

STECKBRIEF

Modul Nachhaltige touristische Entwicklung



Ziel

Naturnaher Tourismus wird vom Nationalpark als Bestandteil einer nachhaltigen Regionalentwicklung verstanden.

Der Ansatz der Nationalparkverwaltung ist es, nicht nur naturnahen und sanften Tourismus im Schutzgebiet zu ermöglichen, sondern gemeinsam mit den Zuständigen für Tourismus und weiteren Partnerschaften den Tourismus in der Region nachhaltiger zu gestalten. Tourismus im Nationalpark bedeutet immer auch eine Beziehung mit der Nationalpark-Region und dem Naturpark Saar-Hunsrück aber auch oftmals darüber hinaus.

Maßnahmen

Die Maßnahmen, die das Nationalparkamt zu einer nachhaltigen Tourismusedwicklung über den Nationalpark im engeren Sinne hinaus, beitragen kann, um die touristische Servicekette für den Nationalpark zu verbessern und somit einen Beitrag zur Entwicklung der Nationalpark-Region zu leisten, beziehen sich derzeit vor allem auf die Partnerinitiative.

» **Barrierefreiheit und Ökozertifizierungen vorantreiben:** Da die Standards der Nationalen Naturlandschaften auch eine Umweltzertifizierung vor-

sehen, haben sich alle Betriebe der Partnerinitiative dazu verpflichtet, binnen einer vertraglich vereinbarten Übergangsfrist von bis zu drei Jahren nach Anerkennung entweder eine Umweltzertifizierung oder eine barrierefreie Zertifizierung nachzuweisen.

» **Investitionen durch gezielte Fördermittelberatung begleiten:** Über gezielte Beratung durch das Nationalparkamt bei Fördermitteln sollen investive Maßnahmen unterstützt werden, die dem Markenkern des Nationalparks gerecht werden.

» **Private Projekte weiter begleiten:**

Private Projekte, die mit den Zielen des Nationalparks übereinstimmen, können auch jenseits von Fördermitteln durch Beratung des Nationalparkamtes unterstützt und im

Rahmen der Qualitätssicherung entlang der touristischen Servicekette weiter begleitet werden.

» **Sichtbarkeit erhöhen:** Im Zuge der Qualitätssicherung des Nationalparks ist es im Interesse des Nationalparkamtes, die Sichtbarkeit der Nationalpark-Partner zu erhöhen. Mit der Präsentation der Partner über eigene Statements, die erklären, worin eine Übereinstimmung mit dem Nationalpark besteht, zeigt sich, wo die Möglichkeiten eines Betriebs liegen, den Nationalpark und seine Ziele zu unterstützen.

» **Ausweitung der Partnerinitiative:** Eine Ausweitung auf weitere Segmente würde die Basisentwicklung über Service-Zertifizierungen, Mitgliedschaften bei Regionalinitiativen und weiteren Qualitätsmanagementtools vorantreiben. Eine Systemintegration von mehreren touristischen Zertifizierungssystemen wird begrüßt. Das Nationalparkamt kann hierbei unterstützen.





Ausblick

Erfolgreiche touristische Entwicklungen sind bislang vor allem durch die gute Vereinbarkeit der Arbeit von touristischen Leistungsträgern mit privaten Interessen und den Zielen des Nationalparks möglich geworden. Diese Entwicklung ist von der Bereitschaft der touristischen Leistungsträger abhängig. Hier gibt es weiterhin große Synergien, die es zu nutzen gilt, so z.B.:

- » Verstärkte Zusammenarbeit mit den für Tourismus zuständigen Vermarktungseinheiten auf lokaler, regionaler und Landesebene sowie mit anderen Nationalparks und den Nationalen Naturlandschaften zur effektiven Vermarktung des Nationalparks und der Nationalpark-Region.
- » Die Nationalpark-Tore als Schaufenster in den Nationalpark und als Aushängeschilder für die Nationalpark-Region bieten durch touristische, infrastrukturelle und umweltbildnerische Angebote große Möglichkeiten einer nachhaltigen Entwicklung.
- » Eine interkommunal aufgestellte Zusammenarbeit von Tourist-Informationen auch über die bisher definierten Destinationen, z. B. durch Prozesse zur Bildung Touristischer Service Center (TSC), kann dazu führen, dass ein größerer regionaler Rahmen (im Sinne der Isochronbetrachtung von 60 bis 90 Minuten) abgedeckt werden kann.
- » Eine Zusammenarbeit von Nationalparkamt und kommunalen Ansprechpartnerinnen und Ansprechpartnern bei der Beratung und Betreuung bestehender und potenzieller Partnerbetriebe kann zu einer Qualitätssteigerung und effizienten Arbeitsteilung führen.
- » Die Arbeit des Arbeitskreises Marketing (Rheinland-Pfalz Tourismus GmbH, Tourismus Zentrale Saarland GmbH, Hunsrück-Touristik GmbH, Naheland-Touristik GmbH, Tourist-Information Sankt Wendeler Land, Nationalparkverwaltung) im Bereich eines überregionalen Marketings zeigt, dass losgelöst von touristischen Destinationen der Nationalpark gemeinsam überregional beworben wird und weiterhin beworben werden soll.
- » Eine Bewerbung der Nationalpark-Region als Qualitätsregion über „SQ Deutschland“, ebenso wie eine Zertifizierung nach „Reisen für Alle“ und „TourCert“ als barrierefreies oder nachhaltiges Reiseziel kann eine Chance bieten, dass sich die Nationalpark-Region in die Tourismusstrategien der Länder eingliedert und davon profitiert.