

Klimaschutz

Tourismus



Klimaschutz als Chance für einen nachhaltigen Tourismus in Kommunen

Klimaschutz & Tourismus

Klimaschutz als Chance für einen
nachhaltigen Tourismus in Kommunen

Impressum

Herausgeber: Deutsches Institut für Urbanistik gGmbH (Difu), Auf dem Hunnenrücken 3, 50668 Köln

Konzept: Anna Hogrewe-Fuchs, Maja Röse

Mitarbeit: Marco Peters, Franziska Wittkötter

Redaktion: Anna Hogrewe-Fuchs, Sigrid Künzel, Maja Röse, Ulrike Vorwerk

Gestaltungskonzept, Layout, Illustration: Irina Rasimus Kommunikation, Köln

Druck: Spree Druck Berlin GmbH

Gefördert durch: Bundesministerium für Umwelt, Naturschutz und nukleare Sicherheit (BMU)

aufgrund eines Beschlusses des Deutschen Bundestages

Alle Rechte vorbehalten. Köln 2018

Die Beiträge liegen inhaltlich in alleiniger Verantwortung der Autorinnen und Autoren und spiegeln nicht unbedingt die Meinung des Herausgebers wider.

Diese Veröffentlichung wird kostenlos abgegeben und ist nicht für den Verkauf bestimmt.

Diese Publikation wurde auf Recyclingpapier (100% Altpapier, ausgezeichnet mit dem Blauen Engel) und klimaneutral gedruckt (die Emissionen aus der Druckproduktion werden durch die Förderung zertifizierter Klimaschutzprojekte ausgeglichen).



ISBN 978-3-88118-620-9



Inhalt

CORNELIA RÖSLER Vorwort	5
ANNA HOGREWE-FUCHS, MARCO PETERS Klimaschutz im Tourismus – Chancen in Kommunen erkennen und nutzen	6
KHAI-NHON BEHRE Nachhaltigkeit in Celle – Städtetourismus neu gedacht Wie gelingt es, Nachhaltigkeit und Klimaschutz im urbanen Raum zu etablieren?	14
CHRISTIAN BAUMGARTNER EXKURS > Zertifizierung von nachhaltigen Destinationen	26
DOMINIK HOSTERS, SILKE SCHWARZ „KlimaTour Eifel“ – Klimaschutz und Tourismus sinnvoll kombiniert	28
THOMAS VODDE EXKURS > „Klimalinsel Juist“	40
GESA GAEDEKE, JENS-PETER KOOPMANN Klimabündnis Kieler Bucht – Klimaanpassungs- und Klimaschutzmaßnahmen in einer Urlaubsregion umsetzen	42
WOLFGANG WEILER KONUS: effektiver Beitrag zum Klimaschutz im Schwarzwald durch ein umfassendes ÖPNV-Angebot für Touristen	50
FLORIAN FLETSCHINGER, MICHAEL RICHTER EXKURS > Stadtpläne zeigen den Weg zu ökologischen Vorzeigeprojekten in Freiburg	64
TANJA FRAHM, JEANETT KIRSCH, JÖRG ZÖLLNER EnergieRoute durch das Aller-Leine-Tal – eine gelungene Verbindung von Klimaschutz und Radtourismus	66
DIRK DUNKELBERG EXKURS > Praxisleitfaden „Nachhaltigkeit im Deutschlandtourismus“	76
RÜDIGER ROPINSKI, SVENJA SCHRÖDER Klimapark Rietberg: „Lokal wirken – global gewinnen“	78
BIRGIT BRÜGGEMANN, MAXI HASE Der Klimaturm Melle-Buer – innovatives Schulausflugs- und Freizeitziel, um Klimawissen zu erlangen und zu vertiefen	90
Klimaschutz in der kommunalen Praxis: Information, Motivation, Vernetzung	98
Bildnachweis	100

Klimaschutz & Tourismus



Vorwort

195 Länder haben im Dezember 2015 das Übereinkommen von Paris geschlossen, mit dem zentralen Ziel, die durch Treibhausgase verursachte Erderwärmung auf deutlich unter zwei Grad Celsius im Vergleich zur vorindustriellen Zeit zu begrenzen. Dafür sind auch auf der kommunalen Ebene entsprechende Entscheidungen zu treffen, Konzepte zu entwickeln und Maßnahmen umzusetzen, die zum Klimaschutz vor Ort einen wesentlichen Beitrag leisten. Für die Kommunen ist dies Herausforderung und Chance zugleich.

In vielen Kommunen haben erfolgreich realisierte Projekte bereits zu beachtlichen CO₂-Einsparungen geführt. Sie dokumentieren das große kommunale Engagement für den Klimaschutz, mit dem sie beispielgebend für Bevölkerung und Privatwirtschaft sind und eine wichtige Vorbildfunktion ausüben. Zugleich machen positive Praxisbeispiele weiteren Kommunen Mut, selbst die Initiative zu ergreifen und eigene Maßnahmen zu verwirklichen.

In der Publikationsreihe „Themenhefte“ greift das Deutsche Institut für Urbanistik nach und nach Schnittstellen des kommunalen Klimaschutzes zu verschiedenen Handlungsfeldern auf. Es werden Ziele, Aufgaben und Inhalte des jeweiligen Themenbereichs aufbereitet und konkrete Erfahrungen aus der Praxis unterschiedlicher Kommunen und Institutionen dargestellt.

Die Themen Tourismus, Naherholung und Freizeitgestaltung stehen in nahezu allen Kommunen auf der Agenda. Zunehmend wird klar, dass viele der Aktivitäten, die sich daraus ergeben, indirekt oder direkt eine Belastung für das Klima und die Umwelt bedeuten. Umgekehrt heißt dies aber auch: Hier liegt ein erhebliches Potenzial, um einen effektiven Beitrag zum Klimaschutz zu leisten, beispielsweise durch umwelt- und klimafreundliche Mobilitätsangebote, nachhaltige Beschaffung oder Energiemanagement. Darüber hinaus bieten sich auch in der Freizeit vielfältige Möglichkeiten, das Klima aktiv zu schützen. In sieben Beiträgen und vier Exkursen wird aufgezeigt, wie Kommunen die Themen Klimaschutz und Tourismus erfolgreich miteinander verbinden können.

Wir danken dem Bundesministerium für Umwelt, Naturschutz und nukleare Sicherheit für die Förderung im Rahmen der Nationalen Klimaschutzinitiative, ohne die dieses Themenheft nicht möglich gewesen wäre. Und wir danken allen Autorinnen und Autoren, die mit ihrem wertvollen Erfahrungsschatz einen wesentlichen Beitrag zum Gelingen dieser Veröffentlichung geleistet haben. ■



CORNELIA RÖSLER

Leiterin des Bereichs Umwelt
im Deutschen Institut
für Urbanistik (Difu)

Seit 1991 wissenschaftliche Mitarbeiterin im Difu. Koordination des Arbeitsbereichs Umwelt am Standort Berlin von 1993 bis 2001. Wechsel zum Difu-Standort Köln im Jahr 2001. Seit 2009 Leiterin des Bereichs Umwelt. Initiierung, Durchführung und Leitung einer Vielzahl von Projekten zum kommunalen Umweltschutz. Vertreterin des Difu im Umweltausschuss und in der Fachkommission Umwelt des Deutschen Städtetages, in den bundesweiten Umweltamtsleiterkonferenzen sowie im Arbeitskreis Energiepolitik des Deutschen Städtetages.

ANNA HOGREWE-FUCHS, MARCO PETERS

Klimaschutz im Tourismus – Chancen in Kommunen erkennen und nutzen

Bereits Wilhelm Busch empfahl: „Drum o Mensch, sei weise, pack die Koffer und verreise“. Mittlerweile ist der Tourismussektor zu einem der wichtigsten Wirtschaftszweige in Deutschland geworden: Rund 2,9 Millionen Menschen sind hierzulande direkt im Fremdenverkehr beschäftigt, der Umsatz mit touristisch nachgefragten Gütern und Dienstleistungen trägt jährlich

etwa 105 Milliarden Euro zur Bruttowertschöpfung bei und ist damit ähnlich bedeutend wie die Maschinenbauindustrie. Auch für viele deutsche Kommunen ist der Tourismus ein relevanter ökonomischer Faktor, ob nun als Kultur- und Städtetourismus oder in naturnahen Destinationen im ländlichen Raum. Etwa 30 Prozent der Deutschen machen Urlaub im Inland, Tendenz steigend [1].

Verursacht CO₂-Emissionen und Stau: Reiseverkehr in touristischen Kommunen



Doch der Tourismus hat – bei aller wirtschaftlichen Bedeutung – mit Blick auf den Klimawandel auch viele negative Einflüsse. Nach Schätzungen der Weltorganisation für Tourismus (UNWTO, Sonderorganisation der Vereinten Nationen) werden etwa fünf Prozent der weltweiten CO₂-Emissionen durch die Tourismusbranche verursacht [2]. Eine aktuelle Studie (2018) eines internationalen Forschungsteams berechnet sogar einen Anteil von acht Prozent an den globalen Treibhausgasemissionen [3] durch touristische Einflüsse. Insbesondere die An- und Abreise zum Urlaubsziel sowie der Zusatzverkehr durch Touristen, aber auch die Beherbergung und Aktivitäten vor Ort schlagen sich in der Treibhausgasbilanz nieder. Derzeitige Trends wie Kreuzfahrten oder Fernflüge sind dabei aufgrund der sehr hohen CO₂-Ausstöße besonders belastend für das Klima.

