsch fahren zu ihrer Zielgruppe (Schulklassen). Der Verantwortliche des Angebotes Dr. honoris Mosticus (Mostbarone) setzt auf Gruppentourismus. Die niedrigsten Ausprägungen errechnen sich für den Streuobst Erlebnisweg und das MostBirnHaus. Bei beiden Angeboten ist der Anteil der Nutzung öffentlicher Verkehrsmittel gering, es kommen keine Maßnahmen zur Reduktion des motorisierten Individualverkehrs zum Einsatz.

11.4.3 Beitrag zum Umweltbewusstsein (Indikator 3)

Wie in Tabelle 8 dargestellt, besteht dieser Indikator lediglich aus der quantitativen Komponente aus dem Fragebogen. Die entsprechenden qualitativen Angaben bezüglich der Umweltbildungskomponente des Projektes sind sehr unterschiedlich und vom jeweiligen Projekt abhängig (siehe Projektbeschreibungen in Kapitel 10). Deshalb erscheint ein Vergleich der einzelnen Angaben nicht sinnvoll.

Tabelle 8: Beitrag zum Umweltbewusstsein

I3			
Projektname	Bildung %	70%=Opt.*	**I3 (standardisiert)**
ComNatura	90	50	**0,57**
Erlebnisweg	60	60	**0,86**
Kunst-Pfad	75	65	**1,00**
Apfelmatsch	80	60	**0,86**
Obstsortengärten	90	50	**0,57**
Rhöner Schau-Kelterei	50	50	**0,57**
Streuobstmuseum	90	50	**0,57**
Mostbaron	40	40	**0,29**
MostBirnHaus	30	30	**0,00**
St. Georgener Apfelfest	35	35	**0,14**
Mostgalerie am Bodensee	100	40	**0,29**

* Da 70% Bildungsanteil als Optimum definiert wurde, ist eine Über- bzw. Unterschreitung dieses Anteils gleich zusetzen. D.h. 90% entsprechen 50%. Für die Standardisierung wurde als Maximalwert jene Ausprägung herangezogen, die dem Optimum am nächsten kommt.

Wie in Kapitel 11.3.1 erläutert, wird das Optimum des Bildungsanteils gegenüber der Unterhaltungskomponente bei 70% angesetzt, da auch Umweltbildungsangebote einen gewissen Unterhaltungsfaktor aufweisen sollten, um sich attraktiv zu präsentieren. Dementsprechend sind die einzelnen Angaben in Relation zum Optimum zu setzen. Ein Wert von 90% Bildungskomponente entspricht somit einem Wert von 50% (jeweils 20% Differenz). Der Kunst-Pfad kommt dem Optimum mit 65% am nächsten, gefolgt vom Streuobst Erlebnisweg und den Veranstaltungen von Apfelmatsch. Die gleichen Bewertungen ergeben sich für ComNatura, Obstsortengärten Deggenhausertal, Rhöner Schau-Kelterei und das Streuobstmuseum Bruchsal. Die niedrigsten Werte errechnen sich für unterhaltungsbetonte Angebote (MostBirnHaus, Mostbaron, Apfelfest in St. Georgen) aber auch für die Mostgalerie am Bodensee.

11.4.4 Beitrag zur regionalen Wertschöpfung (Indikator 4)

In diesen Indikator fließen die Angaben zur Frage der Absatzsteigerung lokaler Produkte und Dienstleistungen sowie zur Frage der vom Projekt profitierenden Personengruppen (oder Sektoren) ein. Tabelle 9 bietet einen Überblick zu den Angaben und Ergebnisse dieses Indikators. In der Analyse bezüglich der Absatzsteigerung (siehe Fragebogen Anhang Seite A8) wird eine sehr starke Absatzsteigerung in einem Sektor mit 100% bewertet. Kommt es zu keiner Steigerung so wird mit 0% gerechnet. Eine geringe Absatzsteigerung lokaler Produkte und Dienstleistungen erhält ein Drittel und eine starke Steigerung zwei Drittel (z.B. 4 Nennungen bei geringer Steigerung ergeben 4*0,33=1,33). Aus dieser Summe errechnet sich der Teilindikator für die

Absatzsteigerung. Die Rhöner Schau-Kelterei und die Mostgalerie weisen mit einem Wert von 3 die höchste Ausprägung auf, während die Angebote von Apfelmatsch am wenigsten zur Absatzsteigerung beitragen.

Die dazugehörige qualitative Frage bezieht sich auf die Vielfalt profitierender Personengruppen und Sektoren. Die projektverantwortlichen Auskunftspersonen nannten insgesamt acht unterschiedliche Gruppen:

- Landwirtschaft
- produzierendes Gewerbe
- Handel
- Gastronomie (inkl. Tourismusvereine, Urlaub am Bauernhof)
- einheimische Bevölkerung (auch Schulklassen)
- Touristen/Tagesausflügler
- Gartenberatung (Kunst-Pfad)
- altes Handwerk (Kunst-Pfad).

Die Zahl der genannten Gruppen wird zur Berechnung des zweiten Teilindikators herangezogen (I4, Gruppen/Sektoren). Die höchste Ausprägung weist der Kunst-Pfad auf, dessen Verantwortlicher alle acht Gruppen nannte. Die niedrigsten Werte scheinen bei Apfelmatsch und ComNatura auf. Alle anderen Projekte sind bezüglich dieses Teilindikators relativ gleich.

11.4.5 Beschäftigung durch das Projekt (Indikator 5)

Der fünfte Indikator versucht, die zusätzlichen Arbeitsplätze, die sich durch das jeweilige Angebot ergeben, zu vergleichen. Um diese Vergleichbarkeit zu ermöglichen, muss berücksichtigt werden, dass ein zusätzlicher Vollzeitjob nicht einer stundenweise bezahlten Aushilfe entspricht. Dazu werden Vollzeitjobs mit 100% und Halbtagsjobs mit 50% gewertet. Die zusätzlich stundenweise bezahlten Aushilfen sind schwer in Relation zu den Vollzeitjobs zu setzen, da das Stundenausmaß nicht bekannt ist. Würde die stundenweise Aushilfe mit 10% (entspricht etwa 5 Stunden pro Woche im Vergleich zu Vollzeitjobs) einfließen, wäre jedoch das St. Georgener Apfelfest (50 stundenweise Aushilfe) besser bewertet als Projekte, die neue Vollzeitarbeitsplätze schaffen. Aus diesem Grund geht die zusätzlich stundenweise bezahlte Aushilfe mit 0% in die Bewertung ein. Das Ausmaß der zusätzlichen stundenweise bezahlten Aushilfe scheint jedoch in den einzelnen Projektbeschreibungen auf. Dasselbe gilt für die Anzahl der

Ehrenamtlichen. Die Zahl der Ehrenamtlichen spiegelt sich auch in der „Partizipation der lokalen Bevölkerung“ (soziale Komponente) wider.

Die Verantwortlichen von ComNatura konnten keine Angaben zur Frage der zusätzlichen Arbeitsplätze machen, da die MitarbeiterInnen des Unternehmens für verschiedene Umweltbildungsangebote (nicht nur Streuobst) zuständig sind. In der Kalkulation wird deshalb nur mit der Angabe bezüglich Jobsicherung weiter gerechnet. Der Vergleich der standardisierten Indikatorausprägungen der einzelnen Projekte lässt erkennen, dass die Rhöner Schau-Kelterei mit Abstand den höchsten Beschäftigungseffekt aufweist. Das kommt einerseits von den zusätzlichen Arbeitsplätzen und andererseits von der großen Zahl der gesicherten Jobs. Die Projektverantwortlichen des St. Georgener Apfelfestes gaben an, dass diese Veranstaltung zur Sicherung bestehender Jobs in der Landwirtschaft (Edelobstverwertung) beiträgt. Eine genaue Anzahl wird jedoch nicht genannt. Alle anderen Auskunftspersonen gaben diesbezüglich keine Angaben. Um dennoch eine Indikatorausprägung aus dieser Information zur Jobsicherung ableiten zu können, wird die Rhöner Schau-Kelterei mit einem Wert von 1 und das St. Georgener Apfelfest mit 0,5 bewertet. Alle anderen Projekte erhalten den Wert * (Jobsicherung).

Tabelle 9: Beitrag zur regionalen Wertschöpfung

I_4									
Projektname	Absatzsteigerung (Anzahl Nennungen je Kategorie)				Summe	I_4 **Absatz** (standardisiert)	Gruppen/ Sektoren	I_4 **Gruppen/ Sektoren** (standardisiert)	I_4 **Mittel** (standardisiert)
	keine (0%)	gering (33%)	stark (67%)	sehr stark (100%)					
ComNatura	0	4	0	0	1,33	0,37	4	**0,33**	**0,35**
Erlebnisweg	0	3	1	0	1,66	0,50	6	**0,67**	**0,58**
Kunst-Pfad	1	3	2	0	2,31	0,74	8	**1,00**	**0,87**
Apfelmatsch	3	1	0	0	0,33	0,00	2	**0,00**	**0,00**
Obstsortengärten	1	2	1	0	1,33	0,37	5	**0,50**	**0,44**
Rhöner Schau-Kelterei	0	1	1	2	3,00	1,00	5	**0,50**	**0,75**
Streuobstmuseum	*	*	*	*	*	*	5	**0,50**	**0,50**
Mostbaron	0	2	2	0	2,00	0,63	5	**0,50**	**0,56**
MostBirnHaus	0	2	2	0	2,00	0,63	5	**0,50**	**0,56**
St. Georgener Apfelfest	0	2	1	1	2,33	0,75	6	**0,67**	**0,71**
Mostgalerie am Bodensee	0	1	4	0	3,00	1,00	6	**0,67**	**0,83**

* keine Angaben

Tabelle 10: Beschäftigung durch das Projekt

I5											
Projektname	neue Jobs		zusätzliche Arbeitsplätze				Arbeitsplätze	**I5**	Jobsicherung	**I5**	**I5**
	ja	nein	Vollzeit (100%)	Halbtag (50%)	stunden weise (0%)	ehren amtlich (0%)	Summe	**Arbeits-plätze** (standardisiert)	Anzahl	**Job-sicherung** (standardisiert)	**Mittel** (standardisiert)
ComNatura	x		*				*	*	*	*	**0,00**
Erlebnisweg		x	0	0	0	20	0	**0,00**	*	*	**0,00**
Kunst-Pfad		x	0	0	0	0	0	**0,00**	*	*	**0,00**
Apfelmatsch		x	0	0	0	0	0	**0,00**	*	*	**0,00**
Obstsortengärten	x		0	1	0	2	0,5	**0,17**	*	*	**0,17**
Rhöner Schau-Kelterei	x		2	2	2	1	3,0	**1,00**	25	**1**	**1,00**
Streuobstmuseum		x	0	0	0	0	0	**0,00**	*	*	**0,00**
Mostbaron	x		0	0	4	0	0	**0,00**	*	*	**0,00**
MostBirnHaus	x		2	1	2	0	2,5	**0,83**	*	*	**0,83**
St. Georgener Apfelfest		x	0	0	50	50	0	**0,00**	*	*	**0,00**
Mostgalerie am Bodensee		x	0	0	1	2	0	**0,00**	*	*	**0,00**

* keine Angaben

Tabelle 11: Finanzierung

I6								
Projektname	% Förderungen am GB	I6	Finanzierung					
		Förderung (standardisiert)	Eigenmittel	Öffentliche Förderungen	Stiftungsgeld	Bankkredite	Sponsoring	Einnahmen
ComNatura	0	1	100%	0	0	0	0	0
Erlebnisweg	60	0,25	100%	0	0	0	0	0
Kunst-Pfad	40	0,5	15%	0%	40%	0%	30%	15%
Apfelmatsch	0	1	0	0	0	0	0	100%
Obstsortengärten	*	*	*	*	*	*	*	*
Rhöner Schau-Kelterei	0	1	100%	0	0	0	0	0
Streuobstmuseum	0	1	100%	0	0	0	0	0
Mostbaron	0	1	*	*	*	*	*	*
MostBirnHaus	60	0,25	*	*	*	*	*	*
St. Georgener Apfelfest	80	0	0	15.000€	0	3.000€	0	20
Mostgalerie am Bodensee	0	1	*	*	*	*	*	*

* keine Angaben

11.4.6 Finanzierung (Indikator 6)

Der Indikator zur Finanzierung errechnet sich aus dem Anteil der Förderungen am Gesamtbudget (vgl. Tabelle 11). Die anschließende Frage nach der Budgetzusammensetzung beantworteten einige Auskunftspersonen nicht. Die getätigten Angaben sind unterschiedlich und deshalb schwer vergleichbar. Deshalb wird der Aspekt der Budgetzusammensetzung nicht weiter in die Kalkulation einbezogen. Aus den Resultaten geht hervor, dass in der Finanzierung der Angebote von ComNatura, Apfelmatsch, Rhöner Schau-Kelterei, Streuobstmuseum Bruchsal, Mostbaron und Mostgalerie keine Fördermittel aufscheinen. Nur in den Streuobst Erlebnisweg, den Kunst-Pfad, das MostBirnHaus und das St. Georgener Apfelfest fließen Fördermittel.

11.4.7 Nutzung durch die Einheimischen (Indikator 7)

Tabelle 12 zeigt die Kalkulation und Ergebnisse für den Indikator „Nutzung durch die Einheimischen“. Wie in Kapitel 11.3.3 erläutert, wird das Optimum des Verhältnisses von Einheimischen zu Touristen/Ausflugsgäste gemeinsam mit dem Naturpark-Geschäftsführer auf 50 zu 50 festgelegt. Demzufolge nutzt die einheimische Bevölkerung im Optimalfall die Angebote in gleichem Ausmaß wie die Touristen. In Folge sind die Werte in Relation zum Optimum zu setzen. Ein 90% -Anteil von Einheimischen entspricht somit jenem von 10%.

Tabelle 12: Nutzung durch die Einheimischen

I7			
Projektname	Einheimische %	50% ist das Optimum	**I7 (standardisiert)**
ComNatura	90	10	**0,2**
Erlebnisweg	20	20	**0,4**
Kunst-Pfad	50	50	**1,0**
Apfelmatsch	100	0	**0,0**
Obstsortengärten	50	50	**1,0**
Rhöner Schau-Kelterei	50	50	**1,0**
Streuobstmuseum	80	20	**0,4**
Mostbaron	0	0	**0,0**
MostBirnHaus	*	*	*****
St. Georgener Apfelfest	30	30	**0,6**
Mostgalerie am Bodensee	50	50	**1,0**

* keine Angaben

Die zugehörige qualitative Frage im Fragebogen betrifft das überwiegende Einzugsgebiet der BesucherInnen. Da diese Information projektspezifisch und damit schwer in Relation zu anderen Angeboten zu setzen ist, sind diese Angaben lediglich in den einzelnen Projektbeschreibungen dargestellt.

Vier Projekte weisen bezüglich dieses Indikators die Maximalausprägung von 1 auf: der Kunst-Pfad, die Obstsortengärten Deggenhausertal, die Rhöner Schau-Kelterei sowie die Mostgalerie am Bodensee.

11.4.8 Partizipation der Bevölkerung (Indikator 8)

Die Kalkulation des Indikators 8 veranschaulicht Tabelle 13. Die projektverantwortliche Auskunftsperson vom St. Georgener Apfelfest gab an, dass 15 Organisationen in die Abwicklung der Veranstaltung eingebunden sind. Eine konkrete Anzahl von Personen wurde jedoch nicht genannt. Da hierbei anzunehmen ist, dass im Vergleich zu den anderen Projekten die meisten Personen involviert sind, wird weiter unterstellt, dass je zwei Personen einer Organisation tätig sind. Daraus leitet sich der Wert von 30 Personen und folglich die Maximalausprägung 1 ab.

Tabelle 13: Partizipation der Bevölkerung

I_8							
Projektname	Beteili-gung	**I8**	Phasen			I_8	I_8
	Personen	**Beteili-gung** (standardisiert)	Auftakt (1/3)	Um-setz. (1/3)	Evaluierung (1/3)	**Phasen** (standardisiert)	**Mittel** (standardisiert)
ComNatura	5	**0,17**	0	0	0	**0**	**0,08**
Erlebnisweg	15	**0,50**	x	x	x	**1**	**0,75**
Kunst-Pfad	9	**0,30**	x	x	0	**0,67**	**0,49**
Apfelmatsch	2	**0,07**	x	x	x	**1**	**0,53**
Obstsortengärten	20	**0,67**	x	x	x	**1**	**0,83**
Rhöner Schau-Kelterei	5	**0,17**	x	x	0	**0,67**	**0,42**
Streuobstmuseum	0	**0,00**	0	0	0	**0**	**0,00**
Mostbaron	10	**0,33**	x	x	0	**0,67**	**0,50**
MostBirnHaus	25	**0,83**	x	x	0	**0,67**	**0,75**
St. Georgener Apfelfest	30	**1,00**	x	x	0	**0,67**	**0,84**
Mostgalerie am Bodensee	5	**0,17**	x	x	x	**1**	**0,58**

Die relevante qualitative Frage im Fragebogen erhebt, in welchen Phasen und in welcher Form sich die Bevölkerung einbringt. Geben die Projektverantwortlichen an, dass sich die Bevölkerung in allen drei Phasen beteiligt, fließt dies mit 100% in die Kalkulation ein und ergibt eine Maximalausprägung von 1. Ist die Bevölkerung in nur einer Phase involviert, erhält das Projekt den Wert 0,33 und bei zwei Phasen den Wert 0,67.

Die Ergebnisse zeigen, dass das größte Ausmaß an Partizipation beim St. Georgener Apfelfest zu beobachten ist sowie bei den Obstsortengärten Deggenhausertal. Auch beim Streuobst Erlebnisweg und beim MostBirnHaus engagiert sich die lokale Be-

völkerung besonders im Vergleich zu den anderen Projekten. Die geringste Partizipation weisen die Veranstaltungen von ComNatura sowie das Streuobstmuseum Bruchsal auf.

11.4.9 Zufriedenheit mit dem Angebot (Indikator 9)

Tabelle 14 zeigt die Angaben zum Indikator I9, der die Zufriedenheit mit dem Angebot misst. In die Indikatorberechnung gingen die Besucherzahlen des Jahres 2006 sowie die Steigerung der Besucherzahlen seit Projektbeginn ein. Wie aus der Tabelle ersichtlich, kann das St. Georgener Apfelfest die meisten Gäste und den stärksten Besucheranstieg verzeichnen, gefolgt vom Kunst-Pfad (5.500 BesucherInnen). Das Apfelfest weist somit auch den Maximalwert für den Indikator „Zufriedenheit mit dem Angebot“ auf. Auch die Mostgalerie am Bodensee erfreut sich stark steigender Beliebtheit im Vergleich zu den ersten Projektjahren.

Tabelle 14: Zufriedenheit mit dem Angebot

I_9							
Projektname	BesucherInnen			**I9**	Stei-gerung	I_9	I_9
	Be-ginn	Mitte	2006	**Zahl 2006**	%	**Stei-gerung**	**Mittel** (standardi siert)
ComNatura	120	160	160	**0,00**	133	**0,17**	**0,08**
Erlebnisweg	1.000	2.000	2.000	**0,23**	200	**0,25**	**0,24**
Kunst-Pfad	*	*	5.500	**0,68**	*	*	**0,68**
Apfelmatsch	150	250	*	*	0	**0,00**	**0,00**
Obstsortengärten	*	*	*	*	*	*	*
Rhöner Schau-Kelterei	*	*	*	*	*	*	*
Streuobstmuseum	*	*	*	*	*	*	*
Mostbaron	100	400	400	**0,03**	400	**0,50**	**0,27**
MostBirnHaus	*	*	*	*	*	*	*
St. Georgener Apfelfest	1.000	4.000	8.000	**1,00**	800	**1,00**	**1,00**
Mostgalerie am Bodensee	200	400	900	**0,09**	450	**0,56**	**0,33**

* keine Angaben

Von Seite der projektverantwortlichen Auskunftspersonen der Obstsortengärten und des Streuobstmuseums wurden keine Angaben gemacht, da es sich jeweils um ein freizugängliches Gelände handelt. Besucherzahlen liegen hier nicht vor. Da das MostBirnHaus erst im April diesen Jahres eröffnet wird, sind zurzeit noch keine Angaben zu Besucherzahlen möglich.

11.4.10 Dimensionsindizes und synthetischer Nachhaltigkeitsindex

Die Werte der einzelnen Indikatoren werden im nächsten Schritt zu den Dimensionsindizes a (ökologische Nachhaltigkeit), b (ökonomische Nachhaltigkeit) und c (soziale Nachhaltigkeit) zusammengefasst. Die Formel zur Berechnung der

Dimensionsindizes sowie zur Berechnung des synthetischen Index scheint in Kapitel 11.1 auf. Die Gewichtung der Indikatoren erfolgt nach den zuvor festgelegten Anteilen (vgl. Tabelle 3, 4 und 5). Die Indizes der einzelnen Projekte veranschaulicht Tabelle 15. Die Dimensionsindizes werden zu gleichen Teilen mit je einem Drittel bewertet und ergeben damit den synthetischen Index.

Tabelle 15: Dimensionsindizes und daraus errechneter synthetischer Nachhaltigkeitsindex

Projektname	ökologischer Dimensionsindex a	ökonomischer Dimensionsindex b	sozialer Dimensionsindex c	Synthetischer Nachhaltigkeitsindex	Ranking
ComNatura	0,54	0,58	0,11	0,37	8
Erlebnisweg	0,40	0,34	0,48	0,36	10
Kunst-Pfad	0,79	0,54	0,67	0,60	2
Apfelmatsch	0,54	0,20	0,21	0,29	11
Obstsortengärten	0,37	0,33	0,90	0,48	3
Rhöner Schau-Kelterei	0,65	0,88	0,65	0,65	1
Streuobstmuseum	0,62	0,45	0,16	0,37	8
Mostbaron	0,52	0,48	0,31	0,39	7
MostBirnHaus	0,14	0,58	0,75	0,44	5
St. Georgener Apfelfest	0,21	0,35	0,85	0,43	6
Mostgalerie am Bodensee	0,42	0,62	0,56	0,48	3

Wie aus den Tabellen zur Berechnung der Indizes der einzelnen Indikatoren ersichtlich, stehen bei manchen Projekten keine Werte zur Verfügung. Um dennoch die Dimensionsindizes und den synthetischen Index für alle Projekte berechnen und in Folge alle Angebote in einem Portfolio darstellen zu können, wird folgende Vorgangsweise gewählt. Fehlt ein Index eines Indikators, ist die Gewichtung der restlichen vorhandenen Werte anzupassen. Ist etwa für den Indikator I_1 (Gewichtung von 0,4) kein Wert vorhanden, werden die Gewichte für I_2 und I_3 angepasst (von 0,3 und 0,3) auf 0,5 und 0,5.

