

Natur im Urlaub – Mehr als nur Kulisse!

Potential und Chancen im Naturtourismus

Branchenthema des Sparkassen-Tourismusbarometers 2010

Dr. Catrin Homp
Geschäftsführerin Tourismusverband Schleswig-Holstein





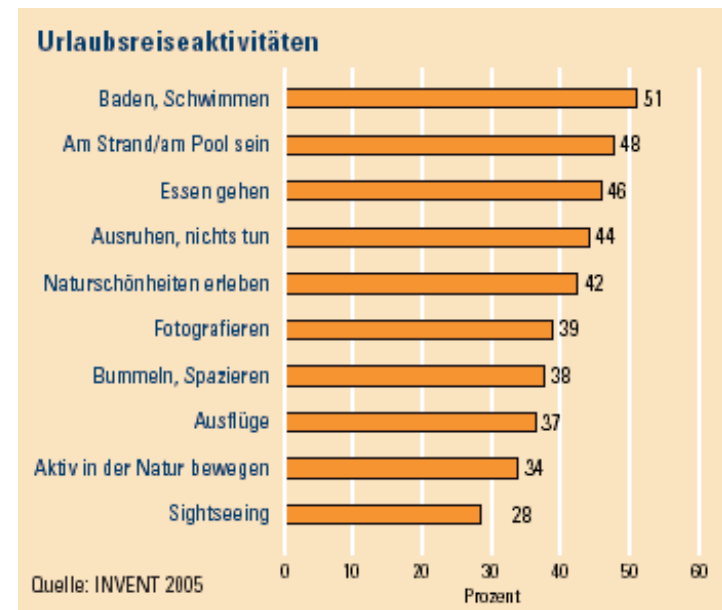
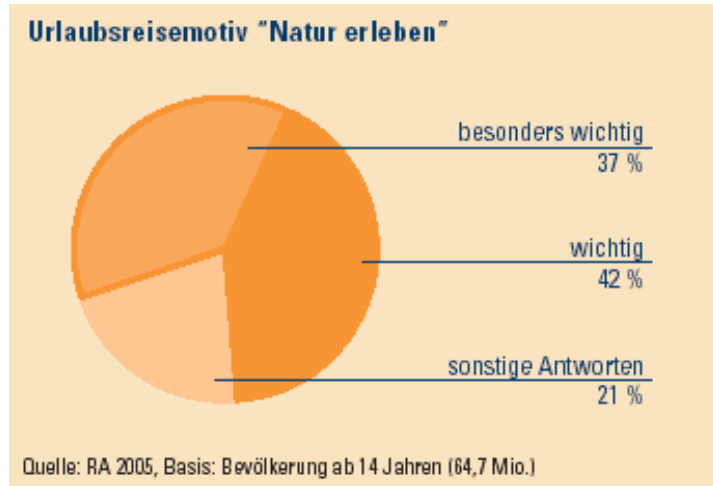
I. Naturtourismus und Weltnaturerbe Wattenmeer
II. Umweltorientierung im SH-Tourismus



Naturtourismus

Nachfrage im Naturtourismus

- „Natur erleben“ ist für 79% der Bevölkerung ein wichtiges oder besonders wichtiges Urlaubsreisemotiv
- Das Erleben von Naturschönheiten steht in der Hitliste der Urlaubsreiseaktivitäten mit 42% auf dem fünften Platz
- Reisen, die nach eigener Einschätzung „in erster Linie“ Natururlaub sind, sind zu 49% Inlandsreisen
- ➔ Das Segment der Natururlauber ist für den Deutschlandtourismus interessant



Fakten für Schleswig-Holstein

- Natururlaub liegt auf Platz 2 der beliebtesten Reisearten
- Spielt an der Nordsee die größte Rolle
- Größte Zielgruppe: Best Ager

Best Ager

- 34 % der Naturlauber
- Vorzugsweise aktive Tätigkeiten (vor allem Wandern und Radfahren)
- 16 % nehmen Naturangebote in Anspruch
- 73 % unternehmen Ausflüge (durchschnittlich 3,5 Ausflüge pro Urlaub)



Anspruchsvolle Genießer

- 18 % der Naturlauber
- Vorzugsweise Restaurantbesuche und Shoppingtouren
- Naturangebote: 19 %
- 64 % unternehmen Ausflüge (durchschnittlich 3,3 Ausflüge pro Urlaub)



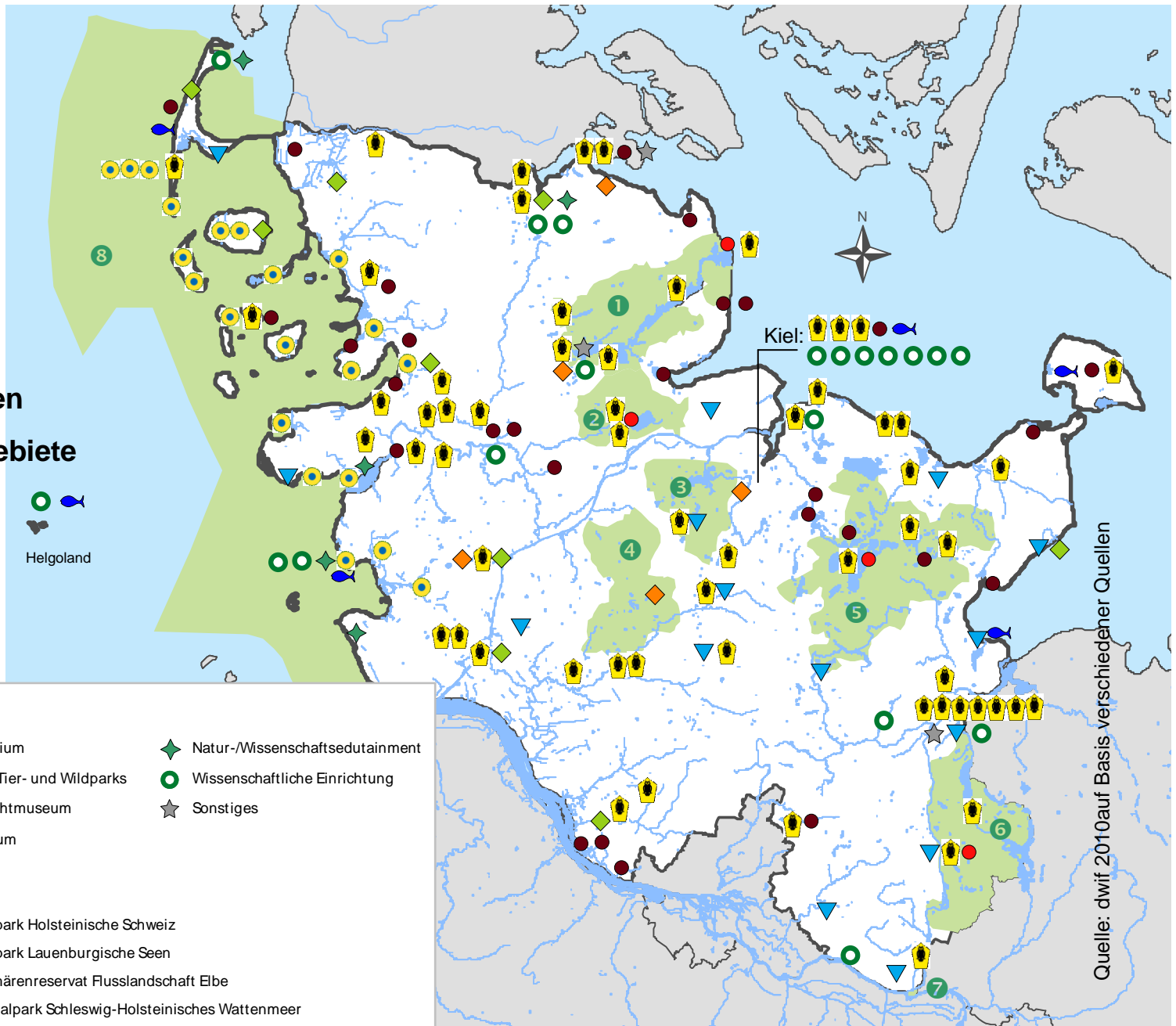
Neue Familien

- 11% der Naturlauber
- Vorzugsweise Strandaufenthalte, mit den Kindern spielen
- Naturangebote: 20 %
- 77 % unternehmen Ausflüge (durchschnittlich 3,7 Ausflüge pro Urlaub)



Naturerlebnis- möglichkeiten in SH

- Über 150 Einrichtungen
- Mehr als 700 Schutzgebiete



**Legende:
(Bestand 2010)**

- | | | |
|-------------------------|--------------------------|---------------------------------|
| Nationalparkinfozentrum | Aquarium | Natur-/Wissenschaftsedutainment |
| Naturerlebnisraum | Zoos/Tier- und Wildparks | Wissenschaftliche Einrichtung |
| Natur-Infozentrum | Freilichtmuseum | Sonstiges |
| Naturparkinformation | Museum | |

**Schutzgebiete Schleswig-Holstein
(Stand 2010)**

- | | |
|----------------------------|--|
| 1 Naturpark Schlei | 5 Naturpark Holsteinische Schweiz |
| 2 Naturpark Hüttener Berge | 6 Naturpark Lauenburgische Seen |
| 3 Naturpark Westensee | 7 Biosphärenreservat Flusslandschaft Elbe |
| 4 Naturpark Aukrug | 8 Nationalpark Schleswig-Holsteinisches Wattenmeer |

Quelle: dwif 2010 auf Basis verschiedener Quellen

→ Die Bestandserhebung ergab eine Vielzahl von naturorientierten Besuchereinrichtungen im gesamten Land.

Erkenntnisse:

- Verschiedene Quellen im Internet, aber kein Gesamtüberblick (Ausnahme: Naturerlebnisfinder Nordsee)
- Keine Möglichkeit der Qualitätsbeurteilung
- Ausrichtung: hauptsächlich Familien und (Schul-)Gruppen, weniger Best Ager
- Synergiepotenziale mit wissenschaftlichen Einrichtungen und Nachhaltige Energieträger für Tourismus bei weitem nicht ausgeschöpft
- Naturerlebnismöglichkeiten (Naturführungen) wirken teilweise „verstaubt“ und wenig erlebnisorientiert

Kriterien für Naturerlebnisprodukte

Wo findet das Naturerlebnis statt?

- In besonderen Natur- und Kulturlandschaften (ökologisch intakt, vielfältig/einzigartig)

Wodurch entsteht das Erlebnis?

- Unmittelbarer Kontakt zur Natur
- Meist höherer Anteil körperlicher Aktivität
- Gezielte Ansprache/Aktivierung der Sinne

Wodurch wird ein Angebot zum Naturerlebnisprodukt?

- Klar definierte Leistung oder Leistungsbündel
- Buchbare Leistung/en
- Über längeren Zeitraum und in größerer Menge verfügbar
- Fokus des Angebotes liegt auf dem Erleben der Natur

Wirtschaftlich ergiebig
Ökologisch und sozial verträglich

Erfolgsfaktoren

- 1. Zielgruppenorientierung**
Produkte, Marketing und Vertriebsmaßnahmen
- 2. Individualisierbarkeit**
Kombinationsmöglichkeit verschiedener Bausteine
- 3. Alleinstellung und Emotionalität**
Produkt oder Erlebnis sollte sich abheben und einmalig erscheinen. Emotionale Ansprache verstärkt die Wirkung
- 4. Hohe, nachprüfbare Angebotsqualität**
Zertifizierungen und Qualitätssiegel gewährleisten Kundenvertrauen
- 5. Stimmigkeit**
Leistungen anbieten, die zueinander passen



Mögliche Themencluster für das Naturerlebnis

„Natur aktiv“/„Natur entdecken“	„Mensch als Natur- und Landschaftsgestalter“
<p>Alle Aktivitäten in der freien Natur, z. B.: Radfahren, Wandern, Wasserwandern, Segeln, Reiten</p>	<ul style="list-style-type: none"> –Spuren von Verkehrswegen/Kanälen, Siedlungen –Kultivierungsmaßnahmen –Schutzmaßnahmen (z. B. vor Hochwasser) –Hinterlassenschaften extensiven Rohstoffabbaus oder Flächennutzung etc.
„Natur pur“/„Der Natur auf der Spur“	„Natur als Gestalter menschlicher Kulturen“
<ul style="list-style-type: none"> –Tier- und Pflanzenbeobachtungen –Geologische Führungen zur Erdgeschichte –Spuren der Eiszeit –Veränderung der Landschaft im Laufe der Jahreszeiten –Special Interest 	<ul style="list-style-type: none"> –Bäuerliches Wohnen und Arbeiten –Geschichtsstraßen –Landschaft in der Kunst –Landschaft und Religion –Auswirkungen des Klimawandels
„Natur als Innovationsquell“/ „Von der Natur lernen“	„Gesundheitsbringer Natur“
<ul style="list-style-type: none"> –Nachhaltige Energieträger –Naturverträgliches Bauen –Bionik 	<ul style="list-style-type: none"> –(Heil-)Kräuter –Luft- und Wasserreinheit –Reizklima –Gesund(en)/Abschalten in der Natur
Das emotionale Naturerlebnis	
<ul style="list-style-type: none"> –Erleben von Stille, Freiheit und Wohlbefinden –Erleben mit allen Sinnen 	

Präsenz des Naturthemas in Schleswig-Holstein Beispiel Tourismus Agentur Schleswig-Holstein

The screenshot displays the website for the Schleswig-Holstein tourism agency. The main navigation bar includes 'Startseite', 'Regionen & Städte', 'Reisen', 'Garten & Buchen', and 'Service'. The header features a search bar and a map of Schleswig-Holstein.

The main content area is titled 'Natur erleben' (Experience Nature) and features a large image of a coastal landscape with a lighthouse. Below this, there are three promotional cards:

- meer.zeit***: Urlaubsgelände, Sommer, Kulturangebot sowie Naturerlebnis in Schleswig-Holstein für Urlaubler in den besten Jahren.
- meer.stil***: Exklusive Unterkünfte, Restaurants und viel mehr. Urlauben in Schleswig-Holstein für Anspruchsvolle Reisende.
- wunderland schleswig-holstein***: Paradies für Familien mit Kindern.

Below these cards is a section titled 'Welche Urlaubsthema interessiert Sie?' with a carousel of images representing various nature and leisure activities.

The right sidebar contains a search and booking section titled 'Suchen & Buchen' with fields for 'Wo?', 'Wann?' (from and to dates), 'Wer?' (number of people), and 'Woher?' (location). Below this is a weather section for 'Schönberg' showing a temperature of 8°C/12°C. At the bottom right, there is a 'Haus der Natur' section with a featured offer for 1,00 €.

At the bottom of the page, there is a large blue banner with the text 'Natur erleben' and a series of images showing people enjoying nature, a lighthouse, a golf ball, and a person relaxing.

Präsenz des Naturthemas in Schleswig-Holstein Beispiel Nordsee-Tourismus-Service GmbH

The screenshot displays the website interface for Nordsee-Tourismus-Service GmbH. At the top left, the logo 'nordsee*' is visible. Below it, there are navigation links for 'Wunschurlaub' and 'Regionen & Orte'. A large banner features the text 'Advents Angebote' and 'bald das erste Weihnachtsgeschäft'. A phone number '(01805) 066 077' is prominently displayed. The main content area is divided into several sections:

- Natur erleben*:** A large image of a family (a man, a woman, and a child) on a beach. Text below reads: 'Meer spüren, Watt erleben. Einzigartige Naturmomente am Weltnaturerbe Wattenmeer an der Nordsee.' A right-pointing arrow is at the bottom right.
- Reisefinder:** A search box with 'Was?' set to 'beliebig' and 'Wo?' set to 'Alle Regionen & Städte'. A 'Reise finden' button is next to it.
- Top-Angebote:** A featured offer for 'Friedrichskoog Seehundstation Friedrichskoog' starting at 'ab 3,50 €'. Description: 'Die Seehundstation bietet vielfältige Möglichkeiten, sich über Robben und Wale zu informieren.' A right-pointing arrow is at the bottom right.
- Naturerlebnisfinder:** 'Alle Naturveranstaltungen der Nordsee auf einem Blick'.
- Naturerlebnisangebote:** 'Naturerlebnisangebote für jeden Geschmack'.
- Forschen & Entdecken im Weltnaturerbe Wattenmeer:** 'Mehr erfahren über das Phänomen Wattenmeer'.
- Aktiv in der Natur:** 'Aktiv die Natur an der Nordsee erkunden'.
- Bildung & Erlebnis:** 'Bildung ist erlebbar und bringt Spaß'.
- Naturerlebnis für Gruppen:** 'Gemeinsam die Natur erkunden'.

At the bottom left, the website address 'www.nordseetourismus.de' is provided.

Präsenz des Naturthemas in Schleswig-Holstein Beispiel Ostsee-Holstein-Tourismus e. V.

The screenshot displays the website's interface with several key sections:

- Navigation:** Videos, Ostseefjord Schlei, Holsteinische Schweiz, Kataloge und Prospekte.
- Hero Section:** "Ostsee Schleswig-Holstein - Leben Sie los!" with a video icon and "Wikingerjahre Ostseefjord" with a boat image.
- Search/Location:** "Sie befinden sich hier: Startseite > Regionen > Holsteinische Schweiz > Naturpark Holsteinische Schweiz".
- Main Content - Naturpark Holsteinische Schweiz:**
 - Erleben Sie die Vielfalt:** "Der Naturpark Holsteinische Schweiz ist mit über 72.000 ha der größte Naturpark Schleswig-Holsteins. Ein buntes Mosaik aus Hügeln, Wäldern, zahlreichen Seen und vielen Feldern, die von Knicks (Krauthecken) umsaumt werden, prägt das Bild der Kulturlandschaft im Naturpark. Eingebettet in die Landschaft liegen malerische Dörfer und stattliche Gutsanlagen aus der Blütezeit der Gutswirtschaft."

Auf zahlreichen gut ausgeschilderten Wanderwegen können Sie den Naturpark auf eigene Faust kennen lernen. Dabei lassen sich kürzere und längere Rundwanderwege nach eigenen Belieben kombinieren. Die Landschaft lässt sich auch vorzüglich mit dem Fahrrad oder mit dem Karu erkunden. Die Chancen sind groß dabei auch den majestätischen Seeadler zu beobachten, den größten Greifvogel Nordeuropas, wie er beim Jagen über den Seen kreist.

Die Gewässer bieten vielen Tieren einen Lebensraum: Wasservogel wie Haubenfischer, Reiherenten und Schelentente brüten in der Holsteinischen Schweiz. In ausgedehnten Schilfröhrichten der Seen leben z.B. Schilfröhrlinger oder die scheue Große Rohrdohle. Im Frühjahr und Herbst besuchen tausende Zugvögel den Naturpark.

Im Naturpark-Haus in Plön befindet sich die Erlebnis-Ausstellung des Naturparks Holsteinische Schweiz. Gehen Sie auf Entdeckungsreise zu den Lebensräumen des Naturparks, erfahren Sie mehr über die Entstehung der Landschaft und ihre Geschichte! Hier ist Anfassen erwünscht! Schuttaben öffnen, wie ein Seeadler fliegen, kleine Bodenleiere ganz groß betrachten. Gruppen können Führungen buchen, zudem wird von Frühjahr bis Herbst ein buntes Veranstaltungsprogramm mit natur- und landeskundlichen Themen geboten.
 - Kontakt:** Naturpark Holsteinische Schweiz e.V., Schloßgebiet 9 (Naturpark-Haus), 24306 Plön.
- Regionslist:**
 - Flensburg Fjord
 - Ostseefjord Schlei
 - Eckemförder Bucht
 - Kieler Förde
 - Probstei
 - Hotwacher Bucht
 - Helligerhafen und Holsteiner Ostsee Land
 - Fehmarn
 - Holsteinische Schweiz
 - OstseeFerienLand
 - Lübecker Bucht
- Suchen & Buchen:**

Angabe: Events

Sie suchen ein passendes Angebot?

Woher? Von: 10.06.2010 Bis: 17.06.2010

Was? Bekleidung
- Unbeschwertes Strandleben*:**
 - "Wenn ich über den Strand und die Ostsee schaue, ist jede Langlewelle wie verfliegen. Hier kann ich mich treiben lassen."
 - "Ich gönne mir zu selten Zeit für ein bisschen Bewegung. Im Urlaub an der Ostsee kann ich endlich mal sportlichen Aktivitäten nachgehen."
 - "Ich liebe es, am Wasser spazieren zu gehen, weil man so schön Zeit vergehen kann."
- Welches Urlaubsthema interessiert Sie?:**
 - Wellness & Wellness

Präsenz des Naturthemas in Schleswig-Holstein Beispiel Herzogtum Lauenburg Marketing und Service GmbH

herzogtum lauenburg*
Alte Salzstraße, Elbe, Naturpark Lauenburgische Seen, Schaalsee

Suche [Startseite](#) A A* A*

10Uhr
Aufbruch zur Radtour
> MEHR

Urlaubsspaß im besten Alter
> MEHR

Familienferien
> MEHR

Willkommen im Herzogtum Lauenburg*
Zwischen Seen und Wäldern wartet Ihr herzoglicher Urlaubsspaß auf Sie! Das Blau des Wassers wird Ihre Urlaubsbilder dominieren. Romantische Städtchen locken mit kulturellen Leckerbissen und die liebenswert ländliche Region lädt Sie zur herzoglichen Landpartie ein. Genießen Sie Ihren Urlaub im Herzogtum Lauenburg!

Herzogliche Landpartie
Herzliches, Hoffladen und
Herzliebhaber

Spargelherzogin Annexe II
endlich wieder
Spargel

Urlaubsregionen*
Durchatmen, auflockern oder ausleben - in Herzogtum Lauenburg finden Sie den richtigen Ort dazu. Entdecken Sie die Seen und Wälder des Naturparks Lauenburgische Seen, besuchen Sie die malerische Schaalseeregion, tauchen Sie entlang der Alten Salzstraße auf den Spuren des "weißen Goldes", beobachten Sie die Elbnähe auf dem großen Sivers oder wandern Sie durch das riesige Sacktenwald. Wir wünschen Ihnen einen angenehmen Urlaub!

Die Alte Salzstraße
Ersal war die Alte Salzstraße ein vielbefahrener Handelsweg. Fuhrleute brachten das kostbare Salz auf dem Landweg von der Saline in Lüneburg bis in den Lübecker Hafen. Der Transport auf dem Landweg war beschwerlich. Mit der Einrichtung des irdämblichen Vorgängers des Elbe-Lübeck-Kanals verlagerte sich der Transport auf den Wasserweg.
Heute folgt ein gut ausgebauter Radferweg den Spuren des „weißen Goldes“. Er führt von Lüneburg nach Lauenburg, wo er die Elbe quert, und folgt von dort aus dem Elbe-Lübeck-Kanal bis nach Lübeck. Historische Schlösser, Festenmüchen und Gräber der Streckenfahrer sind auf dem gut 100 Kilometer stumme Zeugen einer langen Geschichte.
Hier finden Sie weitere Informationen zur Alten Salzstraße.

Der Naturpark Lauenburgische Seen
Im Herzen des Herzogtums Lauenburg befindet sich der Naturpark Lauenburgische Seen. Über 40 Seen machen seinem Namen alle Ehre. Der Ratzelburger See und der Schaalsee sind die größten Gewässer im Naturpark. Viele kleinere Seen liegen versteckt in

Reisefinder
Was?
Wo?
Wer?

Kontakt
Wir freuen uns auf Sie
erlebnisreich
Tourismus- und Nahverkehr
Raußstraße 150, 23879 Hülln
Tel.: +49 (0) 45 42 - 85 68 60
Fax: +49 (0) 45 42 - 85 68 65
E-Mail: erlebnisreich@hlms.de

Zuletzt besuchte Seiten

Suchen & Buchen
Abreise: 10.05.2018
Nächst:

Präsenz des Naturthemas in Schleswig-Holstein Beispiel Schleswig-Holstein Binnenland Tourismus e. V.

The screenshot displays the website for Schleswig-Holstein Binnenland Tourismus e. V. The main navigation bar includes 'Entdecken', 'Regionen & Städte', 'Planen', 'Suchen & Buchen', and 'Service'. The page features a large image of a yellow field under a blue sky. The main content area is titled 'Radfahren im Binnenland' and includes a description of cycling routes, a photo of a lake, and a list of related articles such as 'Traumschiffe und dicke Pötte auf dem Nord-Ostsee-Kanal' and 'Radfahren mit Sahnehäubchen'. The right sidebar contains a search and booking section with filters for 'Woh?' (Hotel), 'Wann?' (10.05.2018 to 17.05.2018), and 'Wo?' (Schleswig-Holstein), along with a weather widget showing 'Kappeln 6°C/11°C'.

Vermarktung des Naturerlebnisses in Schleswig-Holstein

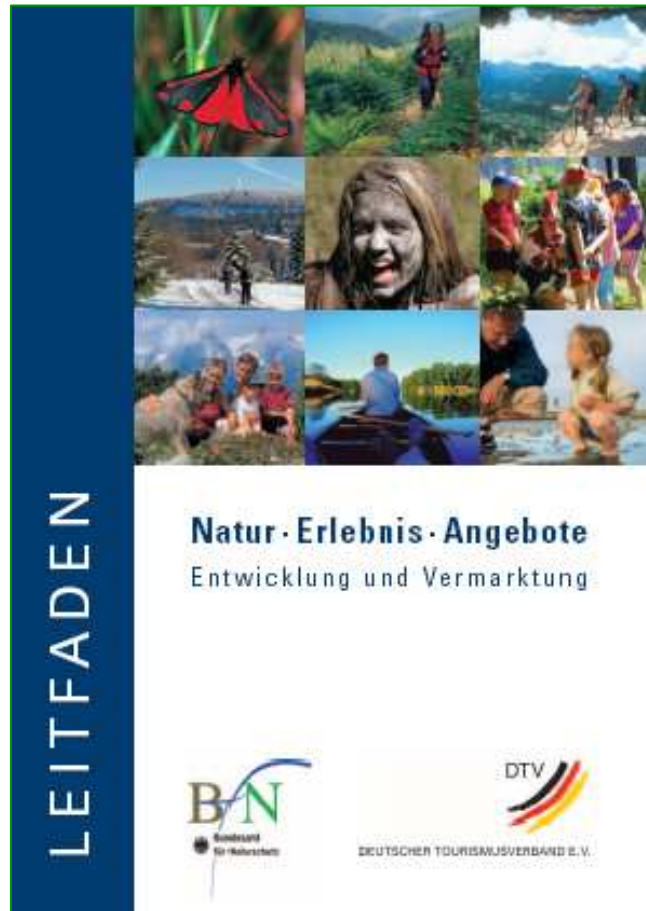
Informationen

- Jede Region bietet Informationen über Naturraum und buchbare Angebote
- Inhaltlicher Tiefgang regional unterschiedlich; Größte Vielfalt an der Nordsee
 - „Natur findet in allen Regionen statt“
 - Ungleiche Verteilung
 - Fehlender Gesamtüberblick (Großteil der Natururlauber entscheidet erst vor Ort, hierfür erhält er im Internet keine vollständigen Informationen)

Produkte

- Inhaltlicher Schwerpunkt der Produkte auf Aktivitäten (z. B. Radfahren)
- Gelegentlich Kombination mit Besuch von Natureinrichtungen
 - Aktivitätenorientierung geht gut auf die Bedürfnisse der Zielgruppen ein
 - Produkte in SH weitgehend austauschbar (Ausnahme Weltnaturerbe)
 - Differenzierung durch Alleinstellungsmerkmale erforderlich (z. B. einmalige direkte Tier- und Pflanzen, Arbeiten in der Natur)
 - Produkte mehr an Best Ager ausrichten und „moderner“ machen (Wissenschaft, Klimawandel)

Praxisleitfaden für naturnahen Urlaub in Deutschland



Der Leitfaden Natur-Erlebnis-Angebote soll touristischen Leistungsträgern sowie lokalen und regionalen Touristikern Anregungen zur Produktentwicklung und -vermarktung geben.

Online-Fassung

www.naturerlebnisangebote.de

Der Leitfadens gibt einen praxisnahen Überblick über die Gesamtheit einschließlich Best-Practice-Beispielen, Checklisten etc.

Inhalt



- 4 Vorwort
- 5 Der Markt für Naturtourismus**
 - 6 Nachfrage nach Naturtourismus
 - 10 Trends im Tourismus
- 13 Naturerlebnisangebote entwickeln**
 - 14 Naturerlebnis als Produkt
 - 16 Der Natur auf der Spur
 - 18 Natur aktiv erleben
 - 22 Natur entdecken
 - 26 Naturerlebnis speziell
 - 30 Wohnen und Schlafen
 - 32 Essen und Trinken
 - 34 Ohne Auto mobil
 - 36 Partner finden
- 37 Naturerlebnisangebote vermarkten**
 - 38 Preisgestaltung
 - 40 Kommunikation und Vertrieb
- 43 Service für Anbieter**
 - 44 Ratgeber Reiserecht
 - 46 Checkliste Naturerlebnisangebote
 - 48 Ansprechpartner

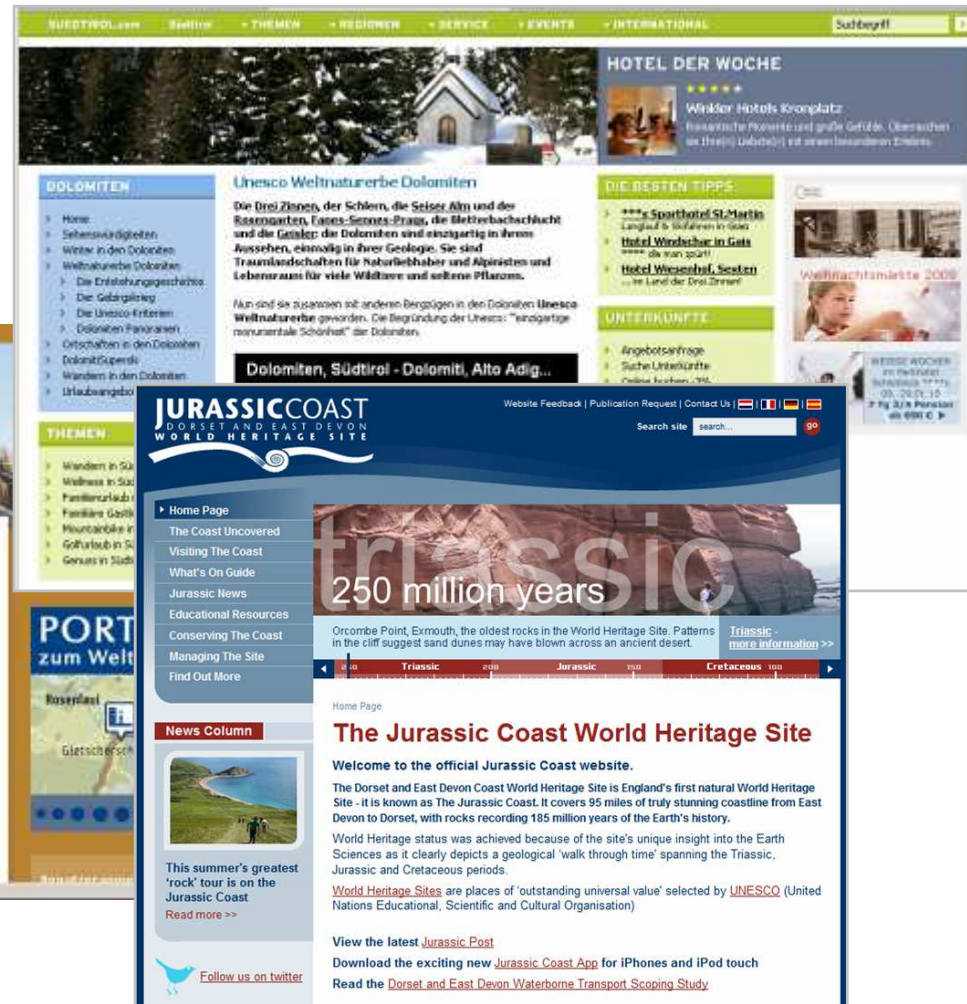


Die interaktive Online-
version der Informationen
ist auf www.naturerlebnisangebote.de
unterstützt. Sie bei der
Anfragepauschalen.



Weltnaturerbe Wattenmeer

UNESCO-Weltnaturerbe ist einzigartig, aber nicht einmalig



www.jungfrau-aletsch.ch; www.jurassiccoast.com;
http://dolomiten.suedtirol.com/weltnaturerbe-
dolomiten/weltnaturerbe.php

Studienergebnisse:

- UNESCO-Status bringt nicht zwangsläufig neue Besucher- bzw. Touristenströme
- Die Effekte waren in den Regionen am spürbarsten, die vorher weitgehend unbekannt waren
- In den schon bekannten Regionen waren Veränderungen geringer und nicht eindeutig auf den Status zurückzuführen
- Es gibt nur sehr wenig „Welterbe-Reisende“
- Es gibt jedoch eine Vielzahl möglicher „harter“ und „weicher“ positiver Effekte (Image, Investitionen, Lebensqualität)

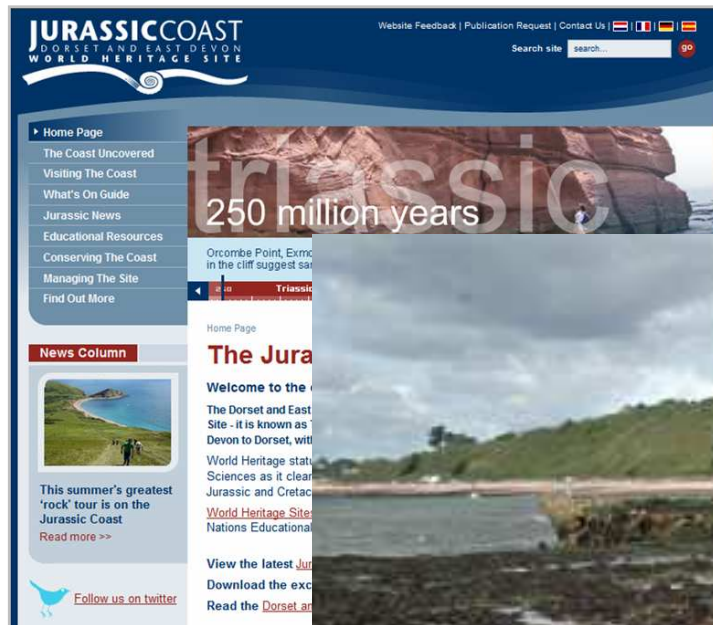


Möglicher Nutzen des Weltnaturerbestatus



UNESCO-Weltnaturerbe Dorset and East Devon Coast

- Vermarktung unter ‚Jurassic Coast World Heritage Site‘
- jährlich rund 5 Millionen Besucher
- enormer Anstieg des Bekanntheitsgrads der Region
- Verbesserung der regionalen Identität



Empfehlungen für das Weltnaturerbe Wattenmeer / Land SH

Weltnaturerbebestatus nicht zu einem landesweiter Markenbegriff ausbauen, sondern durch einen überzeugenden Imagetransfer, eine landesweite, glaubwürdige, qualitativ hochwertige und von vielen Akteuren gelebte nachhaltige Tourismusedwicklung initiieren.





Umweltorientierung im SH-Tourismus

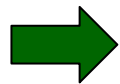
Umweltorientierung der Gastgeber - weiß das der Gast zu schätzen?

Allgemein

- Die Gäste erwarten im Urlaub eine intakte Natur und hegen große Sympathie für Nachhaltigkeitsaspekte
- Die Bereitschaft zur Veränderung des eigenen Konsumverhaltens geht für eine Mehrheit jedoch nur so weit, so lange keine Einschränkungen des eigenen Lebens- und Urlaubsstandards hingenommen werden müssen

Speziell Reisen

- Gäste sind im Urlaub für Umweltaspekte empfänglich
- Als ausschlaggebendes Kriterium für die Reiseentscheidung und –planung spielen sie jedoch keine Rolle (ein Aspekt neben vielen anderen)
 - Umweltorientierung und Nachhaltigkeit dürfen aus Sicht des Gastes nicht mit Qualitätsverlusten und generellen Einschränkungen verbunden sein
 - Eine signifikante Veränderung des Reiseverhaltens aufgrund von Umweltbelangen ist nicht erkennbar



Konsequenz: Umweltorientierung muss Teil eines attraktiven Gesamtangebotes sein und die Möglichkeit des Genusses und des Erlebens geben. Nur dann besteht Aussicht auf Erfolg!

Mögliche Handlungsfelder zur Erzielung von mehr Nachhaltigkeit im Tourismus

Sensibilisierung der Gäste für Umweltbelange: Information/Kommunikation/Beratung



dwif Berlin 2010

Produkt- und Angebotspolitik der Tourismusakteure

Beispiel Ferienregion Nördlicher Bodensee Angebot von klimaneutralen Ferien



Beispiel Alpine Pearls-Netzwerk im Alpenraum

The image shows a screenshot of the Alpine Pearls website. The top navigation bar includes the European Union flag, the Alpine Pearls logo, and a list of services: Qualitätsversprechen, Anreise Bahn & Bus, Urlaubs-Packages, and Kulinarium. A secondary menu lists: Perlenkette, Fahrplanauskunft, Fernwanderwege, E-Fahrrad Alpine Flyer, Klimaneutrale Ferien, and Schneeschuhwandern. Below the navigation is a map of the Alpine region with various locations marked. A large text box on the right side of the page details the 'Qualitätsversprechen' (Quality Promise) in 10 points, emphasizing sustainable tourism, comfort, and environmental friendliness. The website footer includes a photo of a person with a camera and the text 'NFI Fotomeisterschaft 2010'.

Alpine Pearls

Qualitätsversprechen

Unsere Versprechen für perfekten Urlaub

In den folgenden zehn Punkten verpflichten sich die Orte der Alpine Pearls gegenüber Ihren Gästen zu einem umweltverträglichen, kulturell vielfältigen, qualitativ hochwertigen wie auch erlebnisorientierten Ferienangebot.

In anderen Worten: Alpine Pearls stehen für unvergesslichen Urlaub im Sinne eines sanft-mobilen Tourismus.

Die Perlen der Alpen versprechen Ihnen eine neue sanft-mobile Urlaubs-Qualität in 10 Punkten:

1. Die Perlen kooperieren alpenweit für Sie – für umweltfreundlichen Tourismus auf höchstem Qualitätsniveau.
2. Wir garantieren Ihnen eine komfortable und stressfreie Anreise mit Bus oder Bahn
3. Sie erreichen auch vor Ort alle Ziele bequem ohne eigenes Auto.
4. Attraktive Angebote rund um Spaß- und Freizeitmobilität erwarten Sie: Wandern, Nordic Walken, Mountainbiken, Reiten, Elektrofahrzeuge, Wassersport, Langlaufen, Schneeschuhwandern, und vieles mehr!
5. Wir schaffen für Sie kontinuierlich neue Bereiche, in denen Sie sich als Fußgänger wohl fühlen – frei von Verkehr, Abgasen und Lärm: Parkanlagen, autofreie Seitentäler und ortsnahe Spaziergebiete.
6. Wir bieten Ihnen vollen Service rund um Ihre Urlaubsmobilität: Wir kümmern uns um Reservierungen, Buchungen und beraten Sie gerne persönlich.
7. Mit den speziellen Alpine-Pearls-Pauschalen wird das Erlebnis der sanften Mobilität noch einfacher und komfortabel.
8. Sie können sicher sein: Wir engagieren uns für Mensch und Natur – vom aktiven Naturschutz bis zur alternativen Energieversorgung.
9. Bei uns genießen Sie Vielfalt, kulturell wie kulinarisch: Wir fördern die alpine Kultur, die Traditionen und die Kochkunst.
10. Die Perlen setzen sich ein für die Bewahrung der regionaltypischen, ästhetischen Ortsbilder mit alpinem Charakter.

Die Perlen der Alpen – Urlaub bewusst genießen

Ihre Ferien sind Ihnen eine besonders wertvolle Zeit. Sie wollen Erholung, Kultur erleben. Doch auch in diesen Tagen ist Ihnen wichtig, sich umwelt- und klimaschonend zu verhalten. Diesen Urlaub bieten Ihnen Alpine Pearls in der Alpen.

Natur und Kultur der Alpen erleben

Die Perlen der Alpen – das ist ein Netzwerk von 20 Urlaubsorten, in denen Sie besonders einfach und komfortabel genießen. Neben dem Klima- und Naturschutz steht der Verein Alpine Pearls auch für die kulturelle Vielfalt der Alpen. Erkennen Sie am unverfälschten Ortsbild und an den kulinarischen Köstlichkeiten.

Im Urlaub mobil – ganz ohne Auto

Alpine Pearls garantiert Ihnen in den Perlen der Alpen sanfte Mobilität: bei stressfreier An- und Abreise mit Bus und Bahn und während Ihres Aufenthalts mit umfassenden Angeboten und Beratung. Für Ihre Ruhe und Erholung verfügen alle Urlaubsorte über Bereiche, die autofrei sind. Erkunden Sie in aller Ruhe Straßen und Gassen von Dörfern und Städtchen. Elektrifizieren Sie die Bergwelt ganz klassisch bei einer Wanderung, auf dem Rücken eines Pferdes oder aktiv mit dem Mountainbike.

Lernen Sie die Vielfalt der Alpine Pearls kennen und genießen Sie einen bewussten und unbeschwernten Urlaub in den schönsten Orten der Alpen.

www.alpine-pearls.com

Beispiel: Werfenweng (A) Vorreiter im Netzwerk „Alpine Pearls“

The screenshot shows the Werfenweng website interface. At the top left is the logo 'werfenweng Alle Zeit der Welt'. A search bar and language options (DEUTSCH, ENGLISCH) are at the top right. A main banner image shows solar panels in a mountain landscape. On the left, a navigation menu lists categories like 'WETTER VOR ORT', 'SANFTE MOBILITÄT', 'SOMMER', 'WINTER', 'URLAUB MIT KINDERN', 'AUSFLÜGE', 'KULTUR & BRAUCHTUM', 'GASTRO & SHOPPING', and 'ALPINE PEARLS'. The 'SANFTE MOBILITÄT' section is highlighted, featuring a sub-header 'WERFENWENG ANGEBOTE' and a main heading 'sanfte Mobilität'. Below this, there is a paragraph of text and several small images illustrating different mobility options: a snowy mountain scene, a person on a recumbent bicycle, a small car on a grassy field, a person on a yellow motorized bicycle, and a group of people on a large red tandem bicycle. At the bottom, there are 'MEHR' buttons and a link to 'Das SAMO-Vorteilskonzept'.



Leitgedanken zur Umweltorientierung

1

Der Aufbau eines Umweltimages ist kostenintensiv, langwierig und erfordert einen Leitbildprozess! Die Einbindung möglichst vieler Akteure ist zwingend erforderlich!

2

Profilierung mit Umweltaspekten kann nur über Qualität, Konsequenz des Angebots und einen hohen Innovationsgrad erreicht werden!

3

Umweltaspekte müssen dem Gast einen Mehrwert bieten!

4

Umweltorientierung muss sich in Erlebnisangeboten widerspiegeln und Spaß machen! Auf die Verpackung kommt es an!

5

Nachhaltiger Urlaub darf nicht mit dem Gefühl von Komforteinbußen verbunden sein!

6

Emotionalität der Angebote als Erfolgsfaktor! Zu viele Fachinformationen schrecken ab!

7

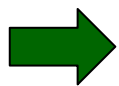
Ganzheitliche touristische Umweltorientierung muss nicht nur Touristen gerecht werden!

8

Die Investition in umweltorientierte Kompensationsleistungen sollte in einem räumlichen Zusammenhang zur Urlaubsregion stehen, um eine stärkere Identifikation mit den Maßnahmen zu erreichen!

Touristische Profilierung über Umweltaspekte in Schleswig-Holstein

- Wenig umweltorientierte Gastgeber (bzw. nicht erkennbar)
- Zahlreiche regionale und einzelörtliche Initiativen (Umweltpreisträger, Klimaschutzkonzepte)
- Keine Vernetzung der Initiativen und Projekte
- Wenig ganzheitliche Konzepte auf kommunaler Ebene
- Für touristische Vermarktung kaum in Szene gesetzt



SH wird seiner möglichen „Vorbildrolle“ als umweltorientiertes Urlaubsland noch nicht gerecht

Handlungsfelder



Vielen Dank für Ihre Aufmerksamkeit!