Trend zur Nachhaltigkeit im Tourismus

Allerdings spielen auch für immer mehr Reisende Aspekte der Nachhaltigkeit eine wichtige Rolle: So gaben in einer repräsentativen Studie von 2017 zum Urlaubsverhalten in Deutschland 49 Prozent der Befragten an, dass ihr Urlaub möglichst ökologisch verträglich sein sollte, für 56 Prozent sind zudem soziale Bedingungen wichtig [1]. Nachhaltiger oder auch „sanfter“ Tourismus ist als Gegenentwurf zu den negativen Auswirkungen des Massentourismus entstanden. Seit den 1990er Jahren und den weltweiten Aktivitäten zur nachhaltigen Entwicklung ist das Thema auch im Fremdenverkehr ein relevanter Aspekt geworden, der mittlerweile in vielen touristischen Konzepten einen festen Platz gefunden hat [4]. Nach Definition der UNWTO ist nachhaltiger Tourismus dadurch gekennzeichnet, dass wirtschaftliche, soziale und ästhetische Erfordernisse erfüllt werden können und gleichzeitig kulturelle Integrität, grundlegende ökologische Prozesse, die biologische Vielfalt und die Lebensgrundlagen erhalten bleiben [5]. Nachhaltige Tourismusangebote waren lange Zeit ein Nischenprodukt und wurden vor allem von kleinen Spezialreiseveranstaltern vorangetrieben. Mittlerweile ist „nachhaltiger Tourismus“ ein gängiger Begriff und kann als Trend bezeichnet werden [6]. Um dem Thema eine breitere Öffentlichkeit zu verschaffen und engagierte touristische

Akteure zu würdigen, schrieb das Bundesumweltministerium – gemeinsam mit dem Bundesamt für Naturschutz und dem Deutschen Tourismusverband e.V. – 2016/2017 den Bundeswettbewerb „Nachhaltige Tourismusdestinationen in Deutschland“ aus [7]. Die Weltorganisation der Vereinten Nationen für Tourismus hat das Jahr 2017 zum „Internationalen Jahr des nachhaltigen Tourismus für Entwicklung“ erklärt.

Der Klimaschutz ist in den letzten Jahrzehnten ebenfalls zu einem international anerkannten Anliegen gewachsen und nimmt auch in der Touristik – als Teilsegment des nachhaltigen Fremdenverkehrs – an Bedeutung zu. Da der Tourismus eine Querschnittsbranche ist, sind auch die Möglichkeiten, Klimaschutzmaßnahmen zu integrieren, breit gefächert, z. B. in den Bereichen Mobilität, Beschaffung, Energieerzeugung, Bildung, Ressourcenschutz, Ernährung u.v.m. Auch für Kommunen ergeben sich zahlreiche Chancen und Potenziale, ihre touristischen Angebote und Produkte klimafreundlich zu gestalten und damit gezielt um nachhaltigkeitsorientierte Touristinnen und Touristen zu werben, eine Vorbildfunktion zu übernehmen oder positive Synergien zu generieren, z. B. weniger Lärm, eine verbesserte Luftqualität, die Vermarktung regionaler Lebensmittel oder finanzielle Entlastungen durch einen geringeren Energie- und Ressourcenverbrauch.

Auswirkungen des Klimawandels auf touristische Destinationen in Deutschland

Der Klimawandel wirkt sich heute schon spürbar auf viele touristische Regionen und Kommunen in Deutschland aus: Im Wintertourismus beeinflussen die steigenden Temperaturen die jährliche Schneemenge in den tieferen Lagen der Alpen und den deutschen Mittelgebirgen bereits massiv. Ohne künstliche „Beschneigung“ ist Wintersport in vielen Regionen schon heute nicht möglich. Voraussichtlich wird in den nächsten Jahren selbst der Einsatz von „Kunstschnee“ in einigen deutschen Wintersportgebieten nicht mehr rentabel sein, zudem ist er unter Klimaschutzaspekten aufgrund des enormen Energiebedarfs keine nachhaltige Alternative. Auch die prognostizierte Zunahme von Hochwasserereignissen als Folge des Klimawandels könnte Besucherinnen und Besucher davon



Künstliche Beschneigung in einer Wintersportregion

abhalten, in bestimmte Regionen zu reisen. Neben materiellen Schäden an der touristischen Infrastruktur entstehen hierdurch weitreichende Einkommenseinbußen für die betroffenen Destinationen. Tourismusaktivitäten in Küstennähe können durch eine Zunahme von Sturmfluten eingeschränkt werden oder in Teilgebieten gänzlich wegfallen. Ähnliches gilt für walddreiche Mittelgebirgsregionen, die zukünftig verstärkt von Sturmereignissen betroffen sein könnten [8].

Der Wandel des Klimas hat also in vielfältiger Weise Einfluss auf die Tourismuswirtschaft in Deutschland; entsprechend stark sollten der Klimaschutz und die Klimaanpassung in dieser Branche thematisiert werden, insbesondere in touristischen Regionen und Kommunen, die bereits

konkret mit den Herausforderungen des Klimawandels konfrontiert werden.

Klimafreundlicher Tourismus in Kommunen: Chancen und Potenziale

Tourismus und Klimaschutz sind also durchaus eng miteinander verbunden. Die Nachfrage nach ökologisch verträglichen Tourismusangeboten ist steigend, weshalb in diesem Zusammenhang auch die Bedeutung des Klimaschutzes wächst. Kommunen tragen bei der Erstellung und Umsetzung eigener touristischer Konzepte und Aktivitäten eine besondere Verantwortung. Dabei bieten sich ihnen vielfältige Chancen und Potenziale, einen

nachhaltigen und klimagerechten Fremdenverkehr vor Ort voranzutreiben. Viele Städte, Gemeinden und Landkreise sind bereits in verschiedenen Handlungsfeldern im Klimaschutz aktiv. Ausgehend von den nationalen Klimaschutzzielen werden Klimaschutzkonzepte und -strategien auf lokaler Ebene initiiert und in konkreten Maßnahmen umgesetzt. Auch wenn sich bisher wenige Kommunen gezielt über das Thema Klimaschutz im Tourismus definieren und vermarkten, ist der Fremdenverkehr doch ein wichtiger Sektor mit breiten Handlungsmöglichkeiten für Kommunen, klimaaktiv zu sein. Dabei ist sehr wichtig, dass die Kommunen möglichst alle für den Tourismus relevanten regionalen Akteure mit in die Planungen einbeziehen und im besten Fall strategisch ver-

knüpfen. Dazu gehören insbesondere Hotellerie, Gastronomie, Erzeugerbetriebe regionaler Produkte, Anbieter und Betreiber von Touren, kulturellen Veranstaltungen, Museen oder Sehenswürdigkeiten. Hier lassen sich z. B. klimafreundliche Kooperationen zwischen Kommune, dem Gaststättengewerbe und der lokalen Landwirtschaft eingehen oder emissionsarme kommunale Mobilitätskonzepte auf den Freizeit- und Tourismusverkehr übertragen.

Handlungsfeld Mobilität

Faktisch hat jede Aktivität während eines Urlaubs direkt oder indirekt Einfluss auf die Umwelt und

Im Trend: Verzicht auf das Auto im Urlaub





Regionale Lebensmittel können klimafreundlich beschafft werden

das Klima: Der An- und Abreiseverkehr sowie die Mobilität am Zielort verursachen dabei besonders hohe CO₂-Emissionen. Bereits heute erkennen immer mehr touristische Kommunen den Wert umwelt- und klimafreundlicher Mobilität, bei der ökologische Effekte mit ökonomischen Vorteilen verbunden werden. Auch immer mehr Urlaubsgäste sind in der Wahl der Verkehrsmittel klimasensibel und möchten während ihres Aufenthalts auf das eigene Auto verzichten. Klimafreundliche Mobilität für den Freizeit- und Tourismussektor ist ein Querschnittsthema und sollte innerhalb einer Kommune gemeinsam von den Bereichen Verkehr, Tourismus, Umwelt etc. erarbeitet werden [4]. Auch die An- und Abreise der Touristinnen und Touristen sollte in die Strategie mit einbezogen werden: Eine durchdachte Reisekette mit Hinweisen und Beratung zu alternativen Anreisemöglichkeiten oder Anreizen, auf das Auto oder (innerhalb Deutschlands) den Flieger zu verzichten, bieten

im Inlandstourismus große Potenziale, die touristische Klimabilanz zu verbessern.

Vor Ort bestehen diverse Möglichkeiten, den touristischen Individualverkehr klimafreundlich zu gestalten. Dazu gehören ein gut ausgebautes ÖPNV-Netz, eine attraktive Radinfrastruktur sowie Fahrrad-Leihsysteme, die touristische Attraktionen und Aktivitäten auch ohne eigenes Auto erreichbar machen. Wichtig ist dabei, die Mobilitätskonzepte für Einheimische und Gäste nicht losgelöst voneinander zu planen, sondern zusammen zu denken. So lassen sich wertvolle Synergieeffekte erzeugen, von denen die Menschen vor Ort und die Touristinnen und Touristen gleichermaßen profitieren.

Klimafreundliche Beschaffung im Tourismus

Im Handlungsfeld Beschaffung liegen ebenfalls große Potenziale, aktiv Klimaschutz zu betreiben.

Beim Erwerb vieler Produkte und Dienstleistungen können konkrete klimafreundliche Kriterien festgelegt werden. Z. B. kann beim Bezug von Lebensmitteln im touristischen Kontext vorwiegend auf regionale Produkte zurückgegriffen werden, um hohe CO₂-Emissionen beim Transport zu verhindern. Zugleich ergeben sich hier Möglichkeiten, lokale Produkte zu vermarkten und damit Wertschöpfungseffekte vor Ort zu generieren. Kulinarische Spezialitäten aus der Region lassen sich zudem gezielt als „Alleinstellungsmerkmal“ bei der Vermarktung der Destination einsetzen.

Auch bei der Beschaffung von Strom und Wärme für touristische Unterkünfte oder Attraktionen gibt es weite Spielräume, klimagerecht zu handeln. Große Einsparpotenziale liegen vor allem bei Unterkünften; die Möglichkeiten sind hier vielfältig, vom Ökostrombezug über die eigene Wärmeerzeugung aus regenerativen Energieträgern bis hin zu einem energieeffizienten Ressourcenumgang. Kommunen können in den von ihnen betriebenen touristischen Einrichtungen und Angeboten klimagerechte Beschaffung forcieren und so eine Vorbildfunktion für andere touristische Akteure einnehmen. Über gezielte Informationskampagnen zu klimafreundlicher Beschaffung im Fremdenverkehr haben Kommunen ebenfalls Möglichkeiten, Einfluss auf touristische Dienstleister vor Ort zu nehmen, denn erfolgreicher Klimaschutz in einer Destination funktioniert nur, wenn sämtliche touristischen Akteure an einem Strang ziehen und Maßnahmen zur Emissionsminderung und Energieeffizienz gemeinschaftlich umsetzen.

Klimaschutz als Bildungs- und Freizeitangebot

Der Klimaschutz kann mit kreativen und ansprechenden Ideen auch als Freizeitthema für Gäste vor Ort integriert werden. Insbesondere die Erzeugung und Nutzung erneuerbarer Energien wird bereits von vielen Kommunen in touristische Konzepte eingebunden, z. B. in Form von Energie-Lehrpfaden o. ä. Über die Verknüpfung von (touristischen) Freizeit- und Bildungsangeboten können neue Multiplikatoren, beispielsweise Familien oder Schulklassen, für den Klimaschutzgedanken gewonnen werden. Zudem ziehen vorbildliche und innovative kommunale Klimaschutzprojekte auch fachliche

Delegationen aus dem In- und Ausland an, die sich etwa zur Energie- oder Mobilitätswende informieren möchten. Auch diese Zielgruppe birgt ein touristisches Potenzial und kann zur Steigerung der regionalen Wertschöpfung – insbesondere in den Bereichen Hotellerie und Gastronomie – beitragen, denn auch viele Fachbesucherinnen und -besucher nutzen die Zeit in den Städten und Gemeinden zur Einkehr oder buchen Übernachtungen.

Impulse aus der Praxis

Mit welchen Ideen und Ansätzen sich die beschriebenen Potenziale für den Klimaschutz im Tourismus ausschöpfen lassen, zeigen die guten kommunalen Beispiele und Impulse aus der Praxis in der vorliegenden Publikation.

Zum Auftakt schildert Khai-Nhon Behre, Referent der Geschäftsführung der Celler Tourismus und Marketing GmbH (CTM), in einem Interview, warum die Stadt Celle auf Nachhaltigkeit im Tourismus setzt und welche Maßnahmen in diesem Zusammenhang konkret umgesetzt werden. Über das „TourCert-Siegel“ verpflichtet sich die Reiseregion Celle zu einer konsequenten Umsetzung weiterer Nachhaltigkeitsziele und zur Implementierung von ökologischen, ökonomischen und sozialen Zielen in die städtische Tourismusstrategie.

Im ersten Exkurs gibt Dr. Christian Baumgartner, Mitglied im Zertifizierungsrat bei TourCert und Gründer der Firma „response & ability gmbh“, eine Einordnung der verschiedenen Zertifizierungssysteme und -siegel für umwelt- und klimafreundlichen Tourismus.

Mit der Initiative „KlimaTour Eifel – Netzwerk Klimaschutz und Tourismus“ ist der Naturpark Hohes Venn in der Nordeifel gemeinsam mit vielen regionalen Partnern das Thema „Klimaschutz und Tourismus“ angegangen. Dominik Hosters, Geschäftsführer Naturpark Nordeifel, und Silke Schwarz benennen in ihrem Artikel die Information und Sensibilisierung von regionalen Akteuren und Eifelgästen sowie die Gestaltung von Produkten und Angeboten zur Vermeidung, Reduzierung und Kompensation von CO₂-Emissionen bei der Freizeitgestaltung vor Ort als zentrale Ziele des Projekts. Damit setzt man auf den Trend zur Nachhaltigkeit im Tourismus und schafft einen Wettbewerbsvorteil für die gesamte Destination.

Das erklärte Ziel des Projekts „Klimainsel Juist“ ist ein CO₂-armer Tourismus auf der Nordseeinsel Juist. Thomas Vodde, Nachhaltigkeitsbeauftragter der Inselgemeinde, erläutert in einem Exkurs, welche Konzepte und Maßnahmen von Seiten der Kommune ergriffen werden, um das angestrebte Ziel zu verwirklichen.

Gesa Gaedecke und Jens-Peter Koopmann stellen in ihrem Beitrag das „Klimabündnis Kieler Bucht“ vor. In diesem Zusammenschluss kooperieren insgesamt 24 Ostseegemeinden sowie wissenschaftliche, touristische und institutionelle Einrichtungen mit dem Ziel, Klimaanpassungsmaßnahmen in der Destination anzustoßen und voranzutreiben. Dabei sollen Klimaanpassung und Klimaschutz zusammen gedacht und sinnvoll kombiniert werden. Handlungsfelder sind der Küstenschutz, das Strandmanagement und der Tourismussektor.

„KONUS“ steht für „Kostenlose Nutzung des Personennahverkehrs für Schwarzwald-Urlauber“. Das Projekt in der größten Flächendestination Deutschlands zielt auf die Reduzierung des touristischen Individualverkehrs ab, um den Ausstoß klimaschädlicher CO₂-Emissionen zu mindern. Wolfgang Weiler, Leiter der Stabsstelle Kommunikation der Schwarzwald Tourismus GmbH in Freiburg, erläutert in seinem Artikel, wie „KONUS“ in der Praxis funktioniert und welche positiven Synergien, wie Lärminderung oder eine Entlastung der Straßen, damit verbunden sind.

In Freiburg weisen Stadtpläne den Weg zu ökologischen Vorzeigeprojekten. In einem Exkurs stellen Dr. Michael Richter und Florian Fletschinger von der Freiburg Wirtschaft Touristik und Messe GmbH & Co. KG die „Green City“ Map und die „Green Industry Park“ Map vor, die einem Fachpublikum und anderen Interessierten zeigen, wo Leuchttürme grüner Stadtentwicklung im Stadtgebiet zu finden sind. Kurze Erläuterungen der Projekte runden das Angebot ab.

Tanja Frahm, Jeanett Kirsch und Jörg Zöllner beschreiben in ihrem Artikel die „EnergieRoute durch das Aller-Leine-Tal“. Das Projekt beruht auf einer Initiative der im Aller-Leine-Tal bestehenden Projektgruppe „Erneuerbare Energien“ sowie einem Zusammenschluss von etwa 50 Bürgerinnen und Bürgern, Vertreterinnen und Vertretern aus Land- und Forstwirtschaft, Gewerbe und Handwerk, des Naturschutzes sowie aus Politik und Verwaltung. Die „EnergieRoute“ lässt sich mit

dem Fahrrad erkunden und verknüpft 44 bestehende regionale Aktivitäten, Demonstrationsobjekte sowie Attraktionen zu den Themen Energie, wende und Klimaschutz; sie leistet damit einen praxisorientierten Bildungsbeitrag.

Dirk Dunkelberg, stellvertretender Hauptgeschäftsführer des Deutschen Tourismusverbands e.V., stellt in einem Exkurs den Praxisleitfaden „Nachhaltigkeit im Deutschlandtourismus“ vor. Die Broschüre zeigt praxisnah auf, wie Aspekte der Nachhaltigkeit in touristische Konzepte implementiert werden können.

Im nächsten Projektbeispiel geht es um die Verknüpfung von Freizeit und Bildungsarbeit zum Klimaschutz. Unter dem Motto „Lokal wirken – global gewinnen“ bietet der Klimapark Rietberg einheimischen und angereisten Besucherinnen und Besuchern eine Vielzahl von „Projekten zum Anfassen“ rund um die Themen Klimaschutz und Klimawandel. Rüdiger Ropinski und Svenja Schröder skizzieren in ihrem Beitrag die Entstehung und heutige Nutzung des Klimaparks in der ostwestfälischen Stadt Rietberg.

Zum Abschluss stellen Birgit Brüggemann und Maxi Hase in ihrem Artikel den „Klimaturm Melle-Buer“ vor. Der 2015 eröffnete „Klimaturm“ bietet interaktives, nachhaltiges und informelles Lernen zum Thema „Klimaschutz“ und richtet sich insbesondere an Kinder und Jugendliche. Der „Klimaturm“ entstand als Nachnutzungskonzept für einen sanierungsbedürftigen Aussichtsturm.

Voneinander lernen und selbst aktiv werden

Die Artikel und Exkurse des vorliegenden Themenhefts zeigen, dass sich Klimaschutz gewinnbringend und auf vielfältige Weise in touristische Angebote und Konzepte integrieren lässt. Die guten Beispiele sollen Kommunen zur Nachahmung anregen sowie bei der Initiierung, Planung und Umsetzung eigener Klimaschutzprojekte im Tourismus unterstützen. Die vorgestellten Projekte und Ideen bilden dabei vor allem einen praxisnahen „Baukasten“, aus dem sich interessierte Kommunen und andere touristische Akteure Ideen und Elemente herausgreifen können, um individuelle Ansätze zu entwickeln und diese auf die eigenen Gegebenheiten und Ziele vor Ort anzupassen. ■

Quellenangaben

- [1] Deutscher Tourismusverband e. V. (DTV) (Hrsg.), *Zahlen – Daten – Fakten 2016, 2017*. Download unter: www.deutschertourismusverband.de/fileadmin/Mediendatenbank/Dateien/ZDF_2016.pdf
- [2] Umweltbundesamt (UBA) (Hrsg.), *Umweltschutz auf Reisen*, 2016. Download unter: www.umweltbundesamt.de/themen/umweltschutz-auf-reisen-0
- [3] www.zeit.de/2018/20/treibhausgas-erderwarming-reisen-einfluss
- [4] BTE Tourismus- und Regionalberatung, *Praxisleitfaden Nachhaltigkeit im Deutschlandtourismus: Anforderungen – Empfehlungen – Umsetzungshilfen*, 2016. Download unter: www.bte-tourismus.de/_ressources/documents/default/3-181-3-1468397996.pdf
- [5] Bundesamt für Naturschutz (BfN) (Hrsg.), *Ökotourismus: Begriffe und Definitionen*, o.J. Download unter:

www.bfn.de/themen/tourismus-sport/tourismus/oekotourismus.html

- [6] FUR Forschungsgemeinschaft Urlaub und Reisen e. V. (Hrsg.) (im Auftrag des Bundesministeriums für Umwelt, Naturschutz, Bau und Reaktorsicherheit), *Abschlussbericht zu dem Forschungsvorhaben: Nachfrage für Nachhaltigen Tourismus im Rahmen der Reiseanalyse*, 2014. Download unter: www.bmub.bund.de/fileadmin/Daten_BMU/Download_PDF/Tourismus_Sport/nachhaltiger_tourismus_nachfrage_bericht_bf.pdf
- [7] DTV, *Bundeswettbewerb 2016/17: Nachhaltige Tourismusdestinationen in Deutschland*, o.J. Download unter: www.bundeswettbewerb-tourismusdestinationen.de
- [8] UBA (Hrsg.), *Handlungsfeld Tourismus*, 2016. Download unter: www.umweltbundesamt.de/themen/klima-energie/klimafolgen-anpassung/handlungsfeld-tourismus#textpart-1



ANNA HOGREWE-FUCHS

Wissenschaftliche Mitarbeiterin, Deutsches Institut für Urbanistik (Difu)

Seit 2009 am Standort Köln im Bereich Umwelt tätig. Arbeitsschwerpunkte: kommunaler Klimaschutz und Ressourceneffizienz; Öffentlichkeitsarbeit; Konzeption, inhaltliche und redaktionelle Betreuung von Publikationen; Durchführung von Wettbewerben sowie Organisation und Durchführung von Veranstaltungen. Studium der Germanistik und Romanistik an der Rheinischen Friedrich-Wilhelms-Universität Bonn (1. Staatsexamen).



MARCO PETERS

Wissenschaftlicher Mitarbeiter, Deutsches Institut für Urbanistik (Difu)

Seit 2014 am Standort Köln im Bereich Umwelt tätig. Arbeitsschwerpunkte: Klimaschutz, Klimafolgenanpassung sowie Wissenschaftskommunikation, u. a.: Konzeption und Moderation von Fachveranstaltungen, Vorträge, fachliche und konzeptionelle Betreuung von Publikationen sowie eigene Veröffentlichungen. Magisterstudium der Geographie, Soziologie und Wirtschaftsgeographie an der Rheinisch-Westfälischen Technischen Hochschule Aachen.

Nachhaltigkeit in Celle – Städtetourismus neu gedacht

Wie gelingt es, Nachhaltigkeit und Klimaschutz im urbanen Raum zu etablieren?

Die Stadt Celle ist ein beliebtes Reiseziel für Städtetouristen. Damit das so bleibt, setzt die Kommune sich intensiv mit dem Thema Nachhaltigkeit auseinander. Ein 2014 mit Akteurinnen und Akteuren aus verschiedenen Bereichen entworfenes Tourismuseitbild führte dazu, die Entwicklung als nachhaltige Tourismusregion voranzutreiben und sich beim Bundeswettbewerb „Nachhaltige Tourismusdestinationen 2017“ zu bewerben – mit Erfolg. Gründe für die Auszeichnung waren die Einbindung von relevanten Gruppen wie zum Beispiel den Bürgern und Bürgerinnen sowie die Gründung eines Netzwerkes aus Partnerbetrieben. Mit einem Nachhaltigkeitsbericht und der Umsetzung dort aufgeführter Projekte qualifizierte sich die Stadt darüber hinaus im Frühjahr 2017 für eine Auszeichnung mit dem „TourCert-Siegel“. Damit verpflichtet sich die Reiseregion zu einer konsequenten Umsetzung weiterer Nachhaltigkeitsziele und der Implementierung von ökologischen, ökonomischen und sozialen Zielen in die städtische Tourismusstrategie. Betriebsinterne Aktivitäten müssen offen gelegt und eine Vielzahl von Kriterien erfüllt werden, um diese Auszeichnung zu behalten.

Im Interview beantwortet Khai-Nhon Behre, Referent der Geschäftsführung der Celle Tourismus und Marketing GmbH (CTM), Fragen zum Zertifizierungs- und Umsetzungsprozess, zu den Gründen der Implementierung von Nachhaltigkeit in Kommunen sowie zu möglichen Kooperationen und künftigen Herausforderungen. Außerdem geht es um die praktische Umsetzung von Nachhaltigkeit in touristischen Betrieben und Aktivitäten.

Die CTM ist seit 2011 als 100-prozentiges Tochterunternehmen der Stadt für die Umsetzung der Maßnahmen, Projekte und Aktivitäten im Bereich Tourismus verantwortlich. Zu den laufenden Aufgaben gehören unter anderem die Erarbeitung von Tourismusprogrammen, der Austausch im Netzwerk der touristischen Dienstleister und Partner sowie die Öffentlichkeitsarbeit rund um das Logo „ex(Celle)nt nachhaltig“, das von der CTM an die mitwirkenden Partner vergeben wird. Auch die überregionale Zusammenarbeit mit Tourismus- und Marketingorganisationen sowie der Austausch mit Akteuren der Celler Tourismusbranche gehören zu den Verantwortlichkeiten der CTM.



„ex(Celle)nt nachhaltig“ –
das stadt eigene Markenzeichen
für Nachhaltigkeit

Welche Anreize haben dafür gesorgt, den Städtetourismus in Celle nachhaltig zu gestalten, sich von TourCert auszeichnen zu lassen und beim Bundeswettbewerb „Nachhaltige Tourismusdestinationen“ mitzumachen?

Ein konkreter Anreiz für den stadtinternen Entwicklungsprozess für einen nachhaltigen Tourismus war die Auszeichnung des Tagungszentrums Congress Union Celle BgA (CUC) im Jahr 2014 durch Green Globe als einen von wenigen nachhaltigen zertifizierten Tagungsstandorten in Niedersachsen. Green Globe ist das erste weltweite Programm zur Zertifizierung und Leistungsver-

besserung, das speziell für die Reise- und Tourismusindustrie entwickelt wurde. Es gehört zu den wichtigsten Zertifikaten zum Thema Nachhaltigkeit in der Branche. Betriebe mit solchen Zertifikaten haben einen deutlichen Wettbewerbsvorteil, wenn es darum geht, „grün“ zu tagen. Bei der Suche nach Tagungsorten ist eine solche Auszeichnung ein grundlegendes Kriterium.

Bereits seit 2008 beschäftigt sich die Stadt Celle mit dem Thema Nachhaltigkeit. Mit unserer Tourismus-Tochtergesellschaft, der Celle Tourismus und Marketing GmbH (CTM), brachten wir das Projekt „Nachhaltiges Celle – Wirtschaften für die Zukunft“ auf den Weg. Es zielte zunächst darauf ab, Unternehmen und andere Institutionen aus der Tourismuswirtschaft, später auch aus anderen Branchen, auf freiwilliger Basis mit

nachvollziehbaren und logischen Argumenten für eine nachhaltige Entwicklung zu gewinnen und sich durch die Einhaltung bestimmter Standards als Partnerbetriebe im Rahmen der stadteigenen Kampagne „Nachhaltiges Celle“ zertifizieren zu lassen. Die Auszeichnung wird durch Erfüllung bestimmter Kriterien, zu denen beispielsweise die Unterzeichnung einer Willenserklärung zu nachhaltigem Wirtschaften oder der Bezug von Ökostrom zählen, vergeben und wirkt wie eine Marke. Dadurch werden die beteiligten Unternehmen über das Logo „ex(Celle)nt nachhaltig“ öffentlich sichtbar. Die Stadt Celle flankiert den Prozess immer wieder durch Presse- und Öffentlichkeitsarbeit.

2014 haben wir von CTM auch damit begonnen, gemeinsam mit wesentlichen Leistungsträ-

Mit Pferdestärken durch die Stadt



gern und der Expertise aus Wirtschaft, Verwaltung und Politik ein touristisches Leitbild zu entwickeln. Nach Bürgerbefragungen, Experteninterviews, der Erhebung zahlreicher Daten und der Definition von Maßnahmen wurde das Leitbild im Sommer 2016 fertiggestellt. Damit wurde die Grundlage für eine Bewerbung bei TourCert gelegt, da diese Organisation, im Gegensatz zu Green Globe, ganze Destinationen auszeichnet. Sowohl die TourCert-Auszeichnung als auch das stadtinterne Logo „ex(Celle)nt nachhaltig“ orientieren sich an ähnlichen Maßgaben wie zum Beispiel Nutzung von Ökostrom, Förderung der regionalen Wirtschaft durch Beauftragung lokal ansässiger Unternehmen und so weiter.