Die hellgrau markierten Zahlen in Tabelle 15 zeigen die Minimum- und Maximalwerte der drei Dimensionsindizes. Der Kunst-Pfad in Hamburg weist im Vergleich zu den anderen Projekten die höchste ökologische Nachhaltigkeit auf, während das MostBirnHaus am niedrigsten in dieser Kategorie einzustufen ist. Das größte Ausmaß in der ökonomischen Nachhaltigkeit scheint für die Rhöner Schau-Kelterei auf. Den niedrigsten Wert verzeichnet das Projekt Apfelmatsch. In Bezug auf die soziale Nachhaltigkeit lässt sich festhalten, dass die Obstsortengärten Deggenhausertal am höchsten bewertet wurde, dicht gefolgt vom St. Georgener Apfelfest. Den geringsten Wert der Dimension c erhält das Unternehmen ComNatura. Eine genauere Diskussion der Ergebnisse erfolgt im Rahmen der Portfolio-Analyse in Kapitel 12.3.

Zum synthetischen Nachhaltigkeitsindex lässt sich festhalten, dass die Rhöner Schau-Kelterei nach dem hier gewählten Bewertungsschema mit einem Wert von 0,65 am höchsten einzustufen ist. An zweiter Stelle folgt der Kunst-Pfad mit 0,60. Diese beiden Angebote sind nach den Berechnungen mit Abstand die bestbewerteten Projekte. Nach den zu Grunde liegenden Annahmen und der Gewichtung der Indikatoren sind im weiteren die Obstsortengärten Deggenhausertal, das Apfelfest in St. Georgen im Lavanttal sowie die Mostgalerie am Bodensee etwa gleich einzustufen (Werte von 0,45 bis 0,48). Etwa die gleichen Werte zeigen die Angebote von ComNatura, Streuobst Erlebnisweg, Streuobstmuseum Bruchsal, Mostbaron (Dr. honoris Mosticus) und das MostBirnHaus mit dem synthetischen Nachhaltigkeitsindex von 0,36 bis 0,40. Das geringste Ausmaß an Nachhaltigkeit weist das Projekt Apfelmatsch auf. Die genaue Rangfolge scheint in Tabelle 15 auf.

An dieser Stelle sei noch einmal darauf hingewiesen, dass dieser Berechnung, die im Rahmen der vorliegenden Diplomarbeit erarbeiteten Maßstäbe und Gewichte für die Zusammenführung von Indikatoren zu Grunde liegen. Die verwendeten Indikatoren und deren Gewichtung bestimmen die Bewertung der Projekte. Der gebildete Index ist in dieser Form nicht in der Literatur zu finden. Die Abstimmung der einzelnen Indikatoren, deren Gewichtung und Zusammenführung zu einem Nachhaltigkeitsindex leitet sich jedoch aus den Überlegungen im Theorieteil dieser Diplomarbeit ab und erfolgt in Abstimmung mit dem Naturpark Obst-Hügel-Land.

12 Portfolio-Analyse

12.1 Anwendung der Portfolio-Analyse

Der Begriff „Portfolio“ stammt ursprünglich aus dem Bankenbereich. Dort spricht man beispielsweise von einem Wertpapier-Portfolio, wobei ein Anleger verschiedene Wertpapiere in seinem Anlagendepot hat. Neben einer Sammlung von Wertpapieren kann ein Portfolio aber auch eine Sammlung von Produkten oder Projekten darstellen, die nach unterschiedlichen Kriterien betrachtet werden (vgl. PROBST und HAUNERDINGER, 2001, 31).

Die Methode bildet ein Instrument der strategischen Planung. Bei einem Portfolio handelt es sich normalerweise um eine zweidimensionale Raster- bzw. Matrix-darstellung mit dem Ziel, einen strukturierten Bezugsrahmen zu schaffen und Informationen zu verdichten. Der Reiz liegt in der einfachen Darstellungsweise von schwierigen und unsicheren Entscheidungsgrundlagen (vgl. LOMNITZ, 2001, 94). Portfolios erfüllen eine Ordnungs- und Orientierungsfunktion. Sie bieten einen Überblick über zukünftige Stärken, Schwächen, Chancen und Risiken von Projekten. Mit ihrer Hilfe lassen sich Projekte identifizieren, bewerten und priorisieren (vgl. LOMNITZ, 2001, 94).

Die Analyse mündet in eine einfache grafische Darstellung komplexer Zusammenhänge. Die determinierenden Faktoren werden auf zwei Dimensionen reduziert, die an der X- und Y-Achse des Diagramms aufgetragen werden (vgl. WIKIPEDIA, 2006). Eine dritte Dimension lässt sich durch die Größe des Datenpunktes veranschaulichen. Die Skalen sollten so gewählt sein, dass sie symmetrisch zum Mittelpunkt sind, wobei größer auch qualitativ höherwertig bedeutet. Die Diagrammfläche teilt sich in vier oder mehr Felder auf. Rechts oben liegen die Stars, links unten die Nieten (vgl. WIKIPEDIA, 2006). Ein Portfolio kann mehrdimensional aufgebaut werden bezüglich (vgl. KUSTER et al, 2006, 29):

- Strategischen Kriterien
- Ökonomischen Kriterien / ökologischen Kriterien
- Ethischen Kriterien
- Chancen- und Risiken-Kriterien
- Muss-Kriterien

Abbildung 11 veranschaulicht die, aufgrund des im Theorieteil erläuterten Anspruchs der Nachhaltigkeit, in der Diplomarbeit verwendeten drei Dimensionen der Darstellung, wobei 0% Minimum und 100% die maximale beobachtete Ausprägung bedeuten:

- Ökologische Nachhaltigkeit
- Ökonomische Nachhaltigkeit
- Soziale Nachhaltigkeit

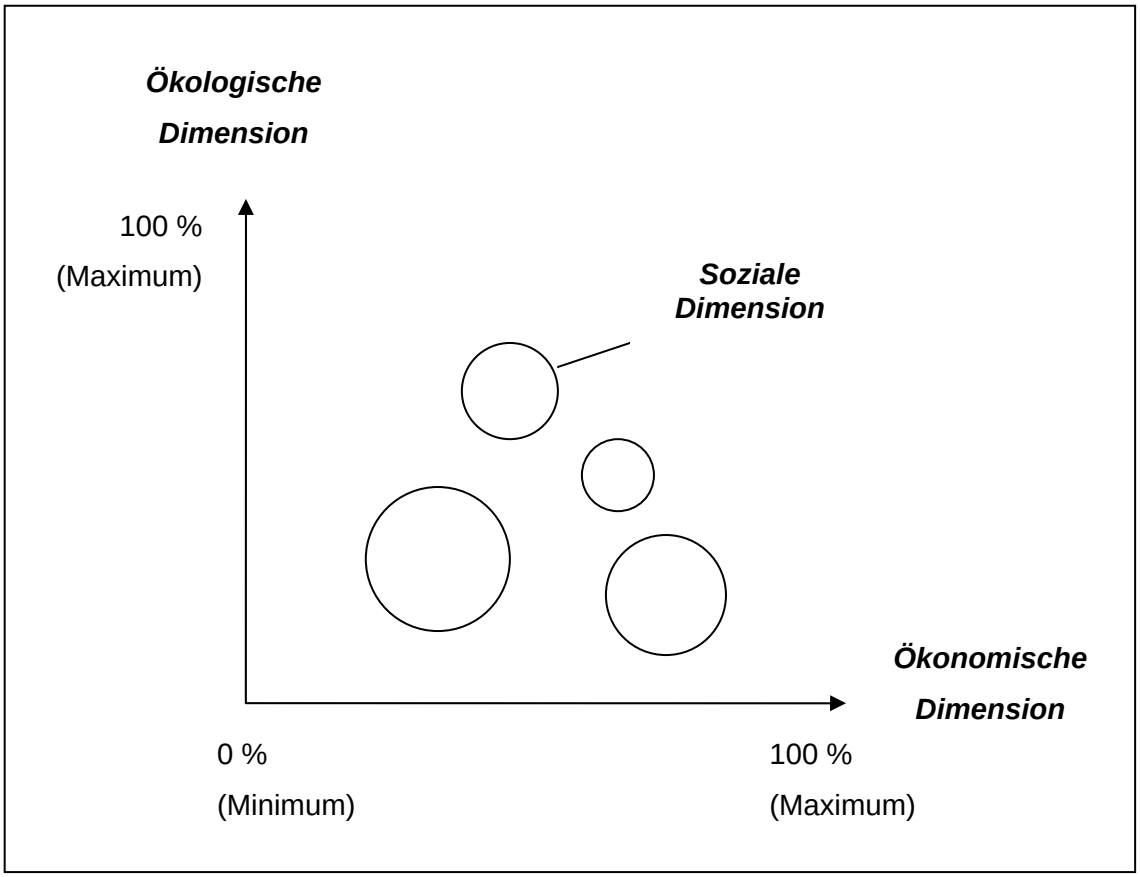


Abbildung 11: Modell des verwendeten Portfolios

Quelle: eigene Darstellung

12.2 Erstellung des Portfolios für die erhobenen Tourismusangebote

Das Portfolio stellt die Ergebnisse aus der Indexberechnung (vgl. Kapitel 11.4) graphisch dar. Dazu wurde im Excel ein Blasendiagramm erstellt. Die einzelnen Werte der Dimensionsindizes a, b und c bildeten die Grundlage für die relative Verteilung der Projekte im Portfolio (siehe Abbildung 12). Die X-Achse zeigt den ökonomischen Dimensionsindex (Dimension b) und die y-Achse die ökologische Nachhaltigkeit (Dimensionsindex a). Die Kreisgröße veranschaulicht das Ausmaß der sozialen Nachhaltigkeit (Dimensionsindex c).

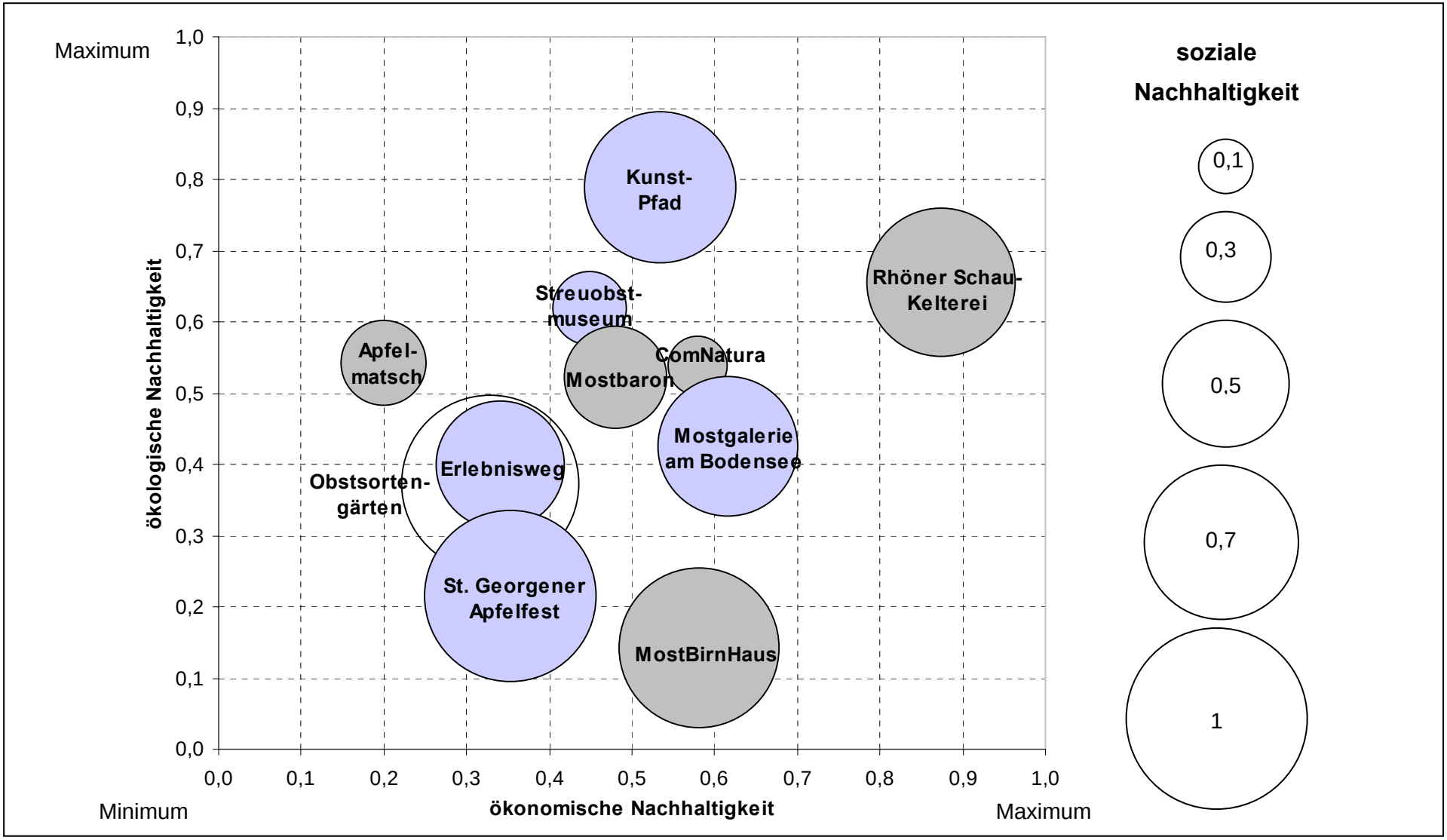


Abbildung 12: Portfolio der untersuchten Projekte

12.3 Reflexion und Diskussion der Ergebnisse der Portfolio-Analyse

12.3.1 Ökologische Nachhaltigkeit

Wie aus dem Portfolio zu entnehmen ist, stellt der Kunst-Pfad das ökologisch nachhaltigste Projekt unter den erhobenen ausflugs- und bildungstouristischen Angeboten dar. Die Umweltbildungsangebote von ComNatura und Apfelmatsch sowie das Streuobstmuseum, der Mostbaron und die Rhöner Schau-Kelterei befinden sich ebenfalls in der oberen Hälfte der ökologischen Nachhaltigkeit. Die restlichen Projekte sind in der unteren Hälfte angesiedelt (Werte unter 0,5). In Relation zum Kunst-Pfade weisen das MostBirnHaus und das St. Georgener Apfelfest die geringsten Werte auf. Daraus darf jedoch nicht abgeleitet werden, dass diese beiden Projekte etwa generell einen niedrigen Beitrag zum Erhalt der Kulturlandschaft leisten. Das Portfolio soll die Relationen aufzeigen um so den Vergleich unter den touristischen Angeboten zu ermöglichen.

12.3.2 Ökonomische Nachhaltigkeit

Entlang der X-Achse zeigt sich die Verteilung der Projekte im Hinblick auf deren relativen ökonomischen Nachhaltigkeitsaspekt. Die Rhöner Schau-Kelterei kann hier die höchsten Werte im Vergleich zu den anderen Projekten vorweisen. Die meisten touristischen Angebote liegen im mittleren Bereich der ökonomischen Nachhaltigkeit, und sind somit in diesem Punkt ähnlich einzustufen. Der Streuobst Erlebnisweg in Markt Herrnsheim, die Obstsortengärten sowie Apfelmatsch (relativ niedrigster Wert) befinden sich eher am unteren Ende dieser Skala.

12.3.3 Soziale Nachhaltigkeit

Die Projekte mit der größten Kreisfläche stellen die relativ besten in Hinblick auf soziale Nachhaltigkeit dar. Wie dem Portfolio zu entnehmen ist, zeigen vor allem die Projekte im Viertel links unten große Kreisflächen und damit relativ hohe Werte in der Dimension c. Im Kontrast dazu sind die Angebote von ComNatura und Apfelmatsch sowie das Streuobstmuseum in Bruchsal in sozialer Hinsicht geringfügiger einzustufen. Diese Tatsache lässt sich vor allem darauf zurückführen, dass weniger Personen in diese Projekte involviert sind. Dem gegenüber stehen hohe und weiter steigende Besucherzahlen bei einigen anderen Projekten (etwa beim St. Georgener Apfelfest und dem Streuobst Erlebnisweg), die sich in der Berechnung in negativer Weise auf das Ergebnis von ComNatura, Apfelmatsch und dem Streuobstmuseum auswirken.

Zusammenfassend lässt sich festhalten, dass die Rhöner Schau-Kelterei in Hessen und der Kunst-Pfad in Hamburg in dieser Portfolio-Analyse und der zu Grunde liegenden Indexberechnung (vgl. Kapitel 11.4) in Relation zu den anderen Projekten den größten Nachhaltigkeitsaspekt aufweisen. Wie erwähnt, handelt es sich bei dieser Indexberechnung um einen im Rahmen der Diplomarbeit entwickelten synthetischen Index. Die Zusammenstellung der Indikatoren und deren Gewichtung erscheinen passend für die Bewertung der Projekte im Hinblick auf deren mögliche Übertragbarkeit oder Adaptierung im Naturpark Obst-Hügel-Land.

13 Focus Groups

13.1 Anwendung der Focus Groups Methode

Während sich in der deutschen Literatur der Begriff „Gruppendiskussion“ etabliert hat, wird in der angelsächsischen Literatur meist der Begriff der focus group (Fokusgruppe) verwendet (vgl. BOGNER et al, 2005, 157). Zwischen den Methoden bestehen weitgehende Übereinstimmungen, es kann jedoch nicht von ein und derselben Methode gesprochen werden. Im Gegensatz zum Gruppeninterview und zur Gruppendiskussion richtet die Focus Group einen gezielten Fokus auf eine Thematik, welche ein Moderator oder eine Moderatorin durch einen Kurzinput (Präsentation, Einleitung, Video) der Gruppe näher bringt. Dies erfolgt in einem gruppendynamischen Prozess (vgl. DIEBALD, 2004, 3).

Die historische Entwicklung der Focus Groups lässt sich in drei Perioden einteilen. SozialwissenschaftlerInnen verwendeten unterschiedliche Formen von Gruppeninterviews seit den 1920er Jahren. Mit Arbeiten von Robert Merton und Paul Lazarsfeld ging die Entwicklung in eine eindeutige Richtung. Nach dem Zweiten Weltkrieg wurden Focus Groups fast ausschließlich in der Marktforschung eingesetzt. Seit den 1980er Jahren entwickelten sich die Einsatzbereiche weit über das Marketing hinaus (vgl. MORGAN und KRUEGER, 1998a, 37f).

Focus Groups bilden eine Form der qualitativen Forschungsmethoden. Als solche verwenden sie geleitete Gruppendiskussionen um ein reichhaltiges Verständnis der Erfahrungen und des Wissens der Teilnehmenden zu generieren. Diese Forschungsmethode produziert große Mengen an konzentrierten Daten innerhalb einer kurzen Zeitspanne. Forscher bilden Focus Groups für einen genau definierten Zweck und sie gestalten konzentrierte Diskussionen, die in dieser Form in „Wirklichkeit“ nicht stattfinden würden. Indem eine Gruppe zusammentrifft, können die Teilnehmenden ihre unterschiedlichen Ideen und Ansichten teilen und vergleichen. Sie diskutieren, was geschehen kann und welche Fragen den einzelnen betreffen. Focus Groups stellen eine Möglichkeit dar, um den Mitwirkenden zuzuhören und von ihnen zu lernen (vgl. MORGAN und KRUEGER, 1998a, 9ff). Die Methode funktioniert am besten, wenn die Interessen der Teilnehmenden mit jenen des Forschungsteams übereinstimmen. In hochqualitativen Focus Groups produzieren die gestellten Fragen lebendige Diskussionen, die exakt die Themen betreffen, über die man näheres erfahren will (vgl. MORGAN und KRUEGER, 1998a, 9).

Eine qualitative Moderierung ist entscheidend in Focus Groups. Der Moderator oder die Moderatorin beeinflusst wesentlich die Daten und Ergebnisse, die die Gruppe produziert. Die Aufgabe des Moderators oder der Moderatorin liegt in der Lenkung der Teilnehmenden, indem er ihr Interesse auf die wesentlichen Fragen fokussiert. Dabei darf er oder sie die Gruppeninteraktion aber nicht stören und nicht zu kontrollierend agieren. Der Moderierende hält die Diskussion aufrecht, indem er verhindert, dass einzelne Personen das Gespräch dominieren.

Die Teilnehmerzahl liegt im Regelfall zwischen sechs und zehn Personen und die Dauer beträgt zwischen einer und zwei Stunden. Diese beiden Faktoren hängen hauptsächlich von der Anzahl der Fragen ab (vgl. MORGAN und KRUEGER, 1998a, 29).

13.1.1 Einsatzmöglichkeiten

Focus Groups zeichnen sich besonders dadurch aus, dass sich durch eine kleine Gruppe von Teilnehmenden ein detaillierter Einblick in die Denkschemata, Verhaltensweisen und Motivation der Personen gewinnen lässt. In der Focus Group setzen sich die Teilnehmer ohne Druck kritisch mit dem eigenen Verhalten auseinander und generieren so Daten und Informationen, die mit anderen Methoden im quantitativen und teilweise im qualitativen Bereich nicht zu erhalten sind.

Focus Groups kommen in den verschiedensten Bereichen zum Einsatz. MORGAN und KRUEGER (1998a, 13ff) nennen vier grundlegende Einsatzmöglichkeiten.

- **Problemidentifikation:** Focus Groups können am Beginn eines Projektes zur Zieldefinition, Exploration und Problemidentifikation beitragen. Die Methode ist auch anwendbar, wenn die ForscherInnen noch wenig über das Thema wissen.
- **Planung:** in dieser Phase soll die Focus Group helfen, den besten Weg zur Zielerreichung zu finden, indem sie Umsetzungsmöglichkeiten aufzeigt.
- **Implementierung:** in der Umsetzungsphase eines Projekts können Focus Groups Aufschluss geben, wie erfolgreich die Implementierung vor sich geht und wie sie die Betroffenen wahrnehmen.
- **Bewertung:** nach Beendigung eines Projekts lassen sich durch Focus Groups die Geschehnisse und Erfolge Revue passieren, um daraus zu lernen und so zukünftige Projekte verbessern zu können.

13.1.2 Fragetypen

Die Fragestellung hängt im Wesentlichen davon ab, ob es sich bei der Focus Group um eine strukturierte oder eher unstrukturierte Vorgangsweise handeln soll. In strukturierten Diskussionen überwiegen die Interessen des Forschungsteams, während in wenig strukturierten Gruppen die Interessen der Teilnehmenden Priorität haben (vgl. MORGAN und KRUEGER, 1998b, 43ff). Wenn das Ziel in der Beantwortung vorgegebener Fragen liegt, ist eine strukturierte Vorgangsweise angebracht, die die Diskussion auf die wesentlichen Inhalte fokussiert. Ist das Ziel jedoch explorativ, sollte die wenig strukturierte Methode zur Anwendung kommen, um die unterschiedlichen Ansichten entdecken und verstehen zu können. Die Wahl ob strukturiert oder wenig strukturiert beeinflusst die Erstellung der Fragen. Wenig strukturierte Focus Groups sind jedoch nicht unfokussierte Gruppen, sondern widmen sich lediglich breiter angelegten Inhalten.

Zwei grundsätzliche Vorgangsweisen lassen sich unterscheiden. Einerseits kann ein „Topic Guide“ Verwendung finden. In einem derartigen Leitfaden werden die Fragen nicht ausformuliert, sondern relevante Themen oder Phrasen aufgelistet, die den Moderator an die interessanten Fragen erinnern. Die zweite Möglichkeit stellt die „Questioning Route“ dar, in der die Fragen in der Vorbereitungsphase genau formuliert werden (vgl. KRUEGER, 1998, 9ff). Beide Vorgangsweisen haben Vor- und Nachteile, was etwa die Flexibilität und die Verwertbarkeit der Antworten betrifft. Bei Verwendung eines Topic Guide ist eine erfahrene Moderierung notwendig, die im Zuge der Focus Group sinnvolle und klare Fragen formuliert. Der Moderator oder die Moderatorin soll außerdem mit dem relevanten Thema vertraut sein. Damit stellt ein Topic Guide wesentlich höhere Ansprüche an den Moderierenden als eine ausgearbeitete Liste von zu behandelnden Fragen. Im Rahmen der Diplomarbeit sollen zwei Focus Groups durchgeführt werden, die am selben Tag von zwei ModeratorInnen geleitet werden. Um die Vergleichbarkeit der Diskussionen zu wahren, sollen die gleichen Fragen gestellt werden. Deshalb erscheint es in der vorliegenden Diplomarbeit sinnvoll, die genauen Fragen auszuformulieren. Dadurch können die beiden ModeratorInnen der Questioning Route folgen, gleichzeitig wird die Vergleichbarkeit der Gruppen gewahrt (vgl. KRUEGER, 1998, 9ff).

KRUEGER (1998, 22ff) unterscheidet folgende Fragetypen:

- **Opening Questions:** Die Eröffnungsfrage dient der Einleitung und soll dazu beitragen, dass sich die Teilnehmenden an die Situation gewöhnen, sich wohl fühlen und untereinander ein gutes Gesprächsklima aufbauen. Im Rahmen der ersten Frage stellen sich meist die Teilnehmenden vor und beantworten eine Frage zu ihrer Person. Die Eröffnungsfrage soll keine Diskussionsfrage sein, aber ein

Prozess, um alle in der Gruppe zu einer frühen Äußerung zu bewegen. Einstellungs- und Meinungsfragen sollten erst in späteren Phasen folgen. Diese Eröffnungsfrage findet üblicherweise in der Auswertung nur geringe oder keine Berücksichtigung.

- **Introductory Questions:** Die Einleitungsfrage eröffnet die eigentliche Diskussion und führt damit auf das eigentliche Themengebiet hin. In dieser Phase gilt es, die Diskussion ins Laufen zu bringen. Üblicherweise handelt es sich um eine offene Frage, zu der die Teilnehmenden über ihre Sichtweise des relevanten Themas sprechen. Diese Frage kann nach einer Definition, Erklärung oder Erfahrungen fragen.
- **Transition Questions:** Diese Fragetypen bilden Überleitungen zwischen Themen und dienen als Einleitung der Key Questions. Während dieser Fragen erfahren die teilnehmenden Personen die Sichtweisen der anderen. Diese Art von Fragestellung baut eine Verbindung zwischen den Teilnehmenden und dem untersuchten Thema auf.
- **Key Questions:** Die Schlüsselfragen bilden den Mittelpunkt der Focus Group. Normalerweise fallen zwei bis fünf Fragen in diese Kategorie. Die Diskussion jeder einzelnen Schlüsselfrage benötigt 10 bis 15 Minuten. Die Antworten der Teilnehmenden gewähren Einblick in die zentralen Themen der Untersuchung.
- **Ending Questions:** Diese Fragen schließen die Focus Group. Die Abschlussfragen lassen sich in drei Typen unterteilen. „All-Things-Considered Questions“ geben den Teilnehmenden die Möglichkeit, ihre abschließende Meinung zu sagen und was ihnen in der Diskussion und im Weiteren am wichtigsten ist. Die „Summary Questions“ stellt der Moderator nachdem er eine kurze mündliche Zusammenfassung der Ergebnisse gegeben hat. Die Teilnehmenden werden über die Adäquatheit der Zusammenfassung befragt. Diese Frage spielt eine wichtige Rolle in der späteren Analyse. Der dritte Typ sind die „Final Questions“, dessen Zweck darin liegt, wichtige Aspekte nicht übersehen zu haben. Die Mitwirkenden können sich zu allfälligen fehlenden Punkten äußern.

Die Zahl der gestellten Fragen sollte sich an der Anzahl der Teilnehmenden, der beabsichtigten Gesamtdauer und der geplanten Dauer je Frage orientieren. Grundsätzlich gilt, je anspruchsvoller die Fragen und je intensiver die Diskussion, desto weniger Fragen sollten gestellt werden. Dadurch erhält jeder Teilnehmende entsprechend Zeit, um Diskussionsbeiträge zu liefern.

Die Fragen müssen klar formuliert, kurz, angemessen sein. Indem sie offen gestellt sind, regen sie die Diskussion an (vgl. KRUEGER, 1998, 31ff).

13.2 Questioning Route

13.2.1 Planungsablauf

Die Planung der Durchführung der Focus Groups setzt sich im Wesentlichen aus folgenden Teilschritten zusammen:

- Erstellung eines Themenkatalogs auf Basis der Überlegungen aus dem Theorieteil und der Ergebnisse der Interviews
- Ausarbeitung einer Questioning Route
- Pretest der Fragen
- Überarbeitung der Questioning Route
- Organisatorische Vorbereitung (Einladungen, Räumlichkeiten, Unterlagen, Technik, usw.)

13.2.2 Zielsetzungen der Focus Groups

In der Diplomarbeit sollen nicht nur ausflugs- und bildungstouristische Angebote rund um Streuobst erhoben werden. Vor dem Hintergrund einer integrierten nachhaltigen Regionalentwicklung mit dem Anspruch der Partizipation der lokalen Bevölkerung an Entwicklungsprozessen (vgl. Übersicht 3) ist es wünschenswert, unterschiedliche Personengruppen aus dem Naturpark in die Diskussion rund um das Thema „Ausflugs- und Bildungstourismus“ zu involvieren. Durch diesen bottom-up Ansatz steigt die Wahrscheinlichkeit einer möglichen Umsetzung, da die beteiligten Personen selbst Ideen entwickeln. Die Focus Groups stellen eine ideale Methode dar, um diesen Anspruch genüge zu tun. Durch diese Methode wird ein Prozess der Diskussion ins Rollen gebracht.

Das Hauptziel in den Focus Groups liegt in der Beantwortung der übergeordneten Forschungsfrage der vorliegenden Diplomarbeit „Welche (inter-)nationalen Best-Practice Angebote des Bildungs- und Ausflugstourismus lassen sich auf den Naturpark Obst-Hügel-Land übertragen, um dort zu einer integrierten nachhaltigen Regionalentwicklung beizutragen?“. Im Rahmen des Focus Groups Treffen mit Verantwortlichen aus dem Naturpark werden die erhobenen Projekte vorgestellt, und die Portfolio-Anlayse (siehe Kapitel 12) aus den errechneten Indizes für deren ökologische, ökonomische und

soziale Nachhaltigkeit präsentiert. An dieser Stelle soll festgehalten werden, dass es nicht Ziel sein kann, die vorgestellten ausflugs- und bildungstouristischen Angebote eins zu eins auf den Naturpark Obst-Hügel-Land zu übertragen. Sie sollen hingegen Beispiele aus anderen Regionen aufzeigen, die Diskussion anregen und die Ideengenerierung für Umsetzungsmöglichkeiten im Naturpark fördern.

Ein wesentliches Ziel in den Focus Groups liegt darin, dass die teilnehmenden Personen potentielle Projekte für den Naturpark reflektieren. Dabei sollen die Anforderungen an diese Angebote sowie notwendige Maßnahmen zur Umsetzung gemeinsam diskutiert werden. In einem weiteren Programmpunkt können die Mitwirkenden ihre Meinung zum präsentierten Portfolio abgeben und die der Bewertung zu Grunde liegenden Maßstäbe auf ihre Adäquatheit für den Naturpark Obst-Hügel-Land diskutieren. Im Folgenden besprechen die Teilnehmenden die einzelnen erhobenen ausflugs- und bildungstouristischen Angebote und wiegen die Vor- und Nachteile der Projekte ab. Im anschließenden Punkt gehen die Teilnehmenden auf die Übertragbarkeit ein. Dieser Schritt in der Diskussion soll Antwort auf die weiter oben angeführte Hauptforschungsfrage der Diplomarbeit geben. Im Anschluss steht eine mögliche Projektumsetzung im Obst-Hügel-Land zur Debatte.

Eine Übersicht der einzelnen Topics, wie sie sich den in Übersicht 15 erfassten Fragen zuordnen lassen, zeigt folgende Auflistung:

- Erwünschte Charakteristika zukünftiger Angebote (Bewertungskriterien, Portfolio)
- Diskussion der präsentierten Projekte
- Übertragbarkeit
- Projektumsetzung
- Akzeptanz in der Bevölkerung

13.2.3 Verwendete Questioning Route

Aus den theoretischen Überlegungen und den in Kapitel 13.2.2 aufgelisteten abzuhandelnden Themengebieten wird eine Questioning Route für das Focus Group Treffen im Naturpark erstellt. Übersicht 15 bietet einen Überblick über die gestellten Fragen, die entsprechend der in Kapitel 13.1.2 erörterten unterschiedlichen Kategorien (Fragetypen) gruppiert sind. Ebenfalls dargestellt ist die eingeplante Dauer je Frage und das Themengebiet.

Übersicht 15: Questioning Route

FRAGETYP	FRAGEN
OPENING Dauer: 5 min Thema: Vorstellung	Welche Erinnerungen aus der Kindheit verbinden Sie mit einer Streuobstwiese?
INTRODUCTORY Dauer: 5 min Thema: persönliche Beziehung zum Naturpark	Was verbindet Sie mit dem Ausflugs- und Bildungstourismus im Naturpark Obst-Hügel-Land?
TRANSITION Dauer: 5 min Thema: derzeitige Situation des Tourismus im Naturpark	Wo liegen Lücken im aktuellen touristischen Angebot?
KEY Dauer: 10 min Thema: zukünftige Angebote im Naturpark	Was würden Sie gerne einem Touristen in 3/5 Jahren über die Angebote und Möglichkeiten im Naturpark erzählen?
KEY Dauer: 20 min Thema: Diskussionen der Projekte	Sprechen wir über die vorgestellten Projekte aus anderen Regionen. Was halten Sie von den vorgestellten Projekten? Zu jedem Projekt einen A3 Bogen mit der Überschrift auflegen. Sagen Sie uns bitte, wo aus Ihrer Sicht (Erfahrung) positive und negative Seiten in diesen Projekten liegen (auf dem Bogen mitschreiben). (nicht mehr genauer nachfragen, wenn zu einem Projekt keine Nachteile kommen, sonst dauert die Diskussion zu lange).
KEY Dauer: 5 -10 min Thema: zusätzliche Projekte	Welche Projekte fallen Ihnen zusätzlich ein? Kennen Sie andere Projekte, die Sie uns gerne vorstellen würden? (jedes neue Projekt auf einem Bogen schreiben).
KEY Dauer: 20 min Thema: Übertragbarkeit (positive Effekte)	Welche Projekte lassen sich Ihrer Meinung nach mit dem größten Nutzen in das Obst-Hügel-Land übertragen? (inkl. neu hinzugekommener Projekte) Welches der erörterten Projekte verspricht den größten Nutzen für den Naturpark und warum?

	Welche Projekte könnten zu einer Attraktivitätssteigerung der bestehenden Angebote im Naturpark Obst-Hügel-Land beitragen?
KEY Dauer: 10 min Thema: Übertragbarkeit (negative Effekte)	Bei welchen Projekten ist Konkurrenz mit bestehenden Angeboten zu befürchten? Welche möglichen sonstigen negativen Effekte können durch neue touristische Angebote auftreten? Welche Projekte sind nicht oder nur schwer im Naturpark umsetzbar und warum? Wie könnte man darauf reagieren?
KEY Dauer: 10 min Thema: Ranking aller Projekte	Welche erörterten ausflugs- und bildungstouristischen Angebote würden aus Ihrer Sicht den größten Nutzen für den Naturpark bringen? Je Person können fünf Klebepunkte zu den einzelnen Projekten vergeben werden; es können auch alle fünf Punkte einem einzigen Projekt zugeteilt werden. Dadurch kann ein(e) Teilnehmer(in) seinen Favoriten auch mit mehreren Punkten kennzeichnen. Diskussion über die Verteilung der Punkte
TRANSITION Dauer: 5 min Thema: Schritte zur Umsetzung	Welche ersten Schritte sind notwendig, um die vier höchstgereihten Projekte umzusetzen?
KEY Dauer: 10 min Thema: Projektumsetzung	Bei welchen Projekten würden Sie gerne mitmachen? Bei welchen auf keinen Fall? (Namen sammeln auf Plakat, wenn das ganze im Plenum und nicht in Kleingruppen stattfindet; am Ende der Veranstaltung vielleicht Termin für nächstes Treffen ausmachen oder eine provisorische Ansprechperson finden, die die Diskussion weiterführt) Es besteht keine Verpflichtung, sich irgendwo dazu zu schreiben! Welche Schritte könnten Sie selbst für die Umsetzung eines Projektes setzen?
TRANSITION Dauer: 5 min Thema: Sichtweise zu Akzeptanz	Wer würde von den einzelnen Projekten (Top 4) profitieren?

KEY Dauer: 5 min Thema: Einbindung der Bevölkerung und Kooperationen	Wie schätzen Sie die Akzeptanz einzelner Angebote (Top 4) in der lokalen Bevölkerung? Durch welche Maßnahmen können etwaige Akzeptanzprobleme von Seiten der einheimischen Bevölkerung behoben oder gemindert werden?
ENDING Dauer: 10 min Thema: Zusammenfassung	Konnten Ihnen die Präsentation der Projekte und die Diskussion Perspektiven/Ideen für neue touristische Angebote eröffnen? Welche? Welches der diskutierten Themen erscheint Ihnen am wichtigsten? Schreiben Sie bitte in einem Satz oder einer Phrase Ihre Meinung zu diesem Thema auf einen kleinen Zettel. Der Moderator präsentiert das Geschriebene. Nach einer kurzen Zusammenfassung des Moderators: Ist das eine zutreffende Zusammenfassung des Gesagten? Was würden Sie ergänzen? (Ausgangspunkt für die Präsentation im Plenum)

13.3 Zusammensetzung der Focus Groups im Naturpark Obst-Hügel-Land

Die Einladung[25] zu einem Workshop in dessen Rahmen die Focus Group Diskussion durchgeführt wurde, erging an unterschiedliche Personengruppen, die in den Naturpark Obst-Hügel-Land involviert sind. Der Geschäftsführer des Naturparks sendete die Einladungen an Leute aus der lokalen Bevölkerung der beiden Naturparkgemeinden, Vorstand des Naturparks, Betreiber von Mostschenken, Direktvermarkter, Gasthäuser sowie an lokale und überregionale Entscheidungsträger. Eingeladen wurden auch MitarbeiterInnen des Landes Oberösterreich und LEADER-Beauftragte. Aus der Gemeinde Scharten nahm bedauerlicherweise niemand am Diskussionsnachmittag teil.

[25] Siehe Anhang Seite A12

Am Focus Group Treffen nahmen schließlich folgende Personen teil:

- Robert Binder Ausschuss für Tourismus
- Franz Dopler Ortsbauernobmann St. Marienkirchen an der Polsenz
- Gudrun Fuß Natur- und Landschaftsführerin im Naturpark
- Klaus Hermüller Obmann Obst- und Gartenbauverein
- Herta Mayr Schule am Bauernhof, Landwirtin
- Bettina Raab Direktvermarkterin
- Walter Schauer Mostproduzent
- Rainer Silber Geschäftsführer des Naturparks

13.4 Durchführung der Focus Groups

Das Focus Group Treffen fand im Rahmen eines Diskussionsnachmittages am 30. März 2007 im Gemeindezentrum St. Marienkirchen an der Polsenz statt. Der genaue Ablauf der Veranstaltung ist dem Manual[26] zu entnehmen. Das Treffen dauerte von 13.00 bis 17.00 Uhr. Nach der Begrüßung durch den Geschäftsführer des Naturparks stand eine kurze Vorstellungsrunde am Programm, in der sich die Teilnehmenden kurz vorstellten und ihre Tätigkeit und Verbindung zum Naturpark erörterten. Im nächsten Programmpunkt wurde ein Überblick über die einzelnen Programmpunkte gegeben und kurz auf die Ziele für den Diskussionsnachmittag eingegangen. Den Teilnehmenden wurde erklärt, dass in diesem Treffen einzelne Projekte nicht bis zur konkreten Umsetzung entwickelt werden können. Jedoch konnten die Teilnehmenden Projekte rund um Streuobst aus anderen Regionen kennen lernen, sich Ideen und Anregungen für den Naturpark holen und sich in die Diskussion einbringen.

Den nächsten Punkt im Programm bildete eine Kurzvorstellung der bisherigen Diplomarbeit, und schließlich die Präsentation der erhobenen ausflugs- und bildungstouristischen Projekte anhand einer Powerpoint-Präsentation. Je Projekt war eine Zeit von rund drei Minuten eingeplant. Im Anschluss an jedes Projekt konnten die ZuhörerInnen Fragen stellen. Nach der Präsentation erhielten die Teilnehmenden Handouts[27], die die wesentlichen Folien zu den Projekten aus der Präsentation enthielten. Diese Handouts erwiesen sich als wertvolle Hilfe in der folgenden

[26] Siehe Anhang Seite A13

[27] Siehe Anhang Seite A15

Diskussion, um einzelne Punkte noch einmal nachlesen zu können. Die Handouts konnten am Ende mit nach Hause genommen werden. Den nächsten Programmpunkt bildete die Vorstellung des Portfolios, in der auf die verwendeten Indikatoren, deren Gewichtung und die grafische Darstellung eingegangen wurde. Auf die Frage zur Vorgehensweise bei der Bewertung, der Darstellung und zur Verteilung der Projekte im Portfolio und den verwendeten Bewertungskriterien herrschte unter den Teilnehmenden positive Übereinstimmung mit dem Ergebnis im Portfolio. Die Mitwirkenden regten keine zusätzlichen Indikatoren an. Ihrer Meinung zufolge sollte auch kein Indikator weggelassen werden.

Den nächsten Punkt im Tagesablauf bildete die eigentliche Focus Group Diskussion. Dazu wurden anhand einer Powerpoint-Präsentation einige grundsätzliche Erklärungen zu Focus Groups und den Zielen dieser Diskussion gegeben. Einige Richtlinien sollten den Teilnehmenden als Orientierung in der Diskussion dienen:

- Es gibt keine falschen Antworten, nur unterschiedliche Sichtweisen.
- Sie müssen nicht mit den anderen übereinstimmen, aber hören Sie bitte den anderen in ihren Ausführungen zu. Es soll immer nur eine Person sprechen.
- Schalten Sie bitte Ihr Handy ab.
- Die Aufgabe der ModeratorInnen ist es, die Diskussion zu leiten, nicht Antworten auf die Fragen zu geben.
- Sprechen und diskutieren Sie miteinander (KRUEGER und KING, 1999, 63).

In der Planung war vorgesehen, die Teilnehmenden in zwei Focus Groups aufzuteilen und diese gleichzeitig abzuhalten (siehe Manual[28]). Die Ergebnisse der beiden Gruppen hätten in der Auswertung unterschiedliche Meinungen aufzeigen können, und damit einen Vergleich ermöglicht. Da jedoch für die Teilung in zwei Gruppen zu wenige Leute anwesend waren, und eine Person früher gehen musste, erschien es angebracht, die Fragen aus der Questioning Route mit nur einer Gruppe durchzugehen. Somit konnte der Geschäftsführer des Naturparks Rainer Silber, der andernfalls die zweite Gruppe moderiert hätte, aktiv an der Diskussion teilnehmen. Nach MORGAN und KRUEGER (1998b, 83) ist es unproblematisch, lediglich eine Focus Group durchzuführen, wenn nicht ausreichend TeilnehmerInnen anwesend sind.

Die Limitation dieser Vorgehensweise liegt darin, dass der Inhalt der Diskussion nicht von den spezifischen Charakteristika der Teilnehmenden und der Gruppendynamik

[28] Siehe Anhang Seite A 13

getrennt werden kann. Die Auswertung der Ergebnisse muss auf diese Beschränkung Rücksicht nehmen (vgl. MORGEN und KRUEGER, 1998b, 83).

Die Focus Group dauerte zwei Stunden und 10 Minuten und wurde mittels Audiokassetten, einem digitalen Aufnahmegerät sowie schriftlicher Notizen festgehalten.

13.5 Resultate der Focus Group

13.5.1 Lücken im aktuellen touristischen Angebot

Wie aus der Questioning Route (siehe Übersicht 15) hervorgeht, sollten die Teilnehmenden der Focus Group in einem ersten Punkt das touristische Angebot im Naturpark diskutieren und Lücken im Angebot nennen. Dazu ist festzuhalten, dass die Focus Group im Anschluss an die Präsentation der erhobenen Projekte erfolgte. Die Teilnehmenden orientierten sich und verglichen dadurch das Angebot im Naturpark mit den gezeigten ausflugs- und bildungstouristischen Angeboten aus dem In- und Ausland.

Die Teilnehmenden sahen ein großes Manko bei den bestehenden Wanderwegen in St. Marienkirchen. Die BesucherInnen können am Beginn und am Ende der Wege Speisen und Getränke konsumieren, dazwischen liegt jedoch im Hinblick auf Einkehrmöglichkeiten und diverse Attraktionen eine „Durststrecke“. Sitzgelegenheiten und Mistkübel entlang der Wege werden erwünscht. Die Teilnehmenden stimmten überein, dass entlang jedes Wanderweges zumindest ein Rastplatz vorhanden sein sollte. Weiters fehlt ein einheitliches Erscheinungsbild der Beschilderung der Wege und des gesamten touristischen Angebotes. Der bestehende Lehrgarten ist beispielsweise nicht beschildert. In Folge finden nicht ortskundige BesucherInnen den Garten nur schwer. Außerdem ist der Lehrgarten zugesperrt und nur zu bestimmten Veranstaltungen zugänglich.

Als weitere Defizite wurden das geringe touristische Angebot und die begrenzten Einkehrmöglichkeiten an den Werktagen genannt. St. Marienkirchen verfügt im Gegensatz zur Gemeinde Scharten über nur eine Mostschenke, die lediglich an den Wochenenden geöffnet ist. Das Hauptgesprächsthema zu dieser Frage beschäftigte sich mit den Zielgruppen des Naturparks. Derzeit besteht ein gutes Angebot für die Gruppe 50+, eine zweite Zielgruppe bilden Familien mit Kindern. Für diese Zielgruppe fehlt das Angebot, wie etwa Spielplätze oder Erlebniswege. Auch für Schulklassen und Kindergärten halten sich die Möglichkeiten im Naturpark in Grenzen.

13.5.2 Wünsche an das zukünftige touristische Angebot

Aus den Lücken im derzeitigen Angebot ergeben sich die Wünsche an das zukünftige ausflugs- und bildungstouristische Angebot im Naturpark. Die BesucherInnen sollen im Naturpark auf viel Interessantes stoßen. Den Gästen aber auch den Einheimischen sollen die Augen für die Schönheit der Natur im Obst-Hügel-Land geöffnet werden. In diesem Sinne wären etwa Stationen entlang der bestehenden Wanderwege wertvoll, bei denen die BesucherInnen selbst aktiv werden können. Nicht jeder Weg muss derartige Stationen oder Attraktionen aufweisen. Die Teilnehmenden nannten den „Baumkronenweg“ in Kopfing, den „Keltenweg“ im Attergau und den „Weg der Sinne“ in Haag am Hausruck (alle in Oberösterreich) als Vorbilder, denen es gelang, durch ihre Einzigartigkeit und mit guter Vermarktung Bekanntheit zu gewinnen. Das Besondere am Naturpark Obst-Hügel-Land ist die typische Landschaft, die sich aber schwer kommunizieren und „transportieren“ lässt. Ein besonderer Erlebnisweg hingegen ließe sich gut vermarkten und würde Leute aus ganz Oberösterreich oder darüber hinaus ansprechen. Im Weiteren könnte ein Aussichtspunkt oder eine Aussichtswarte mit Blick in das Eferdinger Becken, Scharten oder Richtung Pöstlingberg die Landschaft in Szene setzen. Plätze dafür wären vorhanden.

Die Familie Schauer in St. Marienkirchen erzeugt und vermarktet auf ihrem Hof Most und Saft. Zurzeit wird am Betrieb ein neuer Keller gebaut, in den eine Schau-Kellerei ähnlich zum erhobenen Projekt „Rhöner Schau-Kelterei“ integriert werden soll. Die BesucherInnen könnten in dieser Schau-Kellerei Wissenswertes rund um die Mostproduktion erfahren. Im Rahmen eines Ganztagsprogramms könnten die Gäste das Mostmuseum besichtigen und sich im Anschluss beim Mostheurigen stärken. Packages dieser Art sollen in Zukunft entwickelt werden.

In der Focus Group wurde erwähnt, dass jedes Jahr einige Schulklassen aus anderen Gemeinden im Rahmen eines Halbtagwandertages das Mostmuseum in St. Marienkirchen besuchen. Für diese SchülerInnen könnte ein Ganztagswandertag mit einem Apfelsaft-Pressen angeboten werden. Die Teilnehmenden der Focus Group regten an, entlang eines Rundweges Wanderungen mit Schülern zu einzelnen Bauernhöfen zu unternehmen. Dabei könnten die Kinder Einblick in die Produktion der Lebensmittel erhalten. Die Teilnehmenden wünschen sich Angebote, bei denen die Kinder im Rahmen von Exkursionen einen Bauernhof im Naturpark im Frühjahr, Sommer und im Herbst besuchen. Auf diese Weise sehen die Kinder beispielsweise, wie die Apfelbäume im Frühjahr blühen, im Sommer die Äpfel heranreifen und im Herbst geerntet werden.

13.5.3 Übertragbarkeit der ausflugs- und bildungstouristischen Angebote

Die Diskussion in der Focus Group zur Übertragbarkeit ausflugs- und bildungstouristischer Angebote auf den Naturpark Obst-Hügel-Land gibt Antworten auf die zentrale Forschungsfrage der vorliegenden Diplomarbeit:

„Welche (inter-) nationalen Best-Practice Angebote des Bildungs- und Ausflugstourismus lassen sich auf den Naturpark Obst-Hügel-Land übertragen, um dort zu einer integrierten nachhaltigen Regionalentwicklung beizutragen?“

Dazu diskutierten die Teilnehmenden die Vor- und Nachteile der präsentierten Projekte, und gingen im Anschluss auf die Fragen aus der Questioning Route (siehe **Übersicht 15**) zur Übertragbarkeit der Angebote mit positiven und eventuellen negativen Effekten ein. Die Übertragbarkeit wird im Folgenden anhand der einzelnen Projekte aufgezeigt.

Schulprogramm und Kinderführungen von ComNatura bzw. Apfelmatsch

Diese beiden Angebote aus Deutschland werden in der Diskussion zur Übertragbarkeit gemeinsam behandelt, da es sich um sehr ähnliche Konzepte handelt. Im Unterschied zum Apfelmatsch ist ComNatura ein Unternehmen, das durch die Schulprogramme neue Arbeitsplätze schaffen konnte und finanziell eigenständig bestehen kann. Diese Tatsachen sahen die Diskussionspartner als großen Vorteil des Angebotes. Als Nachteile empfanden die Teilnehmenden, dass ein Pool an geschulten MitarbeiterInnen zur Durchführung der Veranstaltungen notwendig ist, die zu gegebenen Zeiten verfügbar sind. Die Veranstaltungen finden gehäuft bei Schönwetter oder an bestimmten Tagen statt, wodurch sich Leerlaufzeiten ergeben. Diese Frage der Organisation wäre bei einer Umsetzung im Naturpark zu klären.

Im Rahmen derartiger Schulprogramme könnten die MitarbeiterInnen auf die Obstvielfalt wie Kirschen, Äpfel, Marillen im Jahresverlauf im Naturpark hinweisen und auf diese Weise das Bewusstsein der Kinder für regionale Lebensmittel stärken. Eine Zusammenarbeit mit den lokalen Schulen aber auch mit Schulen aus den umliegenden Gemeinden bzw. Städten wie Linz und Wels wäre denkbar und erstrebenswert. Im Weiteren könnte bei einer „gesunden Jause“ oder einem „Biofrühstück“ in den Schulen regionale Produkte angeboten werden.

Schulprogramme und Kinderführungen wie „Opas Äpfel schmecken besser“ und „Apfelsaft selbstgemacht“ könnten ein Programm für schulautonome Tage darstellen, oder ließen sich in den Sachkundeunterricht von Volksschulen einbauen. Die Einführung von einer Veranstaltung, die sich aus drei Exkursionen (im Frühjahr, Sommer und Herbst) zusammensetzt, wurde in der Focus Group angeregt diskutiert und fand großen Gefallen.

Streuobst Erlebnisweg Markt Herrnsheim

Im Naturpark existiert bereits die Idee, einen Themenweg rund um Streuobst anzulegen. Derzeit stellt das größte Problem der Wegverlauf dar. Alle betroffenen GrundstückseigentümerInnen müssten der Benützung ihrer Flächen zustimmen. In der Diskussion wurde angeregt, dass das Mostmuseum und der Lehrgarten in St. Marienkirchen zwei Stationen an einem derartigen Erlebnisweg bilden könnten. Eine weitere Station könnte unter dem Thema „Lebensraum Wasser“ stehen. Wichtig war allen Diskutierenden, dass es sich um einen Erlebnisweg mit vielen interessanten Stationen und nicht um einen althergebrachten Lehrpfad handeln soll. Der Streuobst Erlebnisweg in Bayern ist ein gutes Beispiel dafür, und weckte bei den Teilnehmenden großes Interesse. Da dieser Weg nicht allzu weit vom Obst-Hügel-Land entfernt liegt, soll eine Exkursion organisiert werden, bei der sich Interessierte aus den beiden Naturparkgemeinden St. Marienkirchen und Scharten ein näheres Bild von den einzelnen Stationen machen können. Es ist ein besonderes Anliegen, ein solches Konzept im Naturpark in den nächsten Jahren zu verwirklichen.

Kunst-Pfad

Der Kunst-Pfad in Hamburg weist viele Vorteile auf, die sich auch im Obst-Hügel-Land verwirklichen ließen. Durch die Ausrichtung auf Kunst spricht die Veranstaltung neue Personengruppen (Kunstinteressierte) an. Konkurrenz mit anderen Angeboten im Naturpark wäre nicht zu befürchten, da es nichts im Naturpark gibt, das durch Kunst die typische Landschaft mit den Streuobstbeständen in Szene setzt. Das Konzept hinter dem Kunst-Pfad ließe sich auf den Naturpark übertragen, wobei es in eine andere Veranstaltung, etwa in die Mostverkostung oder ein Herbstfest, integriert werden würde. Ein fixer Termin sollte eingeführt werden, damit die Bewerbung eines derartigen Festes einfacher fällt. In der Diskussion fielen bereits Namen bekannter KünstlerInnen aus der Region, die ihre Werke ausstellen und die Kulisse der Streuobstwiesen inszenieren könnten.

Obstsortengärten Deggenhausertal und Streuobstmuseum Bruchsal

Die Diskussion zur Übertragbarkeit behandelt die beiden Angebote aus Deutschland gemeinsam, da es sich um sehr ähnliche Konzepte handelt. Im Naturpark Obst-Hügel-Land besteht bereits ein Lehrgarten in St. Marienkirchen, der jedoch schlecht beschildert und für BesucherInnen nicht frei zugänglich ist. Der Obstbauverein führt diesen Lehrgarten. Eine interessante Beschilderung etwa mit Herkunft- und Standortbeschreibungen sowie mit Verwendungsmöglichkeiten der Sorten wie im Streuobstmuseum Bruchsal würde die Attraktivität des bestehenden Lehrgartens

wesentlich steigern. Die DiskussionsteilnehmerInnen regten an, den Lehrgarten für Besucher frei zugänglich zu machen. Ähnlich zum Streuobstmuseum Bruchsal, zu dem eine Lehrhütte zum Thema „Lebensraum Streuobst“ gehört, existiert im Naturpark das Vereinshaus des Obstbauvereins. Dieses Gebäude ließe sich für Ausstellungen und als Klassenzimmer für Unterricht im Naturpark nützen. Im Rahmen einer Landesgartenschau könnte der Obstsortengarten verbessert werden. Im Jahr 2010 feiert der Obstbauverein sein 60-jähriges Bestandsjubiläum und der Naturpark Obst-Hügel-Land sein 5-jähriges Bestehen. In Verbindung mit einer großen Feier könnte der bestehende Lehrgarten für eine derartige Ausstellung neu dem Publikum präsentiert werden.

Rhöner Schau-Kelterei

Die DiskussionsteilnehmerInnen stuften die Rhöner Schau-Kelterei und das beschriebene Apfelwein-Seminar als „klassisches touristisches Angebot“ ein, bei dem die Vermarktung und der Profit im Vordergrund stehen. Das Kernthema (Bewusstseinsbildung für die Bedeutung regionaler Lebensmittel) könnte dabei rasch aus den Augen verloren werden. Der Preis von € 165,- (Apfelwein-Seminar) wurde als zu teuer und damit als weiterer Nachteil dieses Angebotes gesehen. Das Apfelwein-Seminar der Familie Krenzer dauert drei Tage im November. Im Obst-Hügel-Land ist der Nächtigungstourismus derzeit jedoch noch nicht das primäre Ziel, da das notwendige Angebot an Gästebetten nicht vorhanden ist. Stattdessen soll der Ausflugstourismus forciert werden. Aus diesen Gründen fand das Konzept der Rhöner Schau-Kelterei und des Apfelwein-Seminars wenig Anklang bei den Teilnehmenden der Focus Group. Die positiven Aspekte der Rhöner Schau-Kelterei lägen in der Erwirtschaftung von Profit, wodurch sich das Projekt selbst finanzieren würde. Förderungen und das Engagement von Ehrenamtlichen wären nicht unbedingt notwendig. Das Apfelwein-Seminar würde weiters ein ideales Schlechtwetterprogramm bilden.

Dr. honoris Mosticus (Mostbaron)

Im Gegensatz zur Rhöner Schau-Kelterei stuften die Diskutierenden das Angebot „Dr. honoris Mosticus“ als sehr positives und auch für den Naturpark passendes und erstrebenswertes Konzept ein. Dieses touristische Angebot weist einige Parallelen zur Rhöner Schau-Kelterei auf, da BesucherInnen bei beiden Angeboten regionale Produkte verkosten und kaufen können. Auch der Dr. honoris Mosticus bildet ein gutes Schlechtwetterprogramm. Da es sich beim Dr. honoris Mosticus um eine Ausbildung zum „Mostdoktor“ handelt, bei der die Gäste an geselligen Spielen (Scheibtruhen-Rennen, Birnen erkennen) teilnehmen und viel Wissenswertes rund um Streuobst und

die Qualität regionaler Lebensmittel erfahren, fand das Konzept großen Anklang bei den DiskussionsteilnehmerInnen. Des Weiteren ist die Ausbildung zum Dr. honoris Mosticus in einem halben Tag möglich, eine Übernachtung ist nicht notwendig. Gäste könnten den Rest des Tages für einen Ausflug in eine Mostschenke des Naturparks oder für einen Besuch im Obstlehrgarten oder im Mostmuseum nützen. Dem Betrieb Schauer in St. Marienkirchen (Mostproduzent) würde diese Idee entgegenkommen. Nach Abschluss der Umbauarbeiten würde der Betrieb Ähnliches umsetzen, die Voraussetzungen dafür sind gegeben.

MostBirnHaus

Die Präsentation der neu gegründeten Erlebniswelt im Mostviertel weckte großes Interesse bei den Teilnehmenden der Focus Group. Das MostBirnhaus kann als Aushängeschild und Anziehungspunkt für die gesamte Region fungieren und ist für die Diskutierenden ein Beweis dafür, dass der Most einen besonders hohen Stellenwert im Mostviertel hat. Die GesprächsteilnehmerInnen waren sich einig, dass die Umsetzung eines derartigen Konzeptes eine außerordentliche Gelegenheit aber auch eine große Herausforderung für den Naturpark Obst-Hügel-Land darstellen würde. Diese Herausforderung wäre möglicherweise in Zusammenarbeit mit den umliegenden Gemeinden anzunehmen. Eine Hürde würde die Finanzierung des Gebäudes und der Mitarbeiter bilden. Der Betrieb des Gebäudes braucht MitarbeiterInnen, er lässt sich kaum mehr ehrenamtlich abwickeln. Betreiber und Sponsoren wären notwendig. Trotz dieser Punkte überlegten die Teilnehmenden der Focus Group mögliche Gebäude und Plätze, in denen sich ein Naturparkzentrum, ähnlich dem MostBirnHaus, umsetzen ließe. Das Gespräch führte soweit, dass ein leer stehender Bauernhof an der Bundesstraße als optimaler Rahmen dafür angesehen wurde.

St. Georgener Apfelfest

Der Geschäftsführer des Naturparks äußerte bereits bei der Auswahl der Projekte den Wunsch nach einer Veranstaltung zur Erntezeit im Herbst. Mit dem Apfelfest in St. Georgen im Lavanttal konnte den Teilnehmenden der Focus Group eine derartige Veranstaltung vorgestellt werden. Dieses ausflugs- und bildungstouristische Angebot stieß dementsprechend auf besondere Beachtung in der Gruppe. Das Fest könnte auf dem neu gestalteten Marktplatz in St. Marienkirchen unter dem Motto „Obsterntedankfest“ an zwei Tagen im September oder Oktober stattfinden. Diese Veranstaltung würde einen „Ausgleich“ zur Kirschblütenwanderung in der Gemeinde Scharten bilden, könnte aber auch abwechselnd in den beiden Naturparkgemeinden durchgeführt werden.

Im Rahmen des Festes sollen neben Obstsortenausstellungen Wanderungen organisiert und die derzeitigen sowie zukünftigen Angebote (Mostmuseum, Lehrgarten, Themenweg) eingebunden werden. Bei einem Ausflug des Naturparkvereins zum Apfelfest in St. Georgen wollen sich die zuständigen Personen selbst Anregungen zur Umsetzung im Obst-Hügel-Land holen.

Mostgalerie am Bodensee

Die Idee der kommentierten Verkostungen findet sich in Konzepten der Rhöner Schau-Kelterei, des Dr. honoris Mosticus und des MostBirnHauses wider. Dieses Projektbeispiel ließe sich, eventuell in Kombination mit anderen Projekten oder in Betrieben, die Most erzeugen, umsetzen.

Zusammenfassend in Bezug auf die Übertragbarkeit der erhobenen Projekte zogen die Teilnehmenden der Focus Group den Schluss, dass sich prinzipiell alle ausflugs- und bildungstouristischen Angebote auf den Naturpark Obst-Hügel-Land übertragen und auch umsetzen lassen. Die Voraussetzungen dafür sind gegeben. Zur Frage des größten Nutzens für den Naturpark kann festgehalten werden, dass Konzepte wie die Schau-Kelterei und der Dr. honoris Mosticus den größten wirtschaftlichen Nutzen erzielen würden. Daraus folgend ergeben sich auch positive Effekte für andere Unternehmen (etwa für vor- und nachgelagerte Sektoren). Projekte wie der Streuobst Erlebnisweg und die Obstsortengärten bringen hingegen eher Vorteile für die Allgemeinheit. Schulprogramme und Kinderführungen wie von ComNatura und Apfelmatsch erzielen den ökologisch nachhaltigsten Nutzen, der von unschätzbarem Wert ist, weil dieses Konzept in der Bewusstseinsbildung von Kindern ansetzt. Die Umsetzung aller Projektideen würde zu einer Attraktivitätssteigerung der bestehenden Angebote und damit des gesamten Naturparks beitragen.

13.5.4 Konkurrenz zu bestehenden Angeboten

Unter dem Punkt der Übertragbarkeit wurde eine mögliche Konkurrenz zu bestehenden Angeboten im Naturpark erörtert. Mit Ausnahme der Obstsortengärten bzw. des Streuobstmuseums handelt es sich durchgehend um neue Konzepte für den Naturpark. Ein neuer Garten dieser Art wäre eine Konkurrenz zum bestehenden Lehrgarten. Jedoch könnten Anregungen der beiden Sortengärten zu einer Erweiterung und Verbesserung des Angebotes beitragen. Demzufolge wäre keine Konkurrenz zu bestehenden Projekten im Naturpark zu befürchten. Da die geschilderten Projekte allesamt außerhalb Oberösterreichs liegen, wird kein Interessenskonflikt zu diesen ausflugs- und bildungstouristischen Angeboten erwartet.

13.5.5 Ranking der Projekte

In einem weiteren Programmpunkt im Ablauf der Focus Group erfolgte eine Reihung der besprochenen Projekte durch die Teilnehmenden. Jeder und jede erhielt fünf Klebepunkte, die sie zu jenen Projekten vergaben, die nach ihrer Ansicht den größten Nutzen für den Naturpark bringen würden. Dabei konnten die Teilnehmenden auch alle Punkte einem Projekt zuteilen. Dadurch erhielten die DiskussionspartnerInnen die Möglichkeit, ihren Favoriten mit mehreren Punkten zu kennzeichnen. Tabelle 16 bietet einen Überblick über das Ergebnis der Punkteverteilung. Die Obstsortengärten Deggenhausertal und das Streuobstmuseum Bruchsal legten die Teilnehmenden zusammen, weil die beiden Projekte sehr ähnlich sind. Für beide Angebote gemeinsam wurde ein Punkt vergeben. In der anschließenden Diskussion wurde die Punkteverteilung nochmals übereinstimmend bestätigt.

Tabelle 16: Ranking der erhobenen Projekte in der Focus Group

REIHENFOLGE	BEZEICHNUNG	PUNKTE
1	MostBirnHaus	9
2	Streuobst Erlebnisweg	6
2	Kunst-Pfad	6
4	Apfelfest in St. Georgen	5
5	Dr. honoris Mosticus (Mostbaron)	4
6	Schulprogramm und Kinderführungen von ComNatura	3
7	Rhöner Schau-Kelterei	1
8	Vier Obstsortengärten Deggenhausertal	(1)
8	Streuobstmuseum Bruchsal	(1)
10	Mostgalerie am Bodensee	0
10	Apfelmatsch	0

13.5.6 Schritte zur Umsetzung

Die Frage zu notwendigen ersten Schritten zur Umsetzung einzelner Projektideen bildete einen weiteren Gesprächspunkt, wobei sich diese an der Art des ausflugs- und bildungstouristischen Angebotes orientieren. Vor allem für Konzepte wie dem des MostBirnHauses braucht es entsprechender finanzieller Mittel, die von LEADER-Förderungen, Gemeinden und Sponsoren stammen könnten. Die Durchführung eines zweitägigen Festes (am Beispiel St. Georgener Apfelfest) benötigt hingegen relativ wenig Startkapital. Wesentlich sind hier Vereine und eine große Anzahl an MitarbeiterInnen, die gemeinsam eine Veranstaltung planen und umsetzen. Zur Umsetzung einer Ausbildung wie dem Dr. honoris Mosticus bedarf es eines oder einiger

Betriebe, die mit Engagement und in geselligen Runden den Besuchern ein besonderes Erlebnis bieten. Für die Umsetzung der Idee des Kunst-Pfades müssen KünstlerInnen engagiert und das Rahmenprogramm organisiert werden. Die Planung und Verwirklichung eines Erlebnisweges benötigt ausreichend finanzielle Mittel. Die Betreuung und Pflege des bestehenden Weges erfordert ebenfalls bezahlte oder ehrenamtliche Arbeit. Vorab wäre der Wegverlauf festzulegen. An dieser Stelle wurde festgehalten, dass wenn sich einige Vereine einbinden lassen, viele dieser Projektideen umsetzbar sind. Wesentlich ist, ein Angebot nach dem anderen zu entwickeln.

Zur Frage der Projektumsetzung konnten die Teilnehmenden besprechen, bei welchen Projekten sie gerne im Detail mitwirken würden. Herr Walter Schauer wird nach Fertigstellung der Schau-Kellerei und des Verkostungs- und Verkaufsraumes (in etwa zwei Jahren) auf seinem Betrieb Verkostungen ähnlich zum Angebot des Dr. honoris Mosticus und der Mostgalerie am Bodensee entwickeln. Der Geschäftsführer des Naturparks wäre in die Entwicklung und Durchführung aller neuen touristischen Angebote involviert. Die restlichen DiskussionsteilnehmerInnen äußerten sich nicht zu dieser Frage. Deshalb wurden die Namen der potentiellen Mitwirkenden aus der Gruppe nicht – wie ursprünglich vorgesehen – auf einem Plakat zu den jeweiligen Projekten gesammelt.

13.5.7 Akzeptanz

Aus der Diskussion zur Sichtweise und Akzeptanz von Seiten der lokalen Bevölkerung ging hervor, dass jedes einzelne neue Angebot akzeptiert und gut angenommen werden würde. Die EinwohnerInnen würden sich über Neues in Form der beschriebenen Projekte freuen. Als wesentlichen Punkt nannte die Gruppe, dass neben der Entwicklung von Veranstaltungen auch Angebote notwendig sind, die die BesucherInnen individuell und ohne Voranmeldung nutzen können (beispielsweise ein Erlebnisweg oder ein Obstsortengarten). Nicht nur die Einheimischen aus den beiden Naturparkgemeinden, sondern auch BesucherInnen aus den umliegenden Städten, suchen und schätzen derartige Ausflugsziele.

13.5.8 Feedback und wichtigste Gesprächspunkte

Zum Abschluss der Focus Group wurden die Teilnehmenden gebeten, in einem Satz ihre Meinung zu den Projekten und den diskutierten Themen niederzuschreiben und anschließend vorzutragen. Diese Schlussrunde diente als Feedback und Zusammenfassung der wichtigsten Ergebnisse.

Als wichtigste Punkte die aus der Präsentation der Projekte und der Diskussion hervorgingen, nannten die Teilnehmenden:

- Erlebnisweg als Attraktion
- Einbindung der Bevölkerung und verschiedener Vereine
- Fest im Herbst zur Zeit der Obsternte (September bis Oktober)
- Einzelne Projektideen bei unterschiedlichen Veranstaltungen verbinden (beispielsweise ein Fest im Naturpark mit Erlebnisführungen, Verkostungen und Saftpressen mit Kindern)
- Sortensammlung bei Veranstaltungen
- Förderung der nachhaltigen Entwicklung in der Region durch Regionalität (Produkte, Natur, …)
- Klingende Bezeichnungen wie „Kreativ-Denkerei“ und „Liegestuhlkino“
- Projekte kennen lernen und positive Elemente daraus für weitere Ideen verwenden
- Programm für Jung und Alt entwickeln

In der letzten Runde gab die Gruppe anhand zweier Achsen ihr Feedback zum Gesprächsklima in der Focus Group (von schlecht bis sehr gut) und der generierten Ergebnisse (wenig bis viele interessante Ergebnisse). Dazu erhielten alle jeweils einen Klebepunkt für jede Achse. Abbildung 13 veranschaulicht die Verteilung der Punkte.

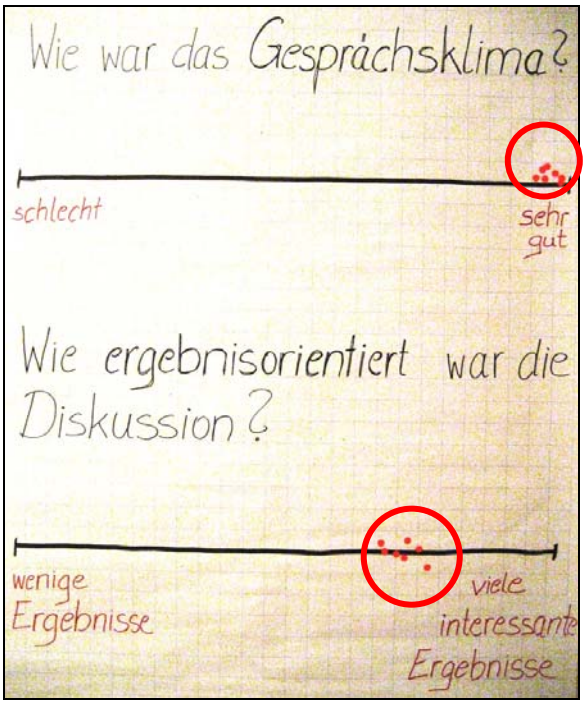


Abbildung 13: Feedback am Ende der Focus Group

13.6 Reflexion und Diskussion der Ergebnisse der Focus Group

Der Einladung zum Diskussionsnachmittag folgten insgesamt sieben Personen (siehe Kapitel 13.3), die alle aus der Naturparkgemeinde St. Marienkirchen stammen und der Geschäftsführer des Obst-Hügel-Landes. Eine höhere Teilnehmerzahl wäre wünschenswert gewesen, um zwei Focus Groups bilden zu können. Die Interpretation der Ergebnisse muss darauf ausgerichtet sein, dass die Resultate aus dieser bestimmten Gruppe stammen und kein Vergleich mit anderen Daten möglich ist. Die Ergebnisse gelten nicht unbedingt für alle Verantwortlichen und BewohnerInnen im Naturpark. Trotzdem geben die Ergebnisse Einblick in den Naturpark und Aufschluss über Präferenzen einzelner Projektkonzepte.

Die Teilnehmenden der Focus Group zeigten großes Interesse an den präsentierten ausflugs- und bildungstouristischen Angeboten und führten eine angeregte Diskussion, bei der die Übertragbarkeit und Wege zur Umsetzung der Konzeptideen im Obst-Hügel-Land im Mittelpunkt standen. Ein konkretes Ergebnis des Nachmittags war etwa, Exkursionen zu einzelnen Angeboten außerhalb Oberösterreichs zu organisieren, bei denen sich die Verantwortlichen und Interessierten ein persönliches Bild machen und weitere Anregungen holen können. Der Wunsch nach Besichtigungen des neuen MostBirnHauses, des Streuobst Erlebnisweges und nach einem Besuch des Apfelfestes in St. Georgen wurde geäußert. Dabei brachten die Teilnehmenden den Vorschlag, diese Exkursionen gemeinsam für die beiden Naturparkgemeinden anzubieten. Die EinwohnerInnen des Naturparks könnten auf diese Weise das Zusammengehörigkeitsgefühl stärken.

Das Ranking der Projekte zeigte eine klare Präferenz für die Idee des MostBirnHauses, gefolgt vom Streuobst Erlebnisweg. Die Umsetzung eines derartigen Themenweges scheint sehr wahrscheinlich, ebenso wie die Durchführung eines zweitägigen Herbstfestes, in dessen Rahmen Anregungen aus dem Kunst-Pfad mit einer Inszenierung der Streuobstwiesen einfließen könnten. Kinderprogramme mit Apfelsaft-Pressen, Sortenausstellungen sowie kommentierte Verkostungen könnten weitere Elemente dieser Veranstaltung bilden. Einzelne Projektbeispiele und Ideen lassen sich somit zu einem viel versprechenden Ganzen verbinden. Angebote wie das Streuobstmuseum Bruchsal oder die Obstsortengärten Deggenhausertal erhielten relativ geringe Bewertungen. Einzelne Ideen ließen sich jedoch auf den bestehenden Lehrgarten umsetzen. Auch diese Gärten stellen ein mögliches Exkursionsziel für den örtlichen Obstbauverein dar. Zusammenfassend fanden die erläuterten Angebote großen Anklang in der Focus Group. Den Diskussionsteilnehmenden erschien es wesentlich, dass Konzepte nicht kopiert, sondern an Gegebenheiten und Besonderheiten im

Naturpark Obst-Hügel-Land adaptiert werden. Weiters sollte die Naturparkleitung in der Entwicklung und Umsetzung touristischer Angeboten mit den Vereinen der Naturparkgemeinden sowie mit der lokalen Bevölkerung zusammenarbeiten, um gute Ergebnisse zu erzielen.

14 Schlussbetrachtung

14.1 Vergleich der Ergebnisse der Portfolio-Analyse und der Focus Group

Aus der Gegenüberstellung der Portfolio-Analyse und der Focus Group geht hervor, dass die Reihung der erhobenen ausflugs- und bildungstouristischen Angebote nicht ident ist. Nahm etwa die Rhöner Schau-Kelterei in der Bewertung anhand der neun Indikatoren (je drei Indikatoren für ökologische, ökonomische und soziale Nachhaltigkeit, wobei die Auswahl der Indikatoren und ihre Gewichtung von den Diskussionsteilnehmenden als adäquat für die Naturparkziele bewertet wurde) in Relation zu den anderen Projekten die höchste Gesamtwertung ein, stuften die Focus Group Teilnehmenden dieses Angebot eher am Ende der Reihung ein. Dasselbe trifft auf die Mostgalerie am Bodensee und die Obstsortengärten Deggenhausertal zu. Der Kunst-Pfad, das St. Georgener Apfelfest und Dr. honoris Mosticus der Mostbarone erhielten in etwa ähnliche Einstufungen. Der Streuobst Erlebnisweg lag nach der Portfolio-Analyse an vorletzter Stelle, wurde aber in der Focus Group hoch eingeordnet.

Diese Tatsache lässt sich vielleicht damit erklären, dass die Schau-Kelterei nur wenige Nutznießer verspricht sowie mehrtägige Verkostungsseminare ein entsprechendes Gästebettenangebot bräuchte; die Mostgalerie könnte in ähnlicher Form von einem Betrieb des Naturparks ohnehin bald umgesetzt werden (siehe Kapitel 13.5.6). Des Weiteren handelt es sich bei diesen beiden Methoden um eine unterschiedliche Herangehensweise. Wie die Ergebnisse zeigen, konnten die Indikatoren nicht alle Kriterien für die Übertragbarkeit auf die Region abdecken. Die Vorstellung der touristischen Angebote lieferte aber interessante Ideen und Anreizpunkte zum Ausbau und zur Adaptierung bestehender Angebote im Naturpark, um zu einer integrierten nachhaltigen Entwicklung im Obst-Hügel-Land beizutragen. Die Portfolio-Analyse ermöglichte eine strukturierte Vorstellung der Projekte und forcierte die Diskussion zur Übertragbarkeit und ersten Umsetzungsschritten.

14.2 Abschließende Bemerkungen zu den Forschungsfragen

Die zentrale Forschungsfrage der vorliegenden Diplomarbeit ist, welche ausflugs- und bildungstouristische Angebote rund um Streuobst sich auf den Naturpark Obst-Hügel-Land übertragen lassen.

Die erhobenen Projekte aus Österreich, Deutschland und der Schweiz wurden VertreterInnen aus dem Naturpark im Rahmen eines Diskussionsnachmittages vorgestellt. Anhand der Focus Group wurde die Übertragbarkeit der einzelnen Projekte diskutiert. Dazu zeigten die Teilnehmenden Lücken im aktuellen touristischen Angebot in den beiden Naturparkgemeinden und daraus resultierende zukünftige Betätigungsfelder auf.

Im Folgenden soll auch auf die in Kapitel 1.2 aufgelisteten Detailfragen eingegangen werden. Die Zielgruppe im Tourismus bilden neben älteren Personen auch Familien mit Kindern. Aber auch die lokale Bevölkerung soll neue Angebote nutzen und in deren Entwicklung eingebunden werden. Wie sich in der Focus Group herausstellte, ließen sich prinzipiell alle beschriebenen elf Projektkonzepte im Naturpark adaptieren. Die Teilnehmenden in der Focus Group zeigten großes Interesse für die Anregungen aus den Projektpräsentationen. Eine Umsetzung mehrerer Ideen und Konzepte ist wahrscheinlich. Die Präferenz liegt in der Entwicklung eines Erlebnisweges und der Veranstaltung eines zweitägigen Festes zur Obsternte, in deren Rahmen ähnliches wie beim deutschen Kunst-Pfad, Apfelsaft-Pressen mit Kindern und Sortenausstellungen stattfinden könnten. Begeistert zeigten sich die Focus Group Teilnehmenden von der Idee der Errichtung eines Naturparkzentrums ähnlich zum MostBirnHaus. Negative Effekte aus der Umsetzung der Projektideen wurden nicht identifiziert. Zur Frage der Akzeptanz neuer Angebote in der lokalen Bevölkerung lässt sich festhalten, dass die Einheimischen Neues gerne annehmen und nutzen würden. Es kann angenommen werden, dass von Seite der Touristen und Ausflugsgäste aus der Umgebung keine Akzeptanzprobleme zu erwarten sind. Demnach wären keine Maßnahmen zur Minderung der Akzeptanzprobleme erforderlich.

Bezüglich des Individualverkehrs enthielt der Fragebogen an die projektverantwortlichen Auskunftspersonen eine Frage über Maßnahmen zur Reduktion des Anteils des motorisierten Individualverkehrs. Mehrere Möglichkeiten wurden genannt, wie etwa Bewerbung im Gruppentourismus, Terminanpassung an öffentliche Verkehrsmittel oder Angebote entlang eines Wanderweges. In der zukünftigen Angebotsentwicklung sollten öffentliche Verkehrslösungen Berücksichtigung finden, um einer nachhaltigen Regionalentwicklung gerecht zu werden.

Entsprechend dem der Diplomarbeit zugrunde liegenden Anspruch der nachhaltigen Regionalentwicklung wurden die erhobenen touristischen Angebote mittels mehrerer Indikatoren verglichen, und deren ökologischen, ökonomischen und sozialen Wirkungen in einem Portfolio dargestellt. Auf diese Weise ließen sich jene Angebote identifizieren, die in Relation den höchsten Grad an Nachhaltigkeit aufweisen.

Zur Frage, in welchem Ausmaß Ausflugs- und Bildungstourismus Wirtschaftskreisläufe im Naturpark Obst-Hügel-Land verbunden mit der Schaffung neuer Arbeitsplätze anregen kann, sind im Rahmen dieser Arbeit keine genauen Antworten möglich. Vor allem die Synergieeffekte für die Landwirtschaft, die Gastronomie und andere Sektoren sind kaum abzuschätzen. Die Befragungen konnten jedoch eruieren, wie viele Personen an den untersuchten Best-Practice Projekten beteiligt, und in welchem Ausmaß diese beschäftigt sind. Daraus ließen sich unter Umständen ähnliche Beschäftigungseffekte für die Region ableiten, wenn das eine oder andere Projekt in entsprechendem Umfang in der Region Umsetzung fände.

15 Ausblick

Diese Diplomarbeit zeigt vor dem Hintergrund einer integrierten nachhaltigen Regionalentwicklung ausflugs- und bildungstouristische Angebote auf, die sich – auch nach Ansicht regionaler Akteure – auf den Naturpark Obst-Hügel-Land übertragen lassen. Die Personen im Naturpark erhielten Ideen und Anregungen, wie zukünftige Projekte gestaltet werden könnten. Obwohl die tatsächliche Umsetzung nicht mehr Bestandteil der vorliegenden Diplomarbeit ist, sondern im Weiteren bei den Verantwortlichen im Obst-Hügel-Land liegt, konnten erste Umsetzungsschritte bereits bei der Focus Group Diskussion erörtert werden. Ein Most erzeugender Betrieb erarbeitet bereits ein Umsetzungskonzept für eine Schau-Kellerei ähnlich zur Rhöner Schau-Kelterei mit einem Verkostungsraum. Auch andere Projektideen sollen in den nächsten Jahren in Umsetzung gehen, wie ein Erlebnisthemenweg und eine zweitägige Veranstaltung im Herbst. Grundlegend ist, dass es dabei nicht beim Vorsatz bleibt, sondern dass die Verantwortlichen die Erarbeitung und Umsetzung touristischer Angebote bei gleichzeitiger Erfüllung des Paradigmas einer nachhaltigen Regionalentwicklung auch tatsächlich in Angriff nehmen. Dabei wäre es empfehlenswert, ein Projekt nach dem anderen in Kooperation der beiden Naturparkgemeinden Scharten und St. Marienkirchen auszuarbeiten. Wie sich in der Focus Group herauskristallisierte, wird die Finanzierung und die Verteilung der Zuständigkeiten eine wesentliche Rolle in der tatsächlichen Angebotsentwicklung spielen.

16 Zusammenfassung

Österreichs Naturparke basieren auf vier Säulen – Schutz, Erholung, Bildung und Regionalentwicklung – deren gleichrangiges Miteinander die Schutzgebiete zu Modellregionen für nachhaltige Entwicklung führen soll. Ein nachhaltiger integrierter Tourismus kann zu einem dynamischen Gebietsschutz und zur Wertschöpfung in einer Region beitragen. Der Naturpark Obst-Hügel-Land in Oberösterreich besteht seit dem Jahr 2005. Die BesucherInnen des Naturparks können bereits unterschiedliche Angebote nutzen. Der Ausflugs- und Bildungstourismus – mit dem Leitmotiv „Streuobst - Most - Kulinarik“ – soll jedoch forciert werden. Die vorliegende Diplomarbeit setzt sich zum Ziel, ausflugs- und bildungstouristische Angebote aus Österreich und den Nachbarländern zu erheben, deren Beitrag zu einer integrierten nachhaltigen Regionalentwicklung zu untersuchen und zu vergleichen sowie deren Übertragbarkeit auf das Obst-Hügel-Land zu prüfen.

Der theoretische Teil beschäftigt sich mit grundlegenden Begriffsdefinitionen wie „integrierte nachhaltige Regionalentwicklung“ und „Ausflugs- und Bildungstourismus“ und erörtert die Abgrenzung der Großschutzgebiete. Einer Darstellung der Entwicklung der Naturparke in Österreich und Europa folgen die Erörterung der Positionierung der Naturparke sowie die Bedeutung von Tourismus und Bildung in Naturparken. Im Weiteren wird der Naturpark Obst-Hügel-Land – die Naturparkgemeinden, Ziele, derzeitige touristische Angebote, Stärken und Schwächen – vorgestellt.

Der empirische Teil widmet sich der Erhebung ausflugs- und bildungstouristischer Angebote und deren Übertragbarkeit auf den untersuchten Naturpark. Dazu wird folgende Vorgangsweise angewendet:

- Recherche ausflugs- und bildungstouristischer Angebote über das Internet (anhand der Kriterien Streuobstprojekt, Beitrag zur regionalen Wertschöpfung, Kontaktadresse ersichtlich, Standort in Österreich, Deutschland, Schweiz, Italien oder Slowenien, Paradigma einer nachhaltigen Entwicklung)
- Auswahl von 13 Projekten aus den erhobenen 64 Projekten in Abstimmung mit der Geschäftsführung des Naturparks
- 13 Experteninterviews via E-Mail zur Informationssammlung und Datenlieferung für die folgende Indexberechnung und Portfolio-Analyse; alle 11 zurückgesendeten Fragebögen waren auswertbar.

- Bildung dreier Dimensionsindizes aus jeweils drei Indikatoren für die Beurteilung der Projekte hinsichtlich ihrer ökologischen, ökonomischen und sozialen Nachhaltigkeit. Diese drei Dimensionsindizes wurden gleich gewichtet und zu einem Nachhaltigkeitsindex synthetisiert. Konkret wurden die einzelnen Projekte anhand folgender Indikatoren bewertet:
    - Indikatoren ökologischer Nachhaltigkeit: Erhaltung und sanfte Nutzung der Kulturlandschaft (40%), Nutzung öffentlicher Verkehrsmittel (30%), Beitrag zum Umweltbewusstsein (30%)
    - Indikatoren ökonomischer Nachhaltigkeit: Beitrag zur regionalen Wertschöpfung (50 %), Beschäftigung durch das Projekt (30%), Finanzierung (20%)
    - Indikatoren sozialer Nachhaltigkeit: Nutzung durch die Einheimischen (20%), Partizipation der Bevölkerung (40%), Zufriedenheit mit dem Angebot (40%)
- Grafische Darstellung der erhobenen Projekte in einem Portfolio, wobei die X-Achse die ökonomische Nachhaltigkeit, die Y-Achse die ökologische Nachhaltigkeit und die Größe des Datenpunktes die soziale Nachhaltigkeit darstellen.
- Präsentation der Projekte im Naturpark, Diskussion der Projekte und deren Übertragbarkeit auf das Obst-Hügel-Land im Rahmen von Focus Groups.

Folgende elf Projekte wurden ausgewählt, näher beschrieben und auf deren mögliche Übertragbarkeit auf das Obst-Hügel-Land geprüft:

- Schulprogramm und Kinderführungen von ComNatura: Umweltbildungsangebote (beispielsweise „Streuobstwiese“, „Opas Äpfel schmecken besser“) rund um diverse naturkundliche Themen, organisiert von einem Unternehmen in Nordrhein-Westfalen
- Streuobst Erlebnisweg Markt Herrnsheim (Bayern)
- Kunst-Pfad: Inszenierung der Streuobstwiesen durch Künstler am Gelände des Hamburger Umweltzentrums
- Apfelmatsch: Naturerlebnisveranstaltungen wie „Lebensraum Streuobst“ in Hessen
- Vier Obstsortengärten Deggenhausertal (Baden-Württemberg)
- Rhöner Schau-Kelterei mit dem Apfelwein-Seminar (dreitägige Veranstaltung, bei der Kulinarisches, Wissenswertes zur Geschichte des Apfelweins, Verkostungen und ein Kelterkurs geboten wird) im Biosphärenreservat Rhön

- Streuobstmuseum Bruchsal in Baden-Württemberg
- Dr. honoris Mosticus der Mostbarone im niederösterreichischen Mostviertel: geselliges Gruppenangebot zur Ausbildung zum „Most-Doktor“
- Erlebnis- und Genusszentrum MostBirnHaus: eine neu gegründete Erlebniswelt rund um den Most im Mostviertel
- Apfelfest in St. Georgen im Lavanttal: zweitägige Veranstaltung im Herbst
- Mostgalerie am Bodensee im Kanton Thurgau: kommentierte Verkostungen

In der Portfolio-Analyse und der zu Grunde liegenden Indexberechnung weisen die Rhöner Schau-Kelterei und der Kunst-Pfad in Relation zu den anderen Projekten den größten Nachhaltigkeitsaspekt auf, wobei der Kunst-Pfad als ökologisch nachhaltigstes Angebot und die Rhöner Schau-Kelterei als ökonomisch nachhaltigstes Angebot eingestuft wurden. Die Obstsortengärten Deggenhausertal zeigen in Relation zu den anderen Projekten die höchste soziale Nachhaltigkeit.

Im Rahmen eines Workshops im Naturpark wurden die elf Projekte vorgestellt und deren Übertragbarkeit in Focus Groups diskutiert. Grundsätzlich herrschte bei den Teilnehmenden Übereinstimmung mit der Bewertung der Projekte und mit dem im Portfolio dargestellten Ergebnis. Die Teilnehmenden diskutierten Lücken im aktuellen touristischen Angebot, daraus abgeleitete Wünsche an zukünftige Angebote und schließlich die Frage, welche Projektideen und Anregungen sich für den Naturpark adaptieren lassen. Ein Ranking der Projekte legte im Anschluss Prioritäten der Umsetzung fest.

Ergebnis der Focus Group und damit Antwort auf die zentrale Forschungsfrage ist, dass sich grundsätzlich alle elf Projektkonzepte auf den Naturpark Obst-Hügel-Land gut bis sehr gut übertragen lassen, und dort zu einer integrierten nachhaltigen Regionalentwicklung beitragen können. Wie aus der Diskussion hervorging, ist keine Konkurrenz mit bestehenden Angeboten zu befürchten und die lokale Bevölkerung würde die vorgeschlagenen oder ähnliche neue Angebote gerne annehmen. Konkret sollen in den nächsten Jahren neben einem Erlebnisthemenweg und der Entwicklung eines Angebotes ähnlich zum Dr. honoris Mosticus (Mostbarone) ein zweitägiges Fest im Herbst veranstaltet werden, dessen Programm Elemente aus dem Kunst-Pfad (Landschaftsinszenierung), Apfelsaft-Pressen mit Kindern (ComNatura), Sortenausstellungen und Verkostungen umfassen könnte. Durch die Kombination verschiedener Anregungen sollen Bestandteile aus mehreren Projekten verwirklicht werden. Auch für den bestehenden Lehrgarten konnten die Verantwortlichen

Anregungen aus den Obstsortengärten Deggenhausertal und dem Streuobstmuseum Bruchsal übernehmen.

Die Vertreter des Naturparks wollen die erhobenen ausflugs- und bildungstouristischen Angebote aber nicht kopieren. Vielmehr dienen sie als Ideeninput und zeigen Erfahrungen anderer Regionen auf. Untersuchte Projekte wie der Streuobst Erlebnisweg, das St. Georgener Apfelfest, das Angebot der Mostbarone „Dr. honoris Mosticus“ und das MostBirnHaus stellen ebenfalls gute Exkursionsziele für Interessierte aus dem Naturpark dar. Diese gemeinsamen Ausflüge sollten zudem das Zusammengehörigkeitsgefühl der beiden Naturschutzgemeinden stärken und die Motivation für eine tatkräftige Umsetzung der Projektideen weiter steigern.

Literatur- und Quellenverzeichnis

BAKKES, J. (1997): Research methods. IN: MOLDAN, B UND BILHARZ, S. (Hrsg): Sustainability Indicators: Report of the Project on Indicators of Sustainable Development. Chichester: John Wiley & Sons. S. 379-389.

BECKER, C, JOB, H. und WITZEL, A. (1996): Tourismus und nachhaltige Entwicklung – Grundlagen und praktische Ansätze für den mitteleuropäischen Raum. Darmstadt: Wiss. Buchgesellschaft.

BMVEL (DEUTSCHES BUNDESMINISTERIUM FÜR VERBRAUCHERSCHUTZ, ERNÄHRUNG UND LANDWIRTSCHAFT) (2005): Ländliche Entwicklung aktiv gestalten. Leitfaden zur integrierten ländlichen Entwicklung. Berlin: Selbstverlag.

BOGNER, A., LITTIG, B. und MENZ, W. (Hrsg) (2005): Das Experteninterview. Theorie, Methode, Anwendung. 2. Auflage. Wiesbaden: Verlag für Sozialwissenschaften/GWV Fachverlage GmbH.

BOULDING, K. (1985): Regions of Time. Papers in Regional Science. Vol. 57/1, S. 19-32.

BRANDS, M. (2006): Qualitätskriterien für österreichische Naturparke. In: Informativ. Heft 44, S. 14-16.

BRAUN, F. (2006): Erfolgsfaktoren betreuter landschaftsgebundener Tourismusangebote – untersucht am Beispiel Nationalpark-Vorfeldregion Hohe Tauern Salzburg. Diplomarbeit an der Universität für Bodenkultur, Wien.

BRINKMANN, D. (2002): Bildung als selbstgesteuertes Lernen in Erlebniswelten. In: NAHRSTEDT, W., BRINKMANN, D., THEILE, H. und RÖCKEN, G. (Hrsg.): Lernen in Erlebniswelten – Perspektiven für Politik, Management und Wissenschaft. Fachtagung 4. und 5. Dezember, Hannover, Congress Centrum. Bielefeld: Institut für Freizeitwissenschaft und Kulturarbeit e.V. in Kooperation mit dem Verband Deutscher Freizeitparks und Freizeitunternehmen e.V.

BundesmiNISTERIUM FÜR WISSENSCHAFT UND VERKEHR (1999) (Hrsg.): Mobilitätserhebung österreichischer Haushalte. Schriftenreihe „Forschungsarbeiten aus dem Verkehrswesen, Band 87. Wien.

DIEBALD, B. (2004): Focusgruppe. FH Joanneum. At: http://dmt.fh-joanneum.at/projects/ebus2/objects/application_pdf/Test_Doku_Fokusgruppe_v1.pdf#search=%22focus%20%2Bgruppendiskussion%22 (20.2.2007).

DROSDOWSKI, G., MÜLLER, W., SCHOLZE-STUBENRECHT, W. und WERMKE, M. (1996) (Hrsg.): Duden – Rechtschreibung der deutschen Sprache. 21., völlig neu bearbeitete und erweiterte Auflage. Band 1. Mannheim, Leipzig, Wien, Zürich: Dudenverlag.

FISCHBACHER, C. und SCHMUTZ, P. (2000): Nachhaltige Regionalentwicklung und Lebensqualität. In: Ländlicher Raum. Österreichisches Kuratorium der Landtechnik und Landentwicklung. Heft 1, S. 4-7.

FORUM UMWELTBILDUNG (2002): Kapitel 36 – Förderung der Schulbildung, des öffentlichen Bewusstseins und der beruflichen Aus- und Weiterbildung. At: http://www.umweltbildung.at/cgi-bin/cms/af.pl?navid=6 (8.11.2006).

FORUM UMWELTBILDUNG (2002): Was ist Bildung für nachhaltige Entwicklung? At: http://www.umweltbildung.at/cgi-bin/cms/af.pl?navid=6 (31.10.2006).

GEMEINDE SCHARTEN (2006): Statistische Daten unserer Gemeinde. At: www.scharten.at (16.11.2006).

GEMEINDE ST. MARIENKIRCHEN AN DER POLSENZ (2006): Zahlen und Fakten. At: http://www.st-marienkirchen-polsenz.ooe.gv.at/ (16.11.2006).

GRINZINGER, U. (2002): Die Bildungsfunktion in Naturparken. In: VERBAND DER NATURPARKE ÖSTERREICHS (Hrsg.): Weiterentwicklung der Bildungsfunktion in Naturparken. Graz, S. 7-12.

HAMMER, T. (2002): Das Biosphärenreservat-Konzept als Instrument nachhaltiger Regionalentwicklung? Beispiel Entlebuch, Schweiz. In: MOSE, I. und WEIXLBAUMER, N. (Hrsg.): Naturschutz: Großschutzgebiete und Regionalentwicklung. Sankt Augustin: Academia Verlag, S. 111-135.

HANDLER, F. (2000): Die österreichischen Naturparke. In: Ländlicher Raum. Heft 4, S. 4-6.

HANDLER, F. und ASAMER-HANDLER, M. (2005): Feasibility-Studie Naturpark Obst-Hügel-Land. Graz: ÖAR-Regionalberatung GmbH.

HANDLER, F. und ASAMER-HANDLER, M. (2006): Machbarkeitsstudie Naturpark Obst-Hügel-Land. In: Impulse. Newsletter 1/2006. At: http://www.oear.at/media/downloads/oear_impulse_01_2006_1_37mb.pdf (30.10.2006).

HART, M. (1999): Guide to Sustainable Community Indicators, 2nd edn. Hart Environmental Data, North Andover. At: http://www.sustainablemeasures.com/ (6.2.2007).

HART, M. (2006): Indicators of Sustainability. West Hartford. At: http://www.sustainablemeasures.com/Indicators/index.html (6.2.2007).

HUBER, (2001): Bildung für nachhaltige Entwicklung. In: HERZ, O. et al (Hrsg.): Bildung für nachhaltige Entwicklung – globale Perspektiven für neue Kommunikationsmedien. Opladen: Leske und Budrich, S. 77-86.

JOB, H., METZLER, D. und MAYER, M. (2006): Regionale Wertschöpfung: Der Beitrag der Großschutzgebiete. In: Raum – Österreichische Zeitschrift für Raumplanung und Regionalpolitik. Heft 63, S. 24-27.

KAETHER, J. (1994): Großschutzgebiete als Instrumente der Regionalentwicklung. Hannover: ARL.

KANATSCHNIG, D. UND FISCHBACHER, C. (2000): Regionales Mobilitätsmanagement – Möglichkeiten zur Umsetzung nachhaltiger Verkehrskonzepte auf regionaler Ebene. Schriftenreihe des Österreichischen Instituts für nachhaltige Entwicklung, Band 7, Wien. At: http://dyn.boku.ac.at/oin/_artikel/OeIN_Bd_7.pdf (30.11.2006).

KEPLINGER, J. (2004): Die Bedeutung des Obstbaues für den Naturschutz im Naturpark „Obst-Hügel-Land“. Diplomarbeit an der Universität für Bodenkultur, Wien.

KÖCK, A. (2004): Natur und Freizeit. In: VERBAND DER NATURPARKE ÖSTERREICHS (Hrsg.): Weiterentwicklung der Erholungsfunktion in Naturparken. Graz, S. 14-17.

KRÜGER, F. und LOHNERT, B. (1996): Der Partizipationsbegriff in der geografischen Entwicklungsforschung: Versuch der Standortbestimmung. In: Geografische Zeitschrift, Heft 84, S. 43-53.

KRUEGER, R. (1998): Developing Questions for Focus Groups. Focus Group Kit 3. Thousand Oaks, London, New Delhi: SAGE.

KRUEGER, R. und KING, J. (1999): Involving Community Members in Focus Groups. Focus Group Kit 5. Thousand Oaks, London, New Delhi: SAGE.

KUNISCH, J. (2006): Entstehung des Naturparks Obsthügelland. In: Informativ. Heft 42, Juni 2006. S. 12-14.

KUSTER, J., HUBER, E., LIPPMANN, R., SCHMID, A., SCHNEIDER, E., WITSCHI, U. und WÜST, R. (2006): Handbuch Projektmanagement. Berlin: Springer.

LAMNEK, S. (2005): Qualitative Sozialforschung. 4. Auflage. Weinheim, Basel: Beltz Verlag.

LENGINNAM, J. F. Y. (2001): Partizipation und Planung im ländlichen Raum. Dargestellt am Beispiel der Basisorganisation der Region Sierra Central in Piura/Peru. Dissertation am Institut für Baustofflehre, Bauphysik, technischer Ausbau und Entwerfen der Universität Stuttgart, Stuttgart.

LEUTHOLD, M. (2001): Potentiale des Ökotourismus in Österreich. Kurzfassung. Eine Studie im Auftrag des Bundesministeriums für Wirtschaft und Arbeit. Institut für Integrativen Tourismus & Freizeitforschung, Wien. At: http://www.seilbahn.net/thema/oekotourismus.pdf (17.8.2006).

LOMNITZ, G. (2001): Multiprojektmanagement – Projekte planen, vernetzen und steuern. Landsberg, Lech: verlag moderne industrie Ag & Co. KG.

LUCKE, R., SILBEREISEN, R. und HERZBERGER, E. (1992): Obstbäume in der Landschaft. Stuttgart: Eugen Ulmer GmbH & Co.

MAYRHOFER, E. (s.a.): Erholung im „Obst-Hügel-Land“. In: Obsthügler. Was ist im ersten Jahr geschehen und was haben wir vor, S. 6-7.

MEUSER, M. und NAGEL, U. (2006): ExpertInneninterviews – vielfach erprobt, wenig bedacht. Ein Beitrag zur qualitativen Methodendiskussion. In: MIEG, H. und NÄF, M. (2006): Experteninterviews in den Umwelt- und Planungswissenschaften – eine Einführung und Anleitung. Lengrich: Pabst Science Publishers. S. 55-83.

MIEG, H. und NÄF, M. (2006): Experteninterviews in den Umwelt- und Planungswissenschaften – eine Einführung und Anleitung. Lengrich: Pabst Science Publishers.

MILLER, G. und TWINING-WARD, L. (2005): Monitoring for a sustainable tourism transition – The challenge of developing and using indicators. Wallingford, Cambridge: CABI Publishing.

MORGAN, D. und KRUEGER, R. (1998a): The Focus Group Guidebook. Focus group kit 1. Thousand Oaks, London, New Delhi: SAGE.

MORGAN, D. und KRUEGER, R. (1998b): Planning Focus Groups. Focus group kit 2. Thousand Oaks, London, New Delhi: SAGE.

MOSE. I (2002): Nationalpark Hohe Tauern – ein „Glücksfall“ der alpinen Gebietsschutzpolitik? Eine kritische Zwischenbilanz aus der Sicht von Raumplanung und Regionalpolitik. In: MOSE, I. und WEIXLBAUMER, N. (Hrsg.): Naturschutz: Großschutzgebiete und Regionalentwicklung. Sankt Augustin: Academia Verlag, S. 56-85.

MOSE, I. und WEIXLBAUMER, N. (2006): Gebietsschutz in Europa: Vom Schützen zum Nützen – ein Paradigmenwechsel. In: Raum – Österreichische Zeitschrift für Raumplanung und Regionalpolitik. Heft 63, S. 20-23.

MOSE, I. und WEIXLBAUMER, N. (Hrsg.) (2002): Naturschutz: Großschutzgebiete und Regionalentwicklung. Sankt Augustin: Academia Verlag.

MÜLLEBNER, W. (2004): Definition der „Erholungsfunktion in Naturparken“. In: VERBAND DER NATURPARKE ÖSTERREICHS (Hrsg.): Weiterentwicklung der Erholungsfunktion in Naturparken. Graz, S. 12-13.

MÜLLER, H. und FLÜGEL, M. (1999): Tourismus und Ökologie. Wechselwirkungen und Handlungsfelder. Berner Studien zu Freizeit und Tourismus 37. Bern.

NAHRSTEDT, W. (Hrsg.) (2002): Lernen in Erlebniswelten. Perspektiven für Politik, Management und Wissenschaft ; Fachtagung 4. und 5. Dezember, Hannover Congress Centrum. Bielefeld: IFKA.

N.N. (2006): Regionalismus. Wikipedia – die freie Enzyklopädie. St. Petersburg: Wikimedia Foundation Inc. At: http://de.wikipedia.org/wiki/Regionalismus (27.10.2006).

NOHLEN, D. UND NUSCHELER, F. (1992): Was heißt Entwicklung? In: NOHLEN, D. UND NUSCHELER, F. (Hrsg.): Handbuch der Dritten Welt: Grundprobleme, Theorien, Strategien. Bonn, J.H.W. Dietz Nachf., S. 55-75.

PELLAUD, F. (2004), In: BUCHER, T. und MÜHLETHALER, B. (Hrsg.): Umweltbildung im Wandel – Lernen für die Zukunft. In: Umwelt. Heft 3, 2004. Bundesamt für Umwelt, Wald und Landschaft, Bern, S. 24-27.

PENKER, M. (2005): Regional Profiles. Skriptum zur Vorlesung „Regional Economics“. Wien, Universität für Bodenkultur.

PETERS, U., SAUERBORN, K., SPEHL, H., TISCHER, M. UND WITZEL, A. (1996): Nachhaltige Regionalentwicklung – ein neues Leitbild für eine veränderte Struktur- und Regionalpolitik. Eine exemplarische Untersuchung an zwei Handlungsfeldern der Region Trier. Universität Trier.

PEVETZ, W. (s.a.): Wirtschaften im Einklang mit der Natur – Grundsätze und Perspektiven ländlicher Entwicklung in Österreich. In: Agraria Mixta 1965 – 2000. Wien: Bundesanstalt für Agrarwirtschaft, S. 2134-2144.

PHILIPS, A. (Ed.) (2002): Management Guidelines for IUCN Category V Protected Areas Protected Landscapes/Seascapes. World Commision on Proteced Areas. Best Practice Protected Area Guidelines Series No. 9. IUCN: Gland, Switzerland and Cambridge, UK. At: http://app.iucn.org/dbtw-wpd/edocs/PAG-009.pdf (9.11.2006).

PREGERNIG, M. (2005): Waldbezogene Naturschutzpolitik. Power-Point Präsentation zur Vorlesung Politik und Raumplanung. Universität für Bodenkultur, Wien. At: http://www.wiso.boku.ac.at/uploads/media/EH4_Naturschutzpolitik.pdf (9.11.2006).

PROBST, H. und HAUNERDINGER, M. (2001): Projektmanagement leicht gemacht. Wie behält man die Nerven wenn alles schief geht? Franktfurt, Wien: Wirtschaftsverlag Carl Ueberreuter.

RAMSAUER, M. (2000): Bewertung von Entwicklungsinterventionen. Umsetzung partizipativer Evaluationsmethoden am Beispiel eines Entwicklungsprojektes im Hochland Ecuadors. Diplomarbeit am Geographischen Institut der Universität Zürich, Zürich.

RAY, C. (2001): Culture economies – a perspective on local rural development in Europe. Newcastle upon Tyne: Centre for Rural Economy.

REIßMANN, J. (1998): ‚Nachhaltige, umweltgerechte Entwicklung' Chance für eine Neuorientierung der (Umwelt)Bildung – Entwurf eines Rahmenkonzepts. In: BEYER, A. (Hrsg.): Nachhaltigkeit und Umweltbildung. Hamburg: Verlag Dr. R. Krämer, S. 57-100.

REVERMANN, C. und PETERMANN, T. (2003): Tourismus in Großschutzgebieten – Impulse für eine nachhltige Regionalentwicklung. Berlin: Edition Sigma.

SCHEMEL, H. (1995): Naturparke als Instrumente einer nachhaltigen touristischen Entwicklung. In: Naturschutz und Naturparke. Mitteilungen des Vereins Naturschutzpark e.V. und des Verbandes Deutsche Naturparke e.V. Heft 157, S. 6-14.

SCHERMER, M. (2006): Endogene und neo-endogene Regionalentwicklung. Skriptum zum ‚Projekt: Ökologische Landwirtschaft und regionale Entwicklung'. Universität für Bodenkultur, Wien.

SCHIFFNER, W. (2002): Das oberösterreichische Naturschutzrecht. Amt der oberösterreichischen Landesregierung, Naturschutzabteilung, Linz: Eigenverlag.

SCHLOTTMANN, A. (1998): Entwicklungsprojekte als „strategische Räume". Eine akteursorientierte Analyse von sozialen Schnittstellen am Beispiel eines ländlichen Entwicklungsprojektes in Tanzania. Saarbrücken: Freiburger Studien zur Geografischen Entwicklungsforschung, Bd. 15.

SCHUBERT, D. (2002): Integrierte Regionalentwicklung – Nische oder wichtiger Baustein? Vortrag im Rahmen der Tagung ‚Neue Agrarpolitik vor Ort – Perspektiven für den ländlichen Raum', 10.-11.12.2002, Wetzlar. In: BMVEL (2005): Ländliche Entwicklung aktiv gestalten. Leitfaden zur integrierten ländlichen Entwicklung. Text von Michael Böcher. Bonn: Bundesministerium für Verbraucherschutz, Ernährung und Landwirtschaft, Seite 8.

SCHULZ, W. F. (Hrsg.) (2001): Lexikon nachhaltiges Wirtschaften. München, Wien: Oldenburg.

SCHÜTTLER, K. (1994): Regionalentwicklung in Hessen. In: Eigenständige Regionalentwicklung in Nordhessen. Arbeitskreis Open Flair e.V. Eschwege, S. 10-27.

SIEGRIST, D. (2003): Trends, Potenziale und Gästebedürfnisse des naturnahen Tourismus und des Naturparktourismus – Ergebnisse neuerer Nachfrageanalysen aus den Alpenländern. In: VERBAND DER NATURPARKE ÖSTERREICHS (Hrsg.): Weiterentwicklung der Regionalentwicklung in Naturparken. Graz, S. 11-35.

SILBER, R. (2007): Mündliche Information zum Naturpark Obst-Hügel-Land am 19.1.2007.

SILBER, R. (2006): Obstbaumpflanzaktion im Naturpark Obst-Hügel-Land. In: Informativ. Heft 44, Dezember 2006, S. 12-13.

SIRAKAYA, E., JAMAL, T. und CHOI, H. (2001): Developing indicators for destination sustainability. In: Weaver, D. (Hrsg): The Encyclopaedia of Ecotourism. Wallingford: CAB International, S. 411-431.

STAPPEN, R., K. (2006): A Sustainable World is Possible – Der Wise Consensus: Problemlösungen für das 21. Jahrhundert. Impulsdokument Manuskript 1.2. Eichstätt. At: http://www.faape.org/wise-consensus1.2.pdf (27.10.2006).

STATISTIK AUSTRIA (2006): Gemeindedaten. At: http://www.statistik.at/blickgem/gemList.do?bdl=4 (16.11.2006).

VERBAND DER NATURPARKE ÖSTERREICHS (Hrsg.) (2002): Weiterentwicklung der Bildungsfunktion in Naturparken. Graz.

VERBAND DER NATURPARKE ÖSTERREICHS (Hrsg.) (2004): Weiterentwicklung der Erholungsfunktion in Naturparken. Graz.

VERBAND DER NATURPARKE ÖSTERREICHS (Hrsg.) (2003): Weiterentwicklung der Regionalentwicklung in Naturparken. Graz.

VERBAND DER NATURPARKE ÖSTERREICHS (2006a): Ausarbeitung von Qualitätskriterien zum Begriff „Naturpark“. Graz.

VERBAND DER NATURPARKE ÖSTERREICHS (2006b): Naturparke in den Bundesländern. Verband der Naturparke Österreichs, Graz. At: http://www.naturparke.at/ (15.11.2006).

VEREIN NATURPARK OBST-HÜGEL-LAND (2006a): 1000 Obstbäume. At: http://www.obsthuegelland.at/ (17.11.2006).

VEREIN NATURPARK OBST-HÜGEL-LAND (2006b): Anhang II – Fördermöglichkeiten im Naturpark Obst-Hügel-Land. St. Marienkirchen an der Polsenz. At: http://www.obsthuegelland.at/index.php?id=86 (9.1.2007).

VEREIN NATURPARK OBST-HÜGEL-LAND (s.a.): Statuten des Vereins Obst-Hügel-Land.

VEREIN NATURPARK OBST-HÜGEL-LAND (2007): Ziele des Naturparks. At: http://www.obsthuegelland.at/index.php?id=24 (25.1.2007).

WEIXLBAUMER, N. (2002): Die Chance liegt in der Umsetzung des Anspruchs – Gebietsschutz und Regionalentwicklung? Das Beispiel des Regionalparks Grands Causses (Massif Central). In: MOSE, I. und WEIXLBAUMER, N. (Hrsg.): Naturschutz: Großschutzgebiete und Regionalentwicklung. Sankt Augustin: Academia Verlag, S. 193-215.

WEIXLBAUMER, N. (1998): Gebietsschutz in Europa: Konzeption – Perzeption – Akzeptanz. Ein Beispiel angewandter Sozialgeographie am Fall des Regionalparkkonzeptes in Friaul-Julisch Venetien. Wien: Institut für Geographie der Universität Wien.

WEIXLBAUMER, N. (s.a.): Naturgebietsschutz und Regionalentwicklung – Rahmenanmerkungen zur Konzeption, Wahrnehmung und Entwicklungsperspektive von Schutzgebietslandschaften am Beispiel des Naturparks Ötscher-Tormäuer. At: www.umweltbildung.at/LBL/wahrnehmung/hintergrund/oetscher/oetscher.doc (9.11.2006).

WIKIPEDIA (2006): Portfolio-Analyse. At: http://de.wikipedia.org/wiki/Portfolioanalyse (22.9.2006).

ZWAHR, A. (2006a): Brockhaus-Enzyklopädie in 30 Bänden. 21. völlig neu bearbeitete Ausgabe. Band 4 Bhas – Buch. Leipzig: Brockhaus.

ZWAHR, A. (2006b): Brockhaus-Enzyklopädie in 30 Bänden. 21. völlig neu bearbeitete Ausgabe. Band 19 Mosc - Nordd. Leipzig: Brockhaus.

ZWAHR, A. (2006c): Brockhaus-Enzyklopädie in 30 Bänden. 21. völlig neu bearbeitete Ausgabe. Band 22 Pot - Rens. Leipzig: Brockhaus.

Anhang

Kontaktadressen der ausflugs- und bildungstouristischen Angebote	Seite A 1
Internetquellen aller erhobenen Projekte	Seite A 4
Fragebogen	Seite A 8
Einladung Focus Group	Seite A 12
Manual	Seite A 13
Handout	Seite A 15

Kontaktdressen der ausflugs- und bildungstouristischen Angebote

Projektname	**„Spielend lernen mit und in der Natur“; Schulprogramm und Kinderführungen**
Organisation	ComNatura
Ansprechperson	Dipl.-Ing. Melanie Hecker
Adresse	ComNatura-Umweltbildung Corbiestr. 14 37671 Höxter
Staat	Deutschland
E-Mail	comnatura@freenet.de
Telefon/Fax	Telefon: 0049 52 71 - 95 14 67 Fax: 0049 52 71-92 08 63 Mobil: 0049 1 70 - 6 71 82 72
URL	www.comnatura.de
Quelle	www.comnatura.de

Projektname	**Streuobst Erlebnisweg Markt Herrnsheim**
Organisation	Gästeinformation Markt Willanzheim
Ansprechperson	Ingrid Reifenscheid-Eckert
Adresse	97348 Markt Willanzheim
Staat	Deutschland
E-Mail	info@willanzheim.de
Telefon	0049 9323 / 876 74 76
URL	http://www.willanzheim.de/kultur/wege/streuobstweg/wegbeschreibung.php
Quelle	www.markt-herrnsheim.de

Projektname	**Kunst-Pfad**
Organisation	Bund Landesverband Hamburg e.V.
Ansprechperson	Ulrich Kubina
Adresse	Lange Reihe 29, 20099 Hamburg
Staat	Deutschland
E-Mail	uk@apfeltage.info
Telefon	Tel. 0049 600 386 0 oder 0049 460 63 991 Fax: 0049 600 386 20
URL	http://www.kunst-pfad.de/
Quelle	http://www.kunst-pfad.de/

Projektname	Apfelmatsch
Organisation	Bund Freunde der Erde
Ansprechperson	Petra Bußjäger und Frank Mecke
Adresse	
Staat	Deutschland
E-Mail	pebuss@freenet.de
Telefon	0049 61 36 - 95 35 58
URL	http://www.bund-hessen.de/projekte/apfelmatsch.html
Quelle	http://www.bund-hessen.de/

Projektname	Vier Obstsortengärten im Deggenhausertal
Organisation	Gemeinde Deggenhausertal
Ansprechperson	Knut Simon (Bürgermeister)
Adresse	Touristinformation im Rathaus Badener Straße 14, Ortsteil Wittenhofen 88693 Deggenhausertal
Staat	Deutschland
E-Mail	touristinfo@deggenhausertal.de
Telefon	07555/9200-13
URL	http://www.deggenhausertal.de/index_t.html
Quelle	http://www.deggenhausertal.de/

Projektname	Rhöner Schau-Kelterei
Organisation	Rhönerlebnis
Ansprechperson	Jürgen Krenzer
Adresse	Eisenacher Straße 24, 36115 Ehrenberg – Seiferts / Rhön
Staat	Deutschland
E-Mail	info@rhoenerlebnis.de
Telefon	049 6683 96340 Mobil: 049 170 3052747 Fax: 049 6683 1482
URL	http://www.rhoenerlebnis.de/
Quelle	http://www.rhoenerlebnis.de/

Projektname	Streuobstmuseum Bruchsal
Organisation	Gemeinde Bruchsal
Ansprechperson	Leif Pötzsch
Adresse	Stadt Bruchsal, Abteilung Umweltschutz, Postfach 2320 76613 Bruchsal
Staat	Deutschland
E-Mail	leif.poetzsch@bruchsal.de
Telefon	0049 7251 79 482
URL	www.bruchsal-xl.de
Quelle	www.bruchsal-xl.de

Projektname	Dr. honoris Mosticus
Organisation	Mostbarone
Ansprechperson	Toni Distelberger
Adresse	Gigerreith 39, 3300 Amstetten
Staat	Österreich
E-Mail	info@distelberger.at
Telefon	0660/7646101
URL	http://www.mostbaron.at/cms/
Quelle	http://www.mostbaron.at/cms/

Projektname	Erlebnis- und Genusszentrum MostBirnHaus
Organisation	Mostinfozentrum Ardagger Betriebs- und Errichtungs GmbH
Ansprechperson	Peter Brandstetter
Adresse	Stift Ardagger 9, 3300 Stift Ardagger
Staat	Österreich
E-Mail	peter.brandstetter@mostviertel.at
Telefon	07479-6400
URL	www.mostbirnhaus.at
Quelle	http://www.stiftstaverne.at/

Projektname	St. Georgener Apfelfest
Organisation	Verein Kraftquelle St. Georgen im Lavanttal
Ansprechperson	Silke Guntschnig
Adresse	Dorfplatz 10, 9423 St.Georgen
Staat	Österreich
E-Mail	st-georgen-lavanttal@ktn.gde.at
Telefon	04357/2133-1 Fax: 04357/2133-9
URL	http://www.apfelfest.at/
Quelle	http://www.ova-online.at/docs/Streuobst-Info2005_1.pdf

Projektname	Mostgalerie am Bodensee
Organisation	Fam. Stäheli
Ansprechperson	Elisabeth Stäheli
Adresse	Kratzern 39, 9320 Frasnacht (Arbon am Bodensee)
Staat	Schweiz
E-Mail	paul-staeheli@bluewin.ch
Telefon	Tel, Fax: 071 446 4772, Mobil: 076 402 0036
URL	www.mostgalerie.ch
Quelle	www.mostgalerie.ch

Internetquellen aller erhobenen Projekte

Bezeichnung	Internet	Art des Projektes													
		Lehrpfad	Erlebnisweg	geführte Angebote	Spielplatz	Fest	Obststraße	Sortengarten	Schulprogramm	Unterhaltung	Wochen(end)angebot	Museum/Ausstellung	Verkostung	Kunst	Rad/Reitweg
DEUTSCHLAND															
Schulprogramm (comnatura)	http://www.comnatura.de								x						
Viezstraße	http://www.viezstrasse-online.de					x	x								
Streuobstlehrpfad Albersbach	http://www.geo-naturpark.de	x													
Obstbaumlehrpfad Denkingen-Spaichingen	http://www.denkingen.de	x													
Obstwiesenlehrpfad Seckmauern	http://www.beta.oekowiese-odenwald.de/dl/broschuere_lehrpfad_seckmauern.pdf	x													
Streuobstwiesenlehrpfad Arzheim und Asterstei	http://www.dos-koblenz.de/umwelttag/td_streuobst-seite.htm	x													
Apfelfest Koblenzer Streuobstwiesenprojekt	http://www.koblenz.de/gesundheit_umwelt/apfelfest_2004.html					x									
Streuobstwiesenpfad Mackenrodt	http://www.erlebnisstreuobst.de	x													
Obstlehrpfad Tännesberg	http://www.naturpark-now.de	x													
Apfelfest Ebern	http://www.bund.naturschutz-ebern.de					x									
Streuobst-Erlebnisweg Markt Herrnsheim	http://www.willanzheim.de/kultur/wege/streuobstweg		x	x					x						
Apfelfest Märkische Schweiz	http://www.grossschutzgebiete.brandenburg.de/np_ms/kalender_03.html					x									
Vermostungsfest im Naturpark Nuthe-Nieplitz	http://www.grossschutzgebiete.brandenburg.de/np_nn/kalender_03.html					x									
Kunst-Pfad	http://www.kunst-pfad.de													x	

Bezeichnung	Internet	Art des Projektes													
		Lehrpfad	Erlebnisweg	geführte Angebote	Spielplatz	Fest	Obststraße	Sortengarten	Schulprogramm	Unterhaltung	Wochen(end)angebot	Museum/Ausstellung	Verkostung	Kunst	Rad/Reitweg
Ermstal-Obst-Radweg	http://www.ermstalradweg.de	x										x			x
Streuobst- und Naturlehrpfad Meisenheim	http://www.home.arcor.de/schweinschied2/frames.htm	x		x											
Obstwiesenfest in Aachen	http://www.biozac.de/biozac/europom/owfest05/obst05.htm					x									
Obstlehrpfad Öhringen	http://www.oehringen.de	x													
Pälzer-Äppel-Wuch bei Meisenheim	http://www.rosenhaeuschen.de										x				
Apfelmatsch	http://www.bund-hessen.de/projekte/apfelmatsch.html								x						
Streuobst-Schulwoche in Bayern	http://www.lfl.bayern.de								x		x				
Europom (Schulprogramm)	http://www.biozac.de/biozac/europom/obstwies.htm			x					x						
Streuobstpfad Schnaiter Rain	http://www.bund-weinstadt.de/streuobst.html	x													
Lehrpfad "Lebendige Streuobstwiese" Dresden	http://www.streuobst-dresden.grueneliga.de	x													
Umweltbildung auf den Streuobstwiesen Dresden	http://www.streuobst-dresden.grueneliga.de			x					x						
Apfeltour Oberteuringen	http://www.oberteuringen.de			x											
Obst- und Weinwanderweg Hagnau	http://www.hagnau.de/veranstaltungen/obstweg.html	x													
4 Obstsortengärten im Deggenhausertal	http://www.deggenhausertal.de/vorlagen/artikel.php?i_id=040602							x							
Obstlehrpfad Dürnau	http://www.duernau.de/db214.html	x													
Streuobstmuseum Bruchsal	http://www.bruchsal-xl.de								x			x			
Obstlehrpfad Altschweier	http://www.buehl.de	x													
Streuobstlehrpfad Stockach	http://www.oug.de/IEIZ2DH2lBHEsB0NBGIExAH+kA12+.HTML	x													

Bezeichnung	Internet	Art des Projektes													
		Lehrpfad	Erlebnisweg	geführte Angebote	Spielplatz	Fest	Obststraße	Sortengarten	Schulprogramm	Unterhaltung	Wochen(end)angebot	Museum/Ausstellung	Verkostung	Kunst	Rad/Reitweg
Bodensee Obstmuseum Frickingen	http://www.frickingen.de/content/touri_obstmuseum.html											x			
Außerschulischer Lernort Bauernhof	http://www.chiemgau-inn-salzach.de/front_content.php?idcat=49								x						
Rhönapfel	http://www.rhoenerlebnis.de			x						x	x		x		
Streuobstlehrpfad Hausen	http://www.info.rhoen-grabfeld.de/streuobst/index.htm	x													
Streuobstlehrpfad Greußenheim	http://www.greussenheim.de/lbv.php	x													
Exkursion in eine Streuobstwiese	http://www.umweltbildung-kreis-ravensburg.de								x						
Schüler auf dem Bauernhof	http://www.schueler-auf-dem-bauernhof.de								x						
Streuobstwanderweg Fränkische Schweiz	http://www.fraenkische-schweiz.bayern-online.de	x													
Straße der alten Obstsorten	http://www.zoenu.de			x			x					x			x
Obstbaumuseum Glems	http://www.metzingen.de											x			
Kinder entdecken eine Kulturlandschaft: Streuobstwiesen	http://www.suub.de			x					x						
Streuobstroute Nassauer Land	http://www.streuobstroute-nassauer-land.de/	x			x								x		x
Hessische Wirtshaus Kelterer	http://www.hessische-wirtshauskelterer.de/												x		
SCHWEIZ															
Mostindien, Eva und der Apfel	http://www.thurgau-tourismus.ch										x	x			
Obstlehrpfad Altnau	http://www.altnau.ch/xml_1/internet/de/application/d262/f320.cfm	x													
Mostgalerie am Bodensee	http://www.mostgalerie.ch												x		

Bezeichnung	Internet	Art des Projektes													
		Lehrpfad	Erlebnisweg	geführte Angebote	Spielplatz	Fest	Obststraße	Sortengarten	Schulprogramm	Unterhaltung	Wochen(end)angebot	Museum/Ausstellung	Verkostung	Kunst	Rad/Reitweg
ÖSTERREICH															
Schullandwochen am Bauernhof	http://www.agrarprojektpreis.at			x					x						
Mostbaron	http://www.mostbaron.at			x						x			x		
Mostbirnhaus	http://www.mostbirnhaus.at		x		x							x	x		
Mostgalerie	http://www.stiftstaverne.at									x			x		
Mostobstwanderweg Eschenau	http://www.eschenau.at	x													
Haus des Apfels	http://www.apfelstrasse.at	x		x								x			
Schnapslehrpfad	http://www.edelbrand.at	x		x									x		
Elzer Roas	http://www.elzer-roas.com						x								
Moschta & Koschta	http://www.streuobst.vorderland.at/markt/moschtakoschta.php					x						x	x		
Mostradfest	http://www.herzmostviertel.at					x									x
Naturparkakademie Sölktäler	http://www.naturparkakademie.at			x					x		x				
St. Georgener Apfelfest	http://www.apfelfest.at					x							x		
ITALIEN															
Apfelwanderung	http://www.natz-schabs.info/de/Infos/Urlaubsfreund2003_dt.neu.pdf			x											
Südtiroler Apfelradweg	http://www.provinz.bz.it/tourismus/projekte_d.htm														x
Vinschger Apfeltage	http://www.schlanders-laas.it/schlanders-laas/info/apfeltage.php			x		x					x	x	x		
Riffianer Apfel-Frühling	http://www.riffian-kuens.com			x		x					x	x	x		
Sunnseitn Apfelwoche	http://www.genuss.suedtirol.com/suedtirolgeniessen/apfelwoche.php	x		x		x					x		x		
Apfelweg im Dorf Tirol	http://www.dorf-tirol.it	x													

FRAGEBOGEN

Ausflugs- und Bildungstourismus als Beitrag zu einer integrierten nachhaltigen Regionalentwicklung

Falls Sie sich für die Ergebnisse meiner Untersuchung interessieren sollten, sende ich Ihnen gerne eine Zusammenfassung der Resultate per Mail (Zutreffendes bitte ankreuzen): Ja ☐ Nein ☐

Ein paar Erläuterungen zum Fragebogen:

- Manche Antworten sind bereits vorgedruckt (aufgrund eigener Recherchen). Bitte überprüfen Sie diese und stellen sie bitte allenfalls richtig!
- Die **fett gedruckten Fragen** sind notwendig, um die unterschiedlichen Angebote vergleichen zu können. Ich bitte Sie daher, diese Fragen besonders sorgfältig zu beantworten.

Datum: _____ **Ort**: _____

I. Angaben zur befragten Person

Vor- /Zuname:	
Gegenwärtige Position/Funktion im Projekt:	
Sie beschäftigen sich mit dem Projekt seit:	

II. Fragen

ALLGEMEINES

1) Name des Projekts: _____

2) Seit wann besteht das Projekt? _____

3) Beschreiben Sie bitte mit einigen Worten Ihr Projekt:

4) Welche Ziele sollen durch das Projekt erreicht werden?

5) Welche Zielgruppe soll Ihr Projekt ansprechen?

ÖKOLOGISCHE KOMPONENTE

6) a)Durch welche Maßnahmen und Aktivitäten trägt das Projekt zur Sicherung der Streuobstbestände bei?

b) Falls die Zahl der Streuobstbäume in Ihrer Region durch das Projekt steigt, schätzen Sie bitte die Anzahl der neu ausgepflanzten Obstbäume pro Jahr:

7) a) Schätzen Sie bitte Prozentanteile, zu denen die Besucher Ihres Projektes öffentlich (auch zu Fuß bzw. per Fahrrad) und mit eigenem Auto anreisen:

	%
Öffentlich, per Rad, zu Fuß	
Motorisierter Individualverkehr	

b) Wurden Maßnahmen gesetzt, um den Anteil des motorisierten Individualverkehrs zu reduzieren? (Zutreffendes bitte ankreuzen)

Ja ☐
Nein ☐

c) Wenn ja, welche?

8) a) Die Diplomarbeit erhebt ausflugs- und bildungstouristische Angebote. Welche Bedeutung hat Umweltbildung in dem Projekt, bzw. handelt es sich um ein reines Unterhaltungsangebot? Schätzen Sie bitte die Prozentzahlen (in Summe 100%):

	%
Bildung	
Unterhaltung	

b) Inwiefern weist das Projekt einen Umweltbildungscharakter auf?

ÖKONOMISCHE KOMPONENTE

9) a) Welche Personengruppen/Sektoren profitieren Ihrer Meinung nach vom Projekt? Inwiefern (z.B. ökonomisch, soziale Interaktion, Erholungsangebot)?

b) In welchem Ausmaß trägt Ihr Projekt zur Steigerung des Absatzes lokaler Produkte und Dienstleistungen bei? (Zutreffendes bitte ankreuzen bzw. weitere Gruppen ergänzen)

	Beitrag zur Steigerung des Absatzes lokaler Produkte / Dienstleistungen			
	kein	**gering**	**stark**	**sehr stark**
Landwirtschaft	☐	☐	☐	☐
Produzierendes Gewerbe	☐	☐	☐	☐
Handel	☐	☐	☐	☐
Gastronomie	☐	☐	☐	☐
	☐	☐	☐	☐
	☐	☐	☐	☐

10) a) Konnte das Projekt zur Sicherung/Schaffung von Arbeitsplätzen für die lokale Bevölkerung beitragen (Zutreffendes bitte ankreuzen)? Ja ☐ Nein ☐

b) Wenn ja, versuchen Sie eine Quantifizierung:

	Anzahl
Neue Vollzeitjobs	
Neue Halbtagsjobs	
Zusätzliche stundenweise bezahlte Aushilfe	
Ehrenamtliche	

Sicherung bestehender Jobs, die sonst wahrscheinlich verloren gegangen wären	Sektoren	Zutreffendes bitte ankreuzen	Anzahl der gesicherten Arbeitsplätze
	Landwirtschaft	☐	
	Produzierendes Gewerbe	☐	
	Dienstleistungen	☐	
	Sonstiges	☐	

11) a) Zu welchem Anteil wird das Projekt durch Fördermittel getragen?

☐ **% vom Gesamtbudget**

b) Welches Budget steht dem Projekt pro Jahr zur Verfügung?

	%	**€**
Eigenmittel		
Öffentliche Förderungen		
Stiftungsgelder		
Bankkredite		
Sponsoring		
Einnahmen/Erlöse		

SOZIALE KOMPONENTE

12) a) Zu welchen Anteilen wird Ihr Angebot von Einheimischen und von Touristen genützt?

	%
Einheimische	
Touristen und Ausflugsgäste	

b) Was ist das überwiegende Einzugsgebiet (z.B. größere Stadt, Region)?

13) a) Wie viele Personen aus der lokalen Bevölkerung sind in Planung, Durchführung und Evaluation des Projektes eingebunden?

b) In welchen Phasen und in welcher Form war/ist die lokale Bevölkerung am Projekt beteiligt?

Phase	**(ankreuzen)**	**In welcher Form?**
Auftaktphase (Planung)	☐	
Umsetzungsphase	☐	
Evaluierung	☐	

14) a) Wie viele Besucher konnte das Projekt etwa pro Jahr verzeichnen?

Phase	Anzahl
Projektbeginn	
Projektmitte	
2006	

b) Worauf lassen sich allfällige Veränderungen der Besucherzahlen zurückführen?

15) a) Kennen Sie ähnliche Projekte/Angebote in anderen Regionen? Ja ☐ Nein ☐

b) Wenn ja, wie unterscheidet sich Ihr Angebot von den anderen?

c) Wie versuchen Sie die Einzigartigkeit Ihres Projektes im Marketing bewusst hervorzustreichen?

16) In welcher Hinsicht könnte das Projekt aus Ihrer Erfahrung noch verbessert werden?

17) a) Kam oder kommt es durch das Projekt zu unerwarteten oder gar unerwünschten Effekten in der Region? (Zutreffendes bitte ankreuzen) Ja ☐ Nein ☐

b) Wenn ja, zu welchen?

c) Wie begegnen Sie ihnen?

18) a) Denken Sie, dass dieses Projekt auch auf andere Regionen übertragen werden kann? (Zutreffendes bitte ankreuzen) Ja ☐ Nein ☐

b) Weshalb?

Herzlichen Dank für Ihr Interesse!
Barbara Enengel

Einladung Focus Group

NATURPARK OBST-HÜGEL-LAND

Kirchenplatz 1
4076 St. Marienkirchen an der Polsenz
Telefon: 07249/47112-25
e-mail: info@obsthuegelland.at
www.obsthuegelland.at

St. Marienkirchen/P, am 16. März 2007

Liebe Naturpark-Interessierte!

Wir dürfen Sie/euch sehr herzlich zu einem Workshop zum Thema

„Ausflugs- und Bildungstourismus im Naturpark Obst-Hügel-Land"

am Freitag, den 30. März 2007 von 13.00 bis 17.00 Uhr im Gemeindezentrum in St. Marienkirchen einladen!

Mit der Gründung des Naturparks hat sich der Verein „Naturpark Obst-Hügel-Land" u.a. zum Ziel gesetzt, die Kulturlandschaft zu erhalten, die Wertschöpfung in der Region zu erhöhen und Zusammenhänge zwischen Natur und Kultur erlebbar zu machen. Vieles hat sich seither getan. Wir präsentierten den Naturpark einer breiten Öffentlichkeit und einige Projekte wurden erfolgreich umgesetzt. Gemeinsam wollen wir in den nächsten Jahren unser Angebot im Naturpark ausbauen und zusätzliche Anreize für die Bevölkerung und für unsere Gäste setzen.

Mit der Entwicklung von Angebote rund um Ausflugs- und Bildungstourismus in unserem Naturpark beschäftigt sich Barbara Enengel, Studentin an der Universität für Bodenkultur, in ihrer Diplomarbeit. Dazu recherchierte sie gute Projektbeispiele aus dem In- und Ausland und interviewte die jeweiligen Projektbetreiber. Die Beispiele zeigen Möglichkeiten zur Gestaltung von touristischen Angeboten rund um Streuobst auf und können Anstoß zur Umsetzung von Projekten geben. Am 30. März wird uns Frau Enengel die Projekte vorstellen. Anschließend werden wir die Angebote diskutieren, daraus Ideen für zukünftige Schritte ableiten und Anregungen für unseren Naturpark holen.

Ablauf:

1) Begrüßung und Vorstellung der Teilnehmer
2) Potentiale im Ausflugs- und Bildungstourismus
3) Präsentation der untersuchten Projekte rund um Ausflugs- und Bildungstourismus
4) Diskussion der Projekte
5) Vergleich der Ergebnisse aus der Diskussion

Geben Sie bitte im Naturparkbüro (07249/47112-25; info@obsthuegelland.at) bis spätestens Mo. 26. März Bescheid, ob Sie an der Veranstaltung teilnehmen werden. Auf ein zahlreiches Erscheinen und einen anregenden Diskussionsnachmittag freuen sich Barbara Enengel und der Verein Naturpark Obst-Hügel-Land!

Barbara Enengel

Verein Naturpark Obst-Hügel-Land (ZVR-Zahl: 632754714)
Bankverbindung: Raika St. Marienkirchen/Polsenz / BLZ: 34532 / Kto.Nr.: 12625

Manual

Diskussionsnachmittag am 30. März 2007 im Naturpark Obst-Hügel-Land

Zeit	Wer	Programmpunkt	Methoden	Infrastruktur / Medien	Anmerkungen
13.00		Rezeption	Namensschilder schreiben	Namensetiketten, Filzstifte	
13.00 – 13.15	Rainer Barbara	Begrüßung + Vorstellungsrunde			Beziehung zum Naturpark (Was verbindet Sie mit dem Ausflugs- und Bildungstourismus im Naturpark Obst-Hügel-Land?)
13.15 – 13.30	B	Unsere Ziele für Workshop/ Programm vom Tag		Flip oder Plakat mit Tagesprogramm	Was ist heute nicht erfüllbar?
	B	Vorstellung der Diplomarbeit + Ausflugs- und Bildungstourismus + Ziele	ppt-Präsentation	Laptop + Beamer	
		Möglichkeit für Fragen			
13.30 – 14.15	B	Präsentation der Projekte	ppt-Präsentation	Laptop + Beamer	3 Minuten je Projekt und nach jedem Projekt 1 Min. Zeit für Fragen. Handouts!
14.15 – 14.20		Portfolio-Analyse	ppt-Präsentation	Laptop + Beamer	5 Min. für die Portfolio-Analyse
		Möglichkeit für Fragen			Meinung zur Darstellung und Verteilung der unterschiedlichen Projekte im Portfolio. Welche Anforderungen stellen Sie selbst an ausflugs- und bildungstouristische Angebote im Obst-Hügel-Land? (fehlt ein Bewertungskriterium / Indikator, könnte man auch den einen oder anderen Indikator weg lassen?)

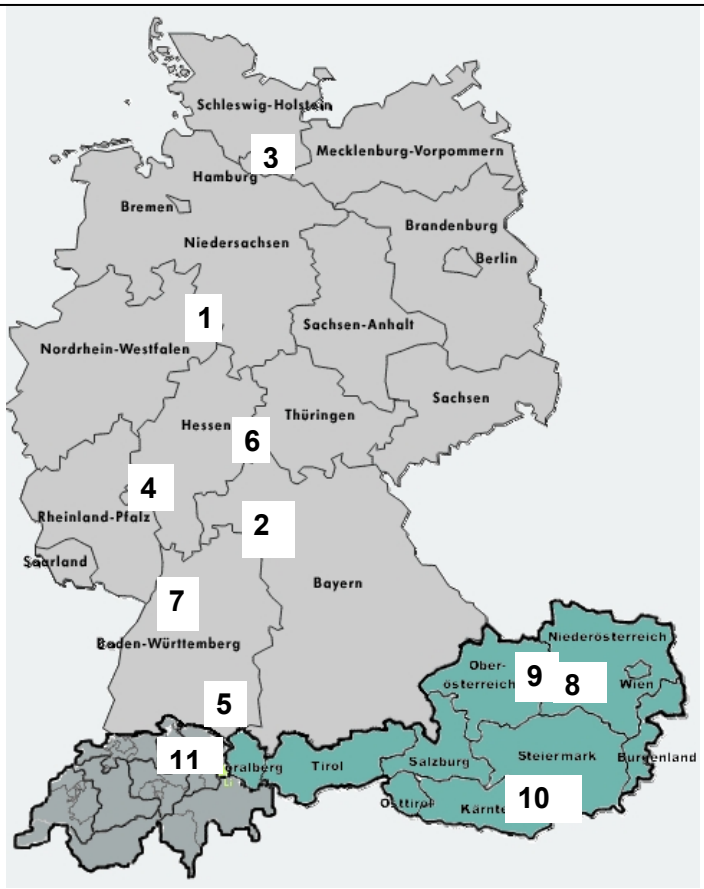
Zeit	Wer	Programmpunkt	Methoden	Infrastruktur / Medien	Anmerkungen
14.20 – 14.30	B	Erklärung zu Focus Groups (Gruppendiskussion) was wird gemacht, was sind die Ziele	(ppt- Präsentation)		Hinweis für TN: – Diskussionsregeln sollen v.a. aus persönlichen Erfahrungen schöpfen
	R, B	Aufteilung der Teilnehmer in zwei Gruppen		Zweiter Raum	gemischte Gruppen
14.30 – 14.45		Kaffeepause			
14.45 – 16.45	R, B	Focus Groups Durchführung		Audiokassetten, Transkript, Wortmeldungen mitzählen Bilddokumentation	Getränke bereitstellen
16.45 – 17.00		Kurze Pause			
17.00 – 17.10	R, B	Diskussion	Vorstellung der Gruppenergebnisse im Plenum durch die Moderatoren, ev. Ergänzung durch weitere Kommentare aus Plenum		5 min. je Moderierenden Alle Flip-Charts oder gestalteten Plakate fotografieren!
17.10 – 17.20	Rainer	Abschluss: – Feedback durch TN – Wie geht's weiter – Dank fürs Kommen – Ergebnisse zuschicken – Einladung zum Buffet		Inkl. Most, Säfte, Brot, Käse (Regionales)	Plakat mit Punktbewertung entlang von zwei Achsen: Wie war das Gesprächsklima (zwischen schlecht und sehr gut)? Wie ergebnisorientiert war die Diskussion (wenige Ergebnisse – viele, interessante Ergebnisse)?

Handout

Diskussionsnachmittag im Naturpark Obst-Hügel-Land

30. März 2007

Projektbeschreibungen



1 ComNatura

2 Streuobst Erlebnisweg

3 Kunst-Pfad

4 Apfelmatsch

5 Obstsortengärten

6 Rhöner Schau-Kelterei

7 Streuobstmuseum Bruchsal

8 Mostbaron

9 MostBirnHaus

10 St. Georgener Apfelfest

1. Schulprogramm und Kinderführungen von ComNatura (1)

- Umweltbildungsunternehmen (D) seit 2002
- Seminare, Vorträge, Aktionen für Schulklassen
- Mitarbeiter kommen in die Schulen/Vereinsräume
- Veranstaltungen zu Streuobst:
  - Apfelsaft pressen
  - Streuobstwiese (April – Oktober)
  - Opas Äpfel schmecken besser: Vorteile regionaler Lebensmittel (ganzjährig)

30. März 2007 6

1. Schulprogramm und Kinderführungen von ComNatura (2)

- Bildungsangebote zu Trinkwasser, Wildkräuter, Kreatives Recycling
- 2 Std. je Veranstaltung (Kindergarten); Kosten: € 50,-
- 3 Std. für Schulklassen
- 160 Teilnehmer im Jahr 2006

30. März 2007 7

2. Streuobst Erlebnisweg Markt Herrnsheim (1)

- Lehrpfad durch die Streuobstwiesen
- seit 2004, 2 km, gut begehbar
- System:
  - Ankommen
  - Ästhetisches Empfinden
  - Emotionale Begeisterung wecken
  - Bewusste und unbewusste Sensibilisierung
  - Aktive und interaktive Wissensvermittlung
  - Informationen über den Lebensraum Streuobst

30. März 2007 9

2. Streuobst Erlebnisweg Markt Herrnsheim (2)

- 6 Stationen

30. März 2007 10

3. Kunst-Pfad (1)

- Norddeutsche Apfeltage im städtischen Umfeld von Hamburg (D)
- Seit 2005 auf der Streuobstwiese (Umweltzentrum)
- 16 KünstlerInnen
- Themen:
  - „Zellkultur“ (2005)
  - „Himmel und Erde“ (2006)
  - „Herbstzeitlos“ (heuer)
- Inszenierung der Landschaft; Zusammenspiel von Natur und Kunst)
- 5.000 bis 6.000 Besucher
- Unterschiedliche Personengruppen profitieren

30. März 2007 12

3. Kunst-Pfad

30. März 2007 13

4. Apfelmatsch

- BUND-Landesverband Hessen
- Naturerlebnisveranstaltungen (Lebensraum Streuobst, Wald, Wasser)
- Umweltpädagogik für Kinder, Jugendliche
- 2,5 bis 3 Std.
- Veranstaltungen:
  - „Apfelsaft selbst gemacht“
  - „Lebensraum Streuobst“: 3 Veranstaltungen (€ 12,- je Kind)
- spielerisch und erlebnisorientiert
- Veranstaltungen vor Ort
- Integration in ein übergeordnetes Konzept

30. März 2007 15

5. Vier Obstsortengärten Deggenhausertal (1)

- „Lebendes Museum“ und Lehrgarten
- Traditionelle Obstsorten
- Pflegemaßnahmen
- Funktionen des Lebensraumes
- Gemeinde Deggenhausertal; 20 Personen involviert (Entwicklung)
- Ein neuer Halbtagsjob, Bauhofmitarbeiter
- Geführte Wanderungen „Rund um die Zwetschke“
- Fotowettbewerb „Von der Blüte bis zur Frucht“

30. März 2007 1

5. Vier Obstsortengärten Deggenhausertal (2)

- **Apfelgarten:** 60 Bäume, 10 traditionelle Sorten des Bodenseegebietes
- Sortengarten für **Most-, Dörr- und Brennbirnen**: 1 ha
- Sortengarten für **Zwetschken**, Pflaumen, Mirabellen und Ringlotten: 35 Sorten
- **Gemischter** Obstsortengarten: 1 ha, 100 Bäume

30. März 2007 17

6. Rhöner Schau-Kelterei (1)

- Rhönerlebnis: Rhönschaf-Hotel + Schau-Kelterei (kleinste gewerbliche Kelterei)
- „Saft-Laden“ (Saft, Likör, Most,…) und „Kreativ Denkerei“
- neue Arbeitsplätze
- Veranstaltungen:
  - „Tatort Kellerei“: Wochenendprogramm
  - „Apfelbrunch“
  - Schau-Keltertage im September
  - Apfelwein-Seminar

30. März 2007 18

6. Rhöner Schau-Kelterei (2)

- Apfelwein-Seminar:
  - 3 Tage im November
  - Essen, Trinken im Gewölbekeller, Apfelfrühstück
  - Wissenswertes zur Geschichte des Apfelweines (Most)
  - Verkostung
  - Kelterkurs und Kellerbuchhaltung
  - Ausflug in die Streuobstwiese, Apfelsortenkunde
  - ab € 165,- pro Person

30. März 2007 19

7. Streuobstmuseum Bruchsal (1)

- 65 Ar mit 45 hochstämmigen Obstbäumen regional typischer Sorten
- Apfel, Birne, Zwetschke, Kirsche, Wildobst
- kommunal geführt
- Informationsschilder (Herkunft, Standort, Verwendungsmöglichkeiten)
- Sensenmähkurs, Apfelsaftpressen

30. März 2007 20

7. Streuobstmuseum Bruchsal (2)

30. März 2007 21

8. Mostbaron (1)

- Mostbauern und Mostwirte (seit 2003)
- Verkostungen, Gruppenangebote, spielerische Vermittlung der Mostkultur
- Gruppenangebote:
  - Mostritter Tafelrunde: zum Mostritter geschlagen; Moste unterscheiden, Urkunde, 1 Flasche Most zum Mitnehmen (1,5 Std., € 11,-)
  - Mostspaziergang in der Natur: durch die Obstgärten, Verkostung, Kennenlernen von Obstsorten

30. März 2007 22

8. Mostbaron (2)

- Dr. honoris Mosticus:
  - In einem halben Tag zum (Most-) Doktor
  - Apfelschälen, Birnen erkennen, Fassdauben-Schi-Rennen, Fassrollen, Scheibtruhen-Rennen, Verkostungen
  - Promotionsfeier und Urkunde
  - Jause, Getränke
  - € 29,50 pro Person
  - Betriebsausflüge (Wien)

30. März 2007 23

9. Erlebnis- und Genusszentrum MostBirnHaus

- Stift Ardagger, Eröffnung im April
- Erlebniswelt, 700m² Ausstellungsfläche
- Mostviertler Birnen, Most und Kulinarik
- Riesenbirnen-Labyrinth, großes Mostfass, Liegestuhlkino mit Zeitrafferfilmen aus vier Baumwipfeln
- Verkostungs-, Verkaufs- und Veranstaltungsbereiche
- Garten mit naturnahen Spielgeräten, Lehrpfade, Abenteuerbereiche
- Kinder, Familien (Genussorientierung)
- neue Arbeitsplätze

30. März 2007 24

10. Apfelfest in St. Georgen im Lavanttal (1)

- Seit 1996 an zwei Tagen Ende September
- Verein Kraftquelle
- Gesundheit, Wahrung der Tradition, Unterhaltung
- Größter Apfelmarkt in Kärnten
- Angebote:
  - Präsentation Apfelcocktail
  - Apfelausstellung mit Führung und Sortenbestimmung
  - Bücher rund um den Apfel
  - Kulinarik
  - Hautpflege mit Obst- und Fruchtsäuren
  - Kinderanimation, Musik, traditionelles Handwerk

30. März 2007 25

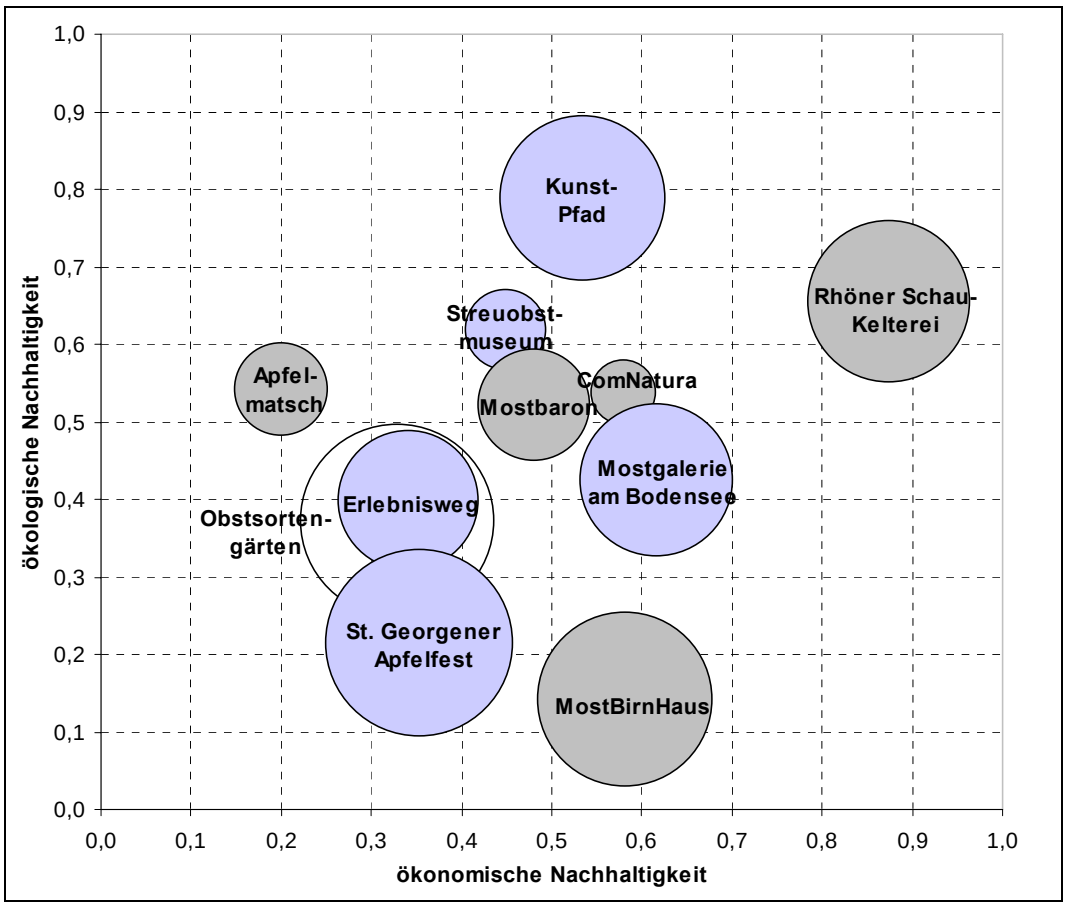
10. Apfelfest in St. Georgen im Lavanttal (2)

- 8.000 Besucher
- Gastronomie, Gewerbetreibende
- 50 Ehrenamtliche
- 15 Organisationen

30. März 2007 26

11. Mostgalerie am Bodensee

- Schweiz, Mostindien
- „Genieße den Obstsaft in der Heimat der Früchte“ (2004)
- Kommentierte Verkostungen
- Produkte aus Verarbeitungsbetrieben der Region
- Wissenswertes zur Mostkultur und Geschichte
- Mostkonsum steigern
- 900 Gäste
- 1 stundenweise Aushilfe

30. März 2007 27

Portfolio: