
Digitale Unterstützung zur Verlängerung des analogen Erlebnisses im Natursport

Ergebnisse des dritten Runden Tisches zum Thema
„Besucherlenkung für Destinationen – analog und digital“
am 24.09.2019

Autor: Dr. Alexander Schuler (BTE, 2019)

In Zusammenarbeit mit Outdooractive

Moderiert von



TOURISMUS- UND REGIONALBERATUNG
Berlin ■ Hannover ■ Eisenach ■ Mainz

Mit Unterstützung von

outdooractive

Inhalte:

Impressum.....	2
1 Vorbemerkung.....	3
1.1 Danksagung.....	3
1.2 Teilnehmer	3
1.3 Leitung und Moderation.....	3
2 Einführung und thematische Eingrenzung	4
3 Zentrale Ergebnisse der Diskussion	5
4 Weitere Vorgehensweise und nächster RoundTable	6

Impressum

BTE Tourismus- und Regionalberatung
Partnerschaftsgesellschaft mbB
Dr. Alexander Schuler
Kreuzbergstraße 30
10965 Berlin
schuler@bte-tourismus.de



Vor- und Nachbereitung, Raummiete und Getränke der am 24.9.2019 stattgefundenen Veranstaltung im Rahmen der Outdooractive Conference wurden durch die Outdooractive GmbH finanziert.



1 Vorbemerkung

1.1 Danksagung

Ein herzliches Dankeschön gilt den Teilnehmern des dritte Round Table zu Besucherlenkung, Digitalisierung und Natursport 2019, deren Beiträge im hier vorgelegten 3. WhitePaper dargestellt werden.

1.2 Teilnehmer der ersten drei Round Tables

Name	Organisation	Round Table		
		1 (OAC, 9/ 18)	2 (ITB, 3/ 19)	3 (OAC, 9/ 19)
Michael Barth	DIMB e.V.			x
Mathias Behrens-Egge	BTE Tourismus- und Regionalberatung PartG mbB		x	
Natalie Beller	Nationalpark Schwarzwald			x
Mario Böck	KOMPASS-Karten GmbH	x		
Filip Brocke	Outdooractive	x		
Jochen Brune	Deutscher Alpenverein			x
Tanja Brunnhuber	Destination to market		x	
Dirk Dunkelberg	Deutscher Tourismusverband e.V.		x	
Rolf Eberhardt	Naturpark Nagelfluhkette e.V.	x		
Nicolas Gareis	Deutscher Alpenverein	x		x
Harald Gmeiner	Alpenregion Tegernsee Schliersee		x	
Nico Graaff	Mountainbike Tourismusforum Deutschland e.V.		x	
Markus Hallermann	komoot		x	
Zoe Hagen	pro agro e.V.		x	
Florian Heini	Naturpark Nagelfluhkette e.V.			x
Wiebke Hillen	Outdooractive (Erstellung Mindmap)	x		
Julia Hoffmann	Nationalpark Eifel			x
Uta Holz	Südliche Weinstraße e.V.		x	
Karin Hünerfauth-Brixius	Rheinland-Pfalz Tourismus GmbH		x	
Richard Hunkel	Deutsche Zentrale für Tourismus e.V.		x	x
Liane Jordan	Deutscher Wanderverband Servie GmbH			x
Tobias Krause	ARGE Moutainbike/ destination to market		x	x
Norbert Kunz	Deutscher Tourismusverband e.V.		x	
Charly Lentz	KOMPASS-Karten GmbH	x		
Eric Magut	Deutscher Wanderverband Service GmbH	x	x	x
Johannes Meir	Outdooractive	x		
Jan Müller	Deutscher Alpenverein	x		
Erik Neumeyer	Deutscher Wanderverband u. Europäische Wandervereinigung	x	x	
Florian Porst	Nationalparkverwaltung Bayerischer Wald			x
Dr. Heinz-Dieter Quack	Ostfalia HaW	x	x	
Georg Rothwangl	Österreichischer Alpenverein	x		
Katja Richarz	Bike Sport e.V./DIMB e.V.		x	
Albert Rinn	Outdooractive			x
Sabine Risse	Sauerland Tourismus e.V.		x	
Philipp Schaffer	Mountainbike Tourismusforum Deutschland e.V.	x		x
Teresa Schreib	Nationalpark Bayerischer Wald		x	
Tilman Sobek	Mountainbike Tourismusforum Deutschland e.V.	x	x	
Eva Sturm	Tourismus Oberbayern München e.V.			x
Benjamin Trotter	Deutscher Alpenverein	x		
Jens Weinand	Südpfalz-Tourismus Landkreis Germersheim e.V.	x		
Hartmut Wimmer	Outdooractive	x	x	x
Jasmin Ziemacki	Nationalpark Eifel			x
Annemarie Zirkel	ADFC Bundesverband			x

1.3 Leitung und Moderation

- Dr. Alexander Schuler – BTE Tourismus- und Regionalberatung PartG

2 Einführung und thematische Eingrenzung

Der dritte RoundTable wollte sich aufbauend auf den vorangegangenen Veranstaltungen der „**Entwicklung eines Verhaltenskodex für Besucher(-lenkung)**“ widmen. Ziel ist es, einen Kodex für alle Beteiligten des Tourismus herauszuarbeiten, der einen wertschätzenden Umgang miteinander gewährleistet.

In einer ersten Runde wurden bezüglich des Verhaltenskodex Impulse und Ziele gesammelt. Vereinzelt wurde allerdings die Problemlage auch noch einmal thematisiert. Ein Überblick des Brainstormings bietet nachfolgende Abbildung:

Abb. 1 Ergebnisse Vorstellungsrunde: Impulse, Ziele Verhaltenskodex

Ergebnisse Vorstellungsrunde: Impulse, Ziele Verhaltenskodex
<ul style="list-style-type: none">■ Besucherlenkung fängt bei der Anreise an >> auch hier bereits Regeln/Empfehlungen wichtig■ Wo gibt es bereits solche Codes international, z.B. Scottish Outdoor Access Code, von denen wir lernen können/an denen wir uns orientieren können■ Wie schaffen wir es, den 22% klar zu machen, dass es verkehrt ist, was sie tun?; oder ggf. nur 10%, Rest Unkenntnis der großen Problematik (Hinweis: laut einer MTB Studie halten sich 22% dieser Natursportler bewusst nicht an Regeln)■ Mit Codes/Regeln bekommen wir die 78%, für die 22% benötigen wir andere Lösungen■ ggf. Angebot online ausblenden/rausnehmen■ Mehr untereinander kommunizieren notwendig:<ul style="list-style-type: none">▪ Mehr Anbieter/Plattformen an einen Tisch bekommen (Hinweis: Komoot, KOMPASS schon bei RoundTables dabei gewesen)▪ Nationalparke: Keine Möglichkeit Überblick zu behalten, über Touren, die online sind (kommen jährlich 100te dazu) >> wie technische Lösung für Überblick?; Anregung: neuer Weg → Rückfrage an Nationalpark: Passt das? → Freigabe oder Ablehnung.■ Problem: Schilder werden nicht gelesen, wenn ich eine Online-Karte habe■ Idee „Pop-Up in App“: „Achtung, du bist jetzt im Schutzgebiet XY“ oder „Achtung, saisonale/temporäre Sperrungen“; Alternativ: in Schutzzonen Funktion des Wegeanlegens von „der community“ gar nicht erst möglich■ Beispiel Waldwildschongebiete: Hier Hinweise in Outdooractice schon importiert; Voraussetzung: Bereitstellung guter Daten■ Nationalparke würden gern die Daten liefern, Bspw. auf Basis Bayerischer Wald Besucherlenkungskonzept■ Idee: Bundesweite Plattform, auf der sich Nutzer Gedanken machen zum Zusammentragen der Daten bezogen auf Schutzgebiete■ Reduktion der „100 Regeln“ in den 25.000 Schutzgebieten in Deutschland der unterschiedlichen Kategorien/Größen, die eigentlich nur 10 Kategorien angehören, auf 35■ Regeln ist der eine Hebel, Produktqualität der andere: wie stelle ich das Besondere heraus?■ Herausforderung: Industrie pusht auch noch die Besonderheiten: MTB Zeitschriften, Outdooromagazine, müssen „Bikeindustrie“ sensibilisieren: gern ihre Zuarbeit/Zusammenarbeit aber auch Verantwortlichkeit >> Industrie als 1 wichtiger Schlüssel■ Ziele eines Codex:<ul style="list-style-type: none">▪ Reflektion des eigenen Verhaltens▪ Sensibilisierung für die Belange anderer▪ Rücksicht und Toleranz▪ Sensibilisierung für Problematik, Nutzergruppen, Rechtssituation■ Verschiedene Verhaltenskodexe bereits vorhanden:<ul style="list-style-type: none">▪ DIMB: MTB▪ Oberbayern: MTB bis Wandern, Arbeitende Akteure in der Natur▪ Sächsische Schweiz: Boofen und Waldbrände▪ Baden-Württemberg: Forum für Erholung im Wald▪ Nationalpark Bayerischer Wald: Verhaltensregeln allgemein und speziell Geocaching▪ MTB Forum: Bikebooklet (kleines Heft)▪ FIS: Regeln Skifahren▪ Tirol: Umgang mit Weidevieh und viele mehr ...■ Erkenntnis: Jeder „macht sein eigenes Süppchen“; Herausforderung: wie vorhandene Codexe kommunizieren oder sich auf einen gemeinsamen Grundkanon verständigen?

Quelle: BTE 2019

3 Zentrale Ergebnisse der Diskussion

Festgestellt wurde, dass nicht nur die Nutzer bzw. Natursportler auf der Nachfrageseite sich an Regeln halten sollen, sondern auch die handelnden Akteure auf der Angebotsseite ihren Beitrag leisten müssen. Impulse hierfür wurden in der anschließenden Diskussion mit dem Leitsatz gesammelt: „Es wäre doch schön, wenn ...“. Die Ergebnisse werden in nachfolgender Abbildung dargestellt.

Abb. 1 Ergebnisse der Werkstattarbeit: Es wäre doch schön, wenn ...

Plattformen	Kommunen/ Landkreise	DMOs/TOs	Schutzgebiete
<ul style="list-style-type: none"> ■ ... mehr Anbieter/Plattformen mit am Tisch sitzen und mit diskutieren würden und unter sich Gedanken weiter voran bringen ■ ... verlässliche Informationen/ Daten haben was/ wo verboten oder nicht gewünscht ist ■ ... nicht erlauben, neue Wege anzulegen, wenn Schutzgebiete gemeldet haben, welche Sperrzonen es gibt ■ ... sich auf eine gemeinsame Handhabung verständigen ■ ... Regeln haben zu: nimmt man Wege raus, wenn ..., nimmt man Touren raus, wenn..., Wegen, die zwar nicht verboten aber nicht gewünscht sind. 	<ul style="list-style-type: none"> ■ keine Sammlung, Impulse 	<ul style="list-style-type: none"> ■ ... Daten strukturieren und übermitteln ■ ... klare Verantwortlichkeiten benennen ■ ... Ressourcen bereitstellen >> neutrale Instanz als Schnittstelle 	<ul style="list-style-type: none"> ■ ... Daten zu den Schutzgebieten +/- mehrsprachig, standardisiert, strukturiert (open data), georeferenziert zur Verfügung stehen würden ■ .. wenn die untere und obere Naturschutzbehörde(n) stärker angezapft werden ■ ... mehr Wissen (Standards) wie Daten aufbereitet sind
Forst/ Landbesitzer	Natursportler	Sonstige/ übergeordnet	Allgemein/alle
<ul style="list-style-type: none"> ■ ... wenn der Erholungsauftrag dem wirtschaftlichen Auftrag wieder stärker gleichgestellt wird 	<ul style="list-style-type: none"> ■ ... die ersten 4 Regeln (Codex) bei allen gelten (dann zusätzlich für jw. Natursportler, Pilzsammler etc.) ■ ... die Codex der Natursportarten (lassen sich zunächst auf 6 zusammenfassen) untereinander verlinkt werden 	<ul style="list-style-type: none"> ■ ... wenn wir eine neutrale Instanz als Schnittstelle für Moderation, Fachwissen und Entwicklung Codex als/für ein Orientierung hätten ■ ... einen Verein gründen würden mit Personal zur Entwicklung eines Verhaltenscodex, Bereitstellung offener Daten, Akquise von Fördermitteln in Kooperation mit Verbänden, Schutzgebieten, TOs etc. ■ ... wenn es hierfür einen Konsens/ Konzept im Vorfeld der gibt → Ausgestaltung 	<ul style="list-style-type: none"> ■ ... wir es schaffen, gemeinsame Datenstandards zu definieren (Erfahrung open data) ■ ... verschiedene Interessengruppen zusammen wirken werden ■ ... allgemeine Spielregeln sind eher das, was wir als Codex bezeichnen ■ ... einen stärkeren Austausch auch mit dem Forst suchen ■ ... anstatt von Codex von „gemeinsamen Commitment“ sprechen

		Aufgaben Verein auf ITB (4. RT)	
--	--	------------------------------------	--

Quelle: BTE 2019

Zum Ende der Diskussion wurde klar, dass es oft heißt, „man oder wir müssten“ aber oftmals niemand „man“ oder „wir“ ist. Deutlich ist, dass ein Schlüssel in der Verfügbarkeit von standardisierten, strukturierten (open data), georeferenzierten Daten liegt, die von den Schutzgebieten, Tourismusorganisationen etc. zur Verfügung gestellt werden müssen, damit die Plattformen damit arbeiten und zum Beispiel „Pop-Up-Infos“ zu temporären Sperrungen anlegen können. Outdooractive haben in Kooperation mit BTE deshalb in der Expertenrunde einen konkreten Vorschlag gemacht, den die Teilnehmer auch für gut befunden haben (siehe nachfolgende Kasten).

Gründung eines gemeinnützigen Vereins

- Aufgabe u.a. die Gesetzesgrundlagen und Naturschutzinformationen zu digitalisieren, gemeinsame Standards zu schaffen und in Kooperation mit DMOs und Schutzgebieten etc. für gute und offene Daten zu sorgen.
- Die Daten werden als Open Data im Internet zur Verfügung gestellt.
- Die Finanzierung erfolgt über Mitgliedsbeiträge, Spenden und Fördermittel.
- Mitgliedsbeiträge pro Jahr 1.000 bis 2.000 €
- Outdooractive spendet 1% der Einnahmen der Pro/Pro+-Mitgliedschaften über die Organisation <https://www.onepercentfortheplanet.org> und Verein wird ein Non-Profit-Partner
- In dem Verein kann mit dieser Finanzierung bereits ein Mitarbeiter eingestellt und das Team Schritt für Schritt ausgebaut werden, z.B. auch über Fördermittel

4 Weitere Vorgehensweise und nächster RoundTable

Der nächste RoundTable wird erneut auf der ITB 2020 am 5. März stattfinden. Inhalt und Ziel der Runde wird es sein, die Aufgaben des gemeinnützigen Vereins zu diskutieren und die Gründung vorzubereiten.

BTE und Outdooractive werden die nächste Veranstaltung wieder organisieren und interessierte Teilnehmer rechtzeitig dazu einladen. Der Teilnehmerkreis ist offen. Wer Interesse daran hat, mitzuwirken, kann sich gerne bei den Organisatoren melden.