Als Organisation für Destinationsmanagement (DMO) haben wir von CTM im Rahmen der Zertifizierung für das TourCert-Siegel einen umfassenden Maßnahmenkatalog für die Verbesserung von Nachhaltigkeitsleistungen erarbeitet und geben diesen an die Tourismusbetriebe weiter. Damit leitet die DMO den TourCert-Zertifizierungsprozess ein, prüft die Umsetzung der Maßnahmen, sensibilisiert und schult die Betriebe und motiviert Partnerbetriebe sowie weitere Akteure zur Umsetzung von Nachhaltigkeitsaspekten. Diese und weitere Aufgaben wie die Ermittlung von Potenzialen im Bereich des Möglichen und Entwicklung konkreter Ansätze für den nachhaltigen Tourismus vor Ort gehören zum Aufgabenspektrum einer DMO.

Mit der Bewerbung beim Bundeswettbewerb „Nachhaltige Tourismusdestination 2016/2017“ bot sich eine weitere gute Gelegenheit, unsere Nachhaltigkeitsleistungen extern bewerten zu lassen und zusätzlich einen Vergleich mit anderen Destination zu ziehen. Dass wir es als einzige städtische Destination bis ins Finale geschafft haben, bestätigt unser Engagement und vor allem das unserer touristischen Partner.

Sind seit den Auszeichnungen beim Bundeswettbewerb und durch TourCert die Besucherzahlen und Anfragen angestiegen?

Wir sind vor knapp einem Jahr ausgezeichnet worden, so dass eine Veränderung der Besucherzahlen bis jetzt noch nicht zu registrieren ist. Wir sollten auch nicht den Fehler machen, uns ausschließlich an den Besucherzahlen messen zu lassen, denn Nachhaltigkeit ist für uns ein Qualitätsmerkmal, das

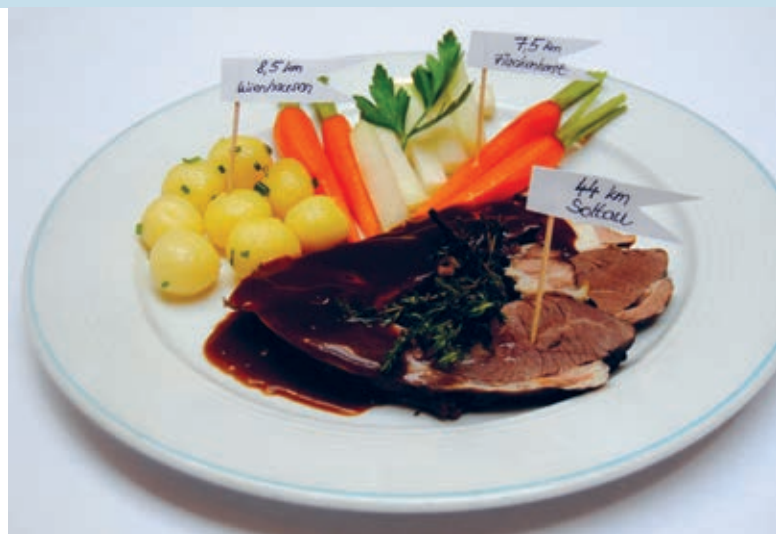
sicherlich dem Gast zugute kommen soll, aber auch für die Zukunft der Stadt sowie Bürgerinnen und Bürger eine Bedeutung hat. Langfristig streben wir natürlich einen Anstieg der Besucherzahlen an. Was wir aber deutlich gemerkt haben, ist, dass wir durch die Auszeichnung viel Interesse bei anderen Destinationen und Institutionen geweckt haben. Sogar aus dem Ausland haben wir positive Reaktionen erfahren.

Gibt es denn Besucher, die wegen der Auszeichnung nach Celle kommen?

Bislang haben wir erst wenige Besucherinnen und Besucher registriert, die nur wegen der Auszeichnung nach Celle kommen. Wir haben aber viele Gäste, die gerne noch einmal wiederkommen, weil ihnen Celle sehr gut gefallen hat und sie sich hier sehr wohlfühlt haben – sei es aufgrund der kulturellen Vielfalt oder weil der Wochenmarkt mit seinen frischen und umfangreichen Angeboten überzeugt hat. Auch ein Hotel kann durch seinen Service und das Essen einen großen Beitrag dazu geleistet haben, dass Gäste gerne wieder Urlaub in Celle machen. Viele dieser Faktoren spielen sich vordergründig ab. Im Hintergrund sind es aber etliche Bemühungen für ein nachhaltiges Management, die dem Gast vielleicht nicht auf Anhieb bewusst sind und in seiner Wahrnehmung zunächst auch keine Rolle spielen. So zum Beispiel, dass der Honig oder die Marmelade vor Ort hergestellt werden, dass frisches Obst und Gemüse direkt vom örtlichen Landwirt erzeugt wird und dass die Erhaltung alter Kulturgüter viel Engagement und Liebe zum Detail bedeutet.

Wie kommen diese Themen bei den Bürgerinnen und Bürgern von Celle an?

Das Thema Nachhaltigkeit kommt in der Bevölkerung sehr gut an. Dazu trägt sicherlich auch die Förderung der regionalen Aspekte bei. Für die Erstellung des touristischen Leitbildes wurde eine Bürgerbefragung durchgeführt, um auch die Meinung aus der Bevölkerung abzubilden. Dabei gaben 48 Prozent der Befragten an, dass Nachhaltigkeit im persönlichen Umfeld eine wichtige Rolle spielt, für 42 Prozent sogar eine sehr wichtige. Die Themen Umwelt- und Naturschutz, regionale und Bioprodukte sowie die Abfallentsorgung wurden von den Bürgerinnen und Bürgern als Erstes genannt. Über 60 Prozent können sich vorstellen, dass Celle sich als nachhaltiges Ziel für Touristen



Klimaschädliche Gerichte im Tagungszentrum werden durch Gerichte aus regionalen Zutaten ersetzt

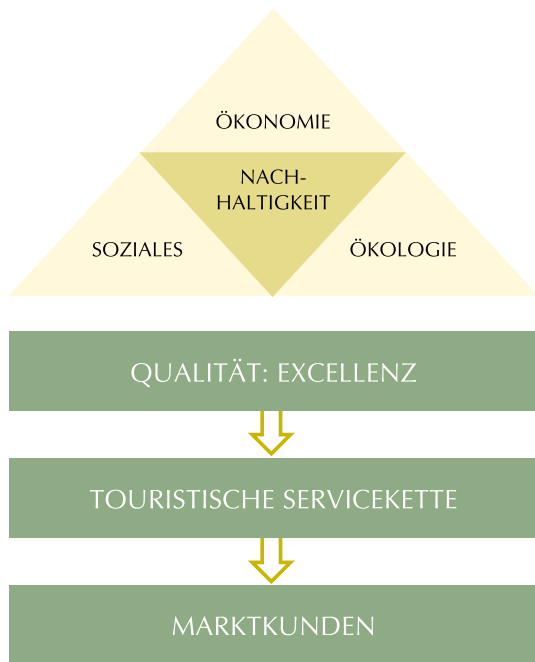
entwickeln kann. Dabei sind die Bürgerinnen und Bürger selbst als Zielgruppe zu betrachten, insbesondere im Bereich Gastronomie, Freizeit und Ausflüge. So sind fast 75 Prozent der Befragten bereit, Mehrkosten für nachhaltige Produkte und Dienstleistungen in Kauf zu nehmen.

Da das Thema aber noch nicht immer so sichtbar ist, wie es sein sollte, spielt die Imagepflege eine zentrale Rolle. Deshalb müssen und werden wir die Marke „Nachhaltiges Celle“ auch weiterhin sorgfältig pflegen. Außerdem ist das Thema immer wieder im „Alltag“ präsent, wie z. B. eine Visualisierung zum Thema regionales Essen in unserem Tagungszentrum Con-

gress Union Celle zeigt. Dort werden auf zwei nebeneinander platzierten Fotos zwei auf den ersten Blick gleichwertige Hauptgerichte präsentiert. Der Clou ist, dass auf dem Foto jeweils auch die CO₂-Bilanz der Mahlzeit ausgewiesen ist. Hier tun sich dann große Unterschiede auf. Denn die Zutaten für das eine Essen wurden aus aller Welt angeliefert, während das andere ganz aus regionalen Produkten besteht. Das mag auf den ersten Blick kleinteilig wirken, transportiert aber wesentliche Botschaften an den Empfänger: Klimafreundliches Essen hat nichts mit Verzicht zu tun, und es ist meine Entscheidung, wie ich damit umgehe.

Regionale Spezialitäten schonen das Klima und schmecken gut





Nachhaltigkeit und Tourismus – eine gute Symbiose

Ist der Verbrauch an Ressourcen pro Kopf in den beteiligten Betrieben gesunken bzw. ist eine positive Entwicklung hin zum Konsum von nachhaltigen Produkten zu verzeichnen?

Unsere Nachhaltigkeitsprozesse und die Sichtbarmachung der Umsetzung in den Betrieben über

unser Logo „ex(Celle)nt nachhaltig“ zielen auf die Erhöhung der Qualität und den schonenden Umgang mit Ressourcen ab. Verlässliche Zahlen zum Verbrauch liegen zwar noch nicht vor, aber es ist ein deutlicher Trend zu verzeichnen, dass das Bewusstsein zu einer nachhaltigen Entwicklung mittlerweile für viele Verbraucherinnen und Verbraucher zum täglichen Leben gehört. Sei es, dass beispielsweise Hotels auf Einmalverpackungen verzichten und infolgedessen Müll vermeiden oder dass viele touristische Betriebe auf LED-Beleuchtung umstellen, was den Stromverbrauch reduziert und außerdem noch eine finanzielle Einsparung nach sich zieht.

Welche langfristigen Prozesse wurden nach der Zertifizierung der Stadt durch TourCert angestoßen?

Zur Erhaltung der Zertifizierung, die ja immer wieder erneuert werden muss, um das Thema Nachhaltigkeit langfristig zu etablieren und zu streuen, haben wir einen Nachhaltigkeitsrat gegründet. Er setzt sich zusammen aus Vertretungen der wichtigsten Interessengruppen, welche die drei Dimensionen der Nachhaltigkeit – das sind Ökologie, Ökonomie und Soziales – repräsentieren. Durch die Berücksichtigung und das Zusammenspiel aller drei Dimensionen können nachhaltige Prozesse realisiert werden.

Plastikfrei Servieren und so Klima und Ressourcen schonen



Zu den Mitgliedern dieses Gremiums gehören unter anderem Vertreterinnen und Vertreter des Aufsichtsrats der CTM, der Nachhaltigkeitsbeauftragte der CUC, Akteure der Gastronomie- und Tourismusbetriebe, kommunale Vertretungen der Wirtschaftsförderung sowie Mitarbeiterinnen oder Mitarbeiter der Stadtwerke und der Verkehrsbetriebe. Der Rat soll regelmäßig tagen und auf Arbeitsebene den Fortschritt beschlossener Projekte begleiten und überprüfen, neue gemeinsame Maßnahmen auf überregionaler Ebene anregen, Verbesserungen und die Entwicklung nachhaltiger Angebote initiieren.

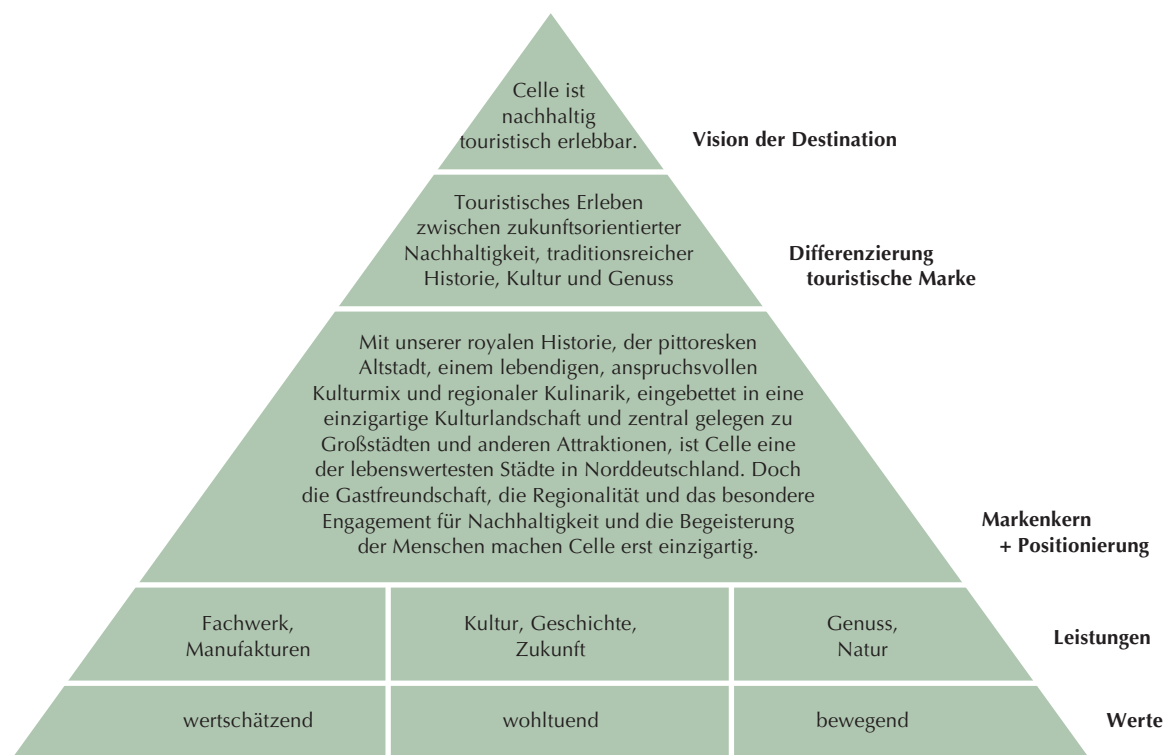
Wer engagiert sich noch für Klima- und Ressourcenschutz und wie unterstützt die Stadt Celle dieses Engagement?

Themen wie Klima- und Ressourcenschutz im Tourismus werden vor allem zwischen uns und den touristischen Dienstleistern diskutiert. Als positives Beispiel in Hotelbetrieben sorgt die Abschaffung von Kleinverpackungen beim Frühstücksbuffet für eine erhebliche Reduzierung des Verpackungsmülls und ruft positive Rückmeldung der Gäste hervor.

Der Aufbau eines Nachhaltigkeits-Netzwerks mit den Leistungsträgern wirkt sich jedoch auch auf kommunale Unternehmen aus. Einer unserer großen Partner sind die Stadtwerke Celle, die auch das örtliche Schwimmbad verwalten und unsere Nachhaltigkeitsbemühungen voll unterstützen. So werden beispielsweise Führungen im Wasserkraftwerk angeboten, bei denen auf Natur- und Umweltschutzprojekte aufmerksam gemacht und für den verantwortungsvollen Umgang mit Wasser geworben wird. Um das Laichen des geschützten Moorfroches und anderer Arten zu fördern, senken die Celler Stadtwerke den jährlichen Wasserspiegel im stadteigenen Trinkwasserschutzgebiet ab. Das Stadtbad bezieht den Strom über zwei eigene Blockheizkraftwerke und stellt auch das notwendige Chlor aus der eigens geförderten Sole selber her, was den Ankauf und Transportweg spart und zudem ökologische Vorteile mit sich bringt.

Bisher wird das Angebot vor allem von Bürgerinnen und Bürgern sowie von Schulklassen genutzt. Die Aufnahme der Führungen in das touristische Konzept ist jedoch geplant. Die Auseinandersetzung mit dem Thema hat insgesamt zu einer wahrnehmbaren Sensibilisierung geführt.

Entwicklung zu einer nachhaltigen touristischen Destination



Welche Abteilungen der Stadtverwaltung waren zunächst verantwortlich und wie wurden die Aufgaben verteilt? Wie sehr ist die Verwaltung an Entscheidungen im Prozess beteiligt?

2011 als 100-prozentiges Tochterunternehmen der Stadt Celle gegründet, hat die Celle Tourismus und Marketing GmbH die Aufgabe, Celle als Tourismusstandort zu profilieren und zu vermarkten. Die CTM erarbeitet gemeinsam mit der Stadtverwaltung die kommunale Tourismusstrategie und die dazu gehörigen Maßnahmen, die dann vom Aufsichtsrat bzw. dem Gremium der Stadtverwaltung abgewogen, verabschiedet und getragen werden. Das nachhaltige touristische Leitbild für die Destination legt konkrete Maßnahmen und Ziele fest und ist damit Teil der Tourismusstrategie. Gemeinsam mit der Verwaltung, dem Nachhaltigkeitsrat und den Leistungsträgern haben wir das Leitbild im Jahr 2016 entwickelt. In den Zertifizierungsprozess durch TourCert war die Stadt Celle dauerhaft involviert. Abteilungen wie z.B. die Wirtschaftsförderung, die Kultur- oder auch die Naturschutzbehörde wurden zu diversen Themen immer wieder eingebunden.

Aufbauend auf den Werten, der Leistungen und der Positionierung Celles wird eine Strategie zur Entwicklung zu einer nachhaltigen Destination (siehe Grafik S. 19 unten) entwickelt.

Können Sie Beispiele für die Umsetzung der drei Säulen der Nachhaltigkeit geben?

Für uns als DMO und Marketinggesellschaft ist Papier das am meisten verwendete Material. Im laufenden Geschäft ging es hier vor allem um Einsparungen und ökologische Zielsetzungen. Seit 2016 werden alle Prospekte und Broschüren klimaneutral und auf FSC-zertifiziertem Papier gedruckt. Das heißt, schon bei der Beschaffung liegt das Hauptaugenmerk auf Papierherstellung aus nachhaltiger Forstwirtschaft.

Im Bereich der Wirtschaftlichkeit läuft bei uns derzeit noch die Umstellung der Beleuchtung auf LED. Die soziale Nachhaltigkeit ist bei der CTM gut umgesetzt worden: Mit der Implementierung eines Betriebsrates und der Berufung bzw. Einstellung eines Nachhaltigkeitsbeauftragten werden soziale Strukturen und Abläufe unserer Organisation regelmäßig überprüft und verbessert.

Um Nachhaltigkeit auf allen drei Ebenen – Ökologie, Ökonomie und Soziales – umzusetzen, entwickelten wir ein Verbesserungsprogramm für

die DMO, in dem die konkreten Aufgaben und Maßnahmen mit Zeitrahmen und Benennung Verantwortlicher festgehalten wird.

Was deckt sich bei der Umsetzung von Klima- und Ressourcenschutz im Tourismusbereich mit den Aufgaben der Stadtverwaltung?

Die Aufgabenbereiche lassen sich leicht trennen. Während sich die Stadt zum Beispiel um Infrastruktur, Verwaltung, Fördermöglichkeiten, Schutzstatus von Flächen im Stadtgebiet wie Naturschutz- oder Wasserschutzgebiete kümmert, obliegt uns als Tourismuspartner die Öffentlichkeitsarbeit und die Kommunikation mit den Besucherinnen und Besuchern. Vor allem das Thema Besucherlenkung spielt hier eine wesentliche Rolle. Das betrifft beispielsweise die Vermarktung bestimmter Gebiete zu Freizeit- und Naherholungszwecken, die je nach Schutzstatus und touristischer Relevanz stattfindet oder nicht.

Natürlich wird Klimaschutz durch die Maßnahmen für mehr Nachhaltigkeit gefördert, wie das Beispiel Energieeinsparung durch LEDs oder Einsparung von Emissionen durch den Bezug lokaler Produkte deutlich zeigt. Bei den Fördermöglichkeiten kann die DMO eine vermittelnde Rolle zwischen Stadtverwaltung und touristischen Betrieben einnehmen oder auch Netzwerke schaffen.

Ein erfolgreiches Modell ist die Metropolregion Hannover-Braunschweig-Göttingen-Wolfsburg, die sowohl Verwaltung als auch Marketingorganisationen zu Themen wie Elektromobilität oder Radverkehrsstrategien einbindet.

Gibt es einen Unterschied bei den finanziellen und personellen Aufwendungen im Vergleich zu nicht nachhaltigem Tourismus?

Beim personellen Aufwand gibt es faktisch keinen Unterschied. Nachhaltiger Tourismus ist im Wesentlichen die Selbstverpflichtung zu nachhaltigem Handeln. Der inhaltliche Fokus macht hier den Unterschied: Es geht um die Sensibilisierung für Zusammenhänge, einen bewussteren Umgang mit Ressourcen und die Überprüfung vieler Abläufe. Es sind ganz einfache Sachen, die uns auch im Alltag begegnen. Nehmen wir als Beispiel nochmal das Papier. Meine Kollegen mussten sich immer wieder die Frage stellen, ob sie bestimmte Unterlagen wirklich ausdrucken müssen oder einseitig bedrucktes Papier wegwerfen, ohne es noch als Schmierpapier zu verwenden. Vieles ist augen-



Das Celler Altstadtpanorama genießen

scheinlich einfach, jedoch im Büroalltag nicht immer bewusst. Wir haben bei unserem Kopierer jetzt einen neuen Papierschatz eingeführt, der einseitig bedrucktes Papier wiederverwendet, und der mittlerweile rege benutzt wird. Dieses kleine Beispiel führt wiederum zum finanziellen Aspekt. Natürlich ist die Nutzung von umweltfreundlichem Papier oder Papier aus nachhaltiger Forstwirtschaft etwas teurer. Wenn ich aber schonender mit dem Material umgehe und damit Kosten spare, habe ich im Endeffekt keinen erhöhten finanziellen Aufwand.

Werden das Management und die Umsetzung von Nachhaltigkeitszielen im Tourismus und der Stadtverwaltung evaluiert?

Als zertifizierte und eigenständige Organisation erheben und evaluieren wir unsere Daten jährlich. Unter

den konkreten Zahlen fallen unter anderem Verbräuche von Wasser, Energie und Papier. Für die Zertifizierung müssen wir jedes Jahr ein sogenanntes Verbesserungsprogramm erstellen, damit Einsparungsmöglichkeiten identifiziert und aktiv angegangen werden können. Dadurch haben wir ein festes Instrument zur Kontrolle und Erreichung unserer Ziele.

Kommen wir nochmal auf das „Nachhaltige Celler“ zu sprechen. Mit welchen Argumenten konnten Sie die aktuellen Partner des Nachhaltigkeit-Netzwerks überzeugen und wie gestaltet sich die gemeinsame Arbeit für das Ziel, alle Schritte in der touristischen Servicekette nachhaltig zu gestalten?

Eine richtige Überzeugungsarbeit war bei keinem unserer Partner notwendig, da wir als Marketingorganisation schon seit 2008 mit unseren Leis-



E-Mobilität richtig umgesetzt mit erneuerbarer Energie

tungsträgern in nachhaltige Prozesse involviert waren. Mit dem Zertifizierungsprozess haben wir begonnen, alle Schritte in der touristischen Leistungskette nachhaltig zu gestalten und Kriterien dafür zu konkretisieren. Wir haben eine Art Kompass erarbeitet, damit sich auch neue Betriebe einordnen können und sehen, wie weit sie selbst beim Thema Nachhaltigkeit entwickelt sind. Unsere Netzwerkpartner bekommen als Anreizinstrument eine gesonderte Vermarktung, die vor allem auf unserem Internetportal www.celle-nachhaltig.de sichtbar wird. Sie dürfen auch unser Nachhaltigkeitslogo für die eigene Vermarktung einsetzen und werden über bestimmte Kommunikationskanäle besonders hervorgehoben.

Wo sehen Sie noch Innovationsbedarf und Ausbaumöglichkeiten der Aktivitäten bei der Tourismusplanung in Celle?

In einer Stadt mit vielen historischen Gebäuden sind Denkmalschutz und Barrierefreiheit ein großes Thema. Aber auch die Förderung von Klimaschutz, die Pflege des öffentlichen Personennahverkehrs, die Auseinandersetzung mit dem Thema Digitalisierung und die Betreuung von nachhaltig zertifizierten Betrieben sind Bereiche, die wir als DMO in Zusammenarbeit mit der Stadtverwaltung und den touristischen Dienstleistern erarbeiten müssen. Darüber hinaus wird der touristische Leitfaden kontinuierlich weiterentwickelt, die Beratungen werden um Zielgruppen und Themen erweitert, das Förderangebot

wird stetig aktualisiert, und auch die Vermittlung von Kooperationen und Vernetzungstätigkeiten gehört zu den wiederkehrenden Aufgaben des Tourismusmanagements, denen die CTM nachgeht.

Gab es eigentlich auch Hemmnisse?

Wirklich Hemmnisse gab es bisher keine. Die Reaktionen auf das Thema Nachhaltigkeit sind überwiegend positiv. „Nachhaltigkeit“ ist allerdings manchmal mit Klischees und Vorurteilen behaftet, mit denen man sich in ersten Gesprächen auseinander setzen muss. Auch wird der Begriff Nachhaltigkeit leider inflationär gebraucht, so dass die Zusammenhänge nicht immer deutlich sind und dann natürlich kritisch hinterfragt werden. Wenn man aber tiefer in bestimmte Themen einsteigt und diese dann mit nachhaltigen Beispielen veranschaulicht, wird aus der anfänglichen Unsicherheit ein konstruktives und erfolgreiches Gespräch. Bestehende Unsicherheiten aufzulösen ist ein wichtiges Ziel des Netzwerkes.

Wie schätzen Sie die Reichweite der Maßnahmen im Bereich Nachhaltigkeit für den Klimaschutz vor Ort ein?

Tourismus ist zwar nur ein kleiner, aber nicht unwesentlicher Teilbereich im Aufgabenspektrum der

Stadt Celle. Ein wesentliches Ziel im Rahmen der nachhaltigen Verantwortung ist die Vermeidung oder Reduktion der durch den Tourismus zusätzlich verursachten klimaschädlichen Emissionen bzw. anderer Einflüsse, die negative Auswirkungen auf Luft, Klima, Wasser, Boden, Flora und Fauna und auch den Menschen haben. Hier gilt es, besonders an der Verkehrsinfrastruktur zu arbeiten, vor allem an der Bereitstellung von CO₂-armen Anreisemöglichkeiten, aber auch an der Entwicklung von klimafreundlichen Mobilitätsangeboten vor Ort. Hierzu kann man als positives Beispiel wieder unseren Partner, die Stadtwerke Celle, nennen, die kostenfreie E-Zapfsäulen für E-Cars und E-Bikes in den eigenen Parkhäusern zur Verfügung stellen, die ausschließlich grün zertifizierten Strom liefern.

Was können Sie anderen Kommunen für die erfolgreiche Implementierung von Klimaschutz und Nachhaltigkeit in die kommunale Tourismusstrategie raten?

Als Erstes muss man sich im Klaren darüber sein, welches Ziel man verfolgen will und ob es mit den vorhandenen Ressourcen zu bewältigen ist. Es klingt zwar abgedroschen, aber es ist immer auch eine Frage der eigenen Einstellung und der zukünft-

Fahrradwege und Kräutergärten – genutzt von Gästen und Einheimischen



tigen Ausrichtung der kommunalen Pläne. Kommunale Tourismus- und Marketingorganisationen haben ein großes Aufgabenspektrum und arbeiten an vielen Baustellen gleichzeitig. Sie werden meist an Besucherzahlen und an Budgets gemessen, und weil Nachhaltigkeit im ersten Schritt vermeintlich kein Geld einbringt, wird das Thema nicht prioritär angesiedelt. Betrachtet man aber einige Bereiche etwas detaillierter, sind nachhaltige Veränderungen oft sehr wirtschaftlich und effizient, sei es, dass man auf regenerative Energien setzt oder intensiv das Thema Regionalität berücksichtigt. Nachhaltigkeit ist sehr komplex, kann aber auch einfach und transparent umgesetzt werden.

Besonders im Bereich Regionalität sind Sie sehr aktiv. Welche Synergien und Mehrwerte entstehen dadurch, auch in Hinblick auf den Klimaschutz?

Konzentration auf die regionale Wirtschaft und die Vernetzung lokaler Produzenten mit touristischen Leistungsträgern führt zu einer hohen Akzeptanz und Identifikation in der eigenen Destination. Es stärkt den Standort, steht für die Authentizität des Reiseziels und zieht weitere Synergien und Standortvorteile nach sich. Dazu gehören unter anderem die kurzen Wege in der Stadt, die Arbeitsprozesse erleichtern, persönliche Ansprechpartner, die einen schnellen Service garantieren und denen das Vertrauen gilt, sowie weitere Synergien, die durch Kooperationen entstehen.

Diese ganzen positiven Effekte bekommt der Gast zu spüren, sei es durch die Gastfreundschaft vor Ort, in der sich die Zufriedenheit der Gastgeber spiegelt, sei es beim Genuss der regionalen Küche oder bei der Teilnahme an traditionellen Veranstaltungen. Die Auswirkungen im Bereich Klimaschutz sind entsprechend vielfältig und zeigen sich vor allem darin, dass durch die Nutzung regionaler Serviceangebote wie Waschen der Hotelwäsche vor Ort oder Kauf lokaler Produkte weniger Emissionen durch Verkehrs- und Transportkosten entstehen. Es werden darüber hinaus von uns Möglichkeiten aufgezeigt, Energie und Ressourcen effizient zu nutzen, und Empfehlungen ausgesprochen, grünen Strom zu beziehen. Weitere Vorteile sind die Effekte dieser regionalen Wertschöpfung auf die Unternehmen. Steuern werden vor Ort gebunden und stärken den Standort.

Da die inhaltlichen Zusammenhänge und Anknüpfungspunkte mit dem Thema Nachhaltigkeit

nicht immer für jeden präsent sind, spielt die Sensibilisierung für dieses Thema eine zentrale Rolle. Durch die Förderung der regionalen Aspekte erhöht sich die Akzeptanz in der Bevölkerung für Nachhaltigkeit und somit für Umwelt- und Klimathemen. Zudem wird die Identifikation mit der Region unterstützt, wenn regionale Besonderheiten auf Interesse bei externen Besucherinnen und Besuchern stoßen.

Wo sehen Sie konkrete Verbindungen zwischen Tourismus und der Erreichung der deutschen Klimaschutzziele?

Tourismus kann einen wesentlichen Beitrag zur Erreichung der Klimaschutzziele leisten, indem für die Wirkungsbereiche, wie beispielsweise Konsum und Mobilität, nachhaltige Lösungen angestrebt und gemeinsam mit allen beteiligten Akteuren gefunden und umgesetzt werden. Deutsche Tourismusdestinationen bieten eine echte Alternativen zu langen und ressourcenintensiven Reisen ins Ausland. Auch bedeutet die nachhaltige Steigerung des touristischen Potenzials einen Attraktivitätszuwachs für die Bewohnerinnen und Bewohner, weil Ressourcen geschont werden und verstärkt auf Natur- und Klimaschutz geachtet wird. Als direkte Resultate können saubere Luft, intakte Natur und ein geringerer Ressourcenverbrauch genannt werden. Auch Förderung des Ausbaus alternativer Energien bei den Leistungsträgern oder die Einführung neuer Technologien sind Ansätze, die Emissionen senken und die effiziente Nutzung der Ressourcen fördern.

Hat sich die Umstellung auf Nachhaltigkeit für die Stadt Celle gelohnt?

Auf jeden Fall, da wir einiges erreicht haben und sich das Nachhaltigkeitsnetzwerk etabliert hat. Durch die Nachhaltigkeitsprozesse verändern viele im Tourismus aktive Leistungsträger auch innere Strukturen und engagieren sich sehr für dieses Thema. Man ist sensibilisiert und betrachtet vieles aus einer anderen Perspektive. Das führt dazu, dass durch das Netzwerk häufiger miteinander gesprochen wird und dadurch wichtige Informationen ausgetauscht werden und sich weitere Vernetzungen ergeben. Besonders Hoteliers und Gastronomen informieren und helfen sich gegenseitig, damit sich die Angebote voneinander abheben. Besonders beliebt sind aktuell die kulinarischen Stadtrundgänge bei denen Celler Betriebe regionale Speisen und Getränke anbieten.

Was sind Ihre nächsten Schritte und Projekte?

Durch den Zertifizierungsprozess haben wir ja einen langen Katalog mit Verbesserungsmaßnahmen erstellt. Diesen gilt es erst einmal abzuarbeiten. Dazu kommen immer wieder neue Themen und Projekte, die wir aufnehmen und weiterbearbeiten. Das Hauptaugenmerk für die nächsten Monate liegt auf dem Ausbau der barrierefreien Führungen und Angebote, der in Rücksprache mit Gästeführern und Partnern sowie den Sozialverbänden in Celle erfolgt. Auch ein barrierefreier Stadtplan wird im Zuge dieses Vorhabens erstellt. Zudem steht der Ausbau von klimafreundlichen Mobilitätsangeboten auf dem Plan. Darüber hinaus wird weiter an der Entwicklung von Nachhaltigkeitsangeboten für die Besucherinnen und Besucher zusammen mit unseren Partnern gearbeitet.

Herzlichen Dank, Herr Behre, für das Gespräch!

Weiterführende Informationen

Deutscher Tourismusverband e.V. (Hrsg.), gefördert durch das Bundesumweltministerium, unter Mitarbeit des Bundesamts für Naturschutz und der BTE Tourismus- und Regionalberatung, Praxisleitfaden Nachhaltigkeit im Deutschlandtourismus – Anforderungen, Empfehlungen, Umsetzungshilfen, 1. Aufl., Berlin 2016. Download unter: www.deutschertourismusverband.de/themen/nachhaltiger-tourismus.html

Tourismusstrategie und weitere Unterlagen unter: Celle Tourismus und Marketing GmbH, Celle ist zertifiziert – Nachhaltiger Städteurlaub mit Weitblick, o. J. Download unter: www.celle-nachhaltig.de



KHAI-NHON BEHRE

Celle Tourismus und Marketing GmbH

Seit 2005 ist Khai-Nhon Behre bei der Celle Tourismus und Marketing GmbH (CTM) beschäftigt. Er erfüllt wesentliche Aufgaben als Referent der Geschäftsleitung, als Nachhaltigkeitsbeauftragter und im Bereich Projektmanagement. Nach seinem Diplom in den Fachgebieten Geographie und Landschaftsökologie an der Universität Hannover arbeitete er in einem Büro für Umweltplanung und sammelte wichtige Erfahrungen als ehrenamtlicher Mitarbeiter beim Bund für Umwelt und Naturschutz Deutschland e. V. (BUND).

EXKURS > Zertifizierung von nachhaltigen Destinationen

Zertifizierungen im Tourismus sind ein wichtiges und intensiv diskutiertes Thema, seitdem es das Bemühen gibt, den Tourismus umwelt- und klimafreundlicher, insgesamt nachhaltiger zu gestalten. Mittlerweile ist die Vielzahl an Auszeichnungen nicht leicht zu überblicken, alleine in Deutschland gibt es 33 Zertifikate mit 43 unterschiedlichen Zertifizierungssystemen, die eine große Bandbreite von touristischen Unternehmen und Organisationen in irgendeiner Form für ihre Nachhaltigkeit oder ihre Umweltfreundlichkeit auszeichnen. Die Mehrheit davon zertifiziert, wie auch in allen anderen Ländern, Unterkünfte.

Eine Standortbestimmung der Destination via Zertifizierung ist ungleich komplexer und durch die unterschiedlichen beteiligten Anbieter und Organisationen, die in der Gesamtheit erst die Destination ausmachen, auch systematisch schwieriger. Allerdings ist sie für den Gast und seine Urlaubsent-scheidung wichtiger als eine einzelbetriebliche Zertifizierung. Daher halten auch die politischen und verbandlichen Bemühungen, ein ebenso seriöses wie aussagekräftiges System zu entwickeln, weiter an.

Wegweisende Zertifizierungssysteme in Deutschland

Neben sektorspezifischen Zertifizierungen, die parallel zu anderen Aspekten auch nachhaltigen Tourismus beinhalten, wie der Qualitätsoffensive Naturparke mit 71 ausgezeichneten Parkgebieten oder dem staatlichen Prädikat für

Kur- und Erholungsorte mit 384 zertifizierten Gemeinden, gibt es zwei relevante deutsche Zertifizierungen und einen europäischen Ansatz, der auch für Deutschland wichtig ist:

Viabono, eine Auszeichnung für umwelt- und klimafreundliches Reisen, wurde 2001 auf Initiative des Bundesumweltministeriums, des Umweltbundesamtes und mehrerer Spitzenverbände aus Tourismus und Umweltschutz gegründet. Viabono zeichnet neben Hotels und anderen Unterkünften auch Restaurants, Naturreise-Anbieter, Naturparks und Destinationen aus, wobei das Hauptaugenmerk eindeutig auf Unterkünften liegt. Aktuell sind nur zwei Destinationen, die Stadt Husum in Schleswig-Holstein und die Gemeinde Tannesberg in Bayern durch Viabono zertifiziert. Die Website von Viabono bietet derzeit keine Informationen über die Inhalte und den Zertifizierungsprozess bei Destinationen, im Gegensatz zur Transparenz bei den anderen Zertifizierungen dieses Anbieters [1].



*Label für nachhaltige
Tourismusdestinationen*

TourCert wurde 2009 von mehreren NGOs (KATE e.V., Tourism-Watch und Naturfreunde Internationale) und der Fachhochschule Eberswalde als Corporate Social

Responsability-Zertifizierung für Reiseveranstalter und Reisebüros gegründet. In einem umfassenden Pilotversuch in Baden-Württemberg wurde von 2014 bis 2016 das Zertifizierungssystem auf Destinationen ausgedehnt. Heute sind 13 Destinationen in Baden-Württemberg und Niedersachsen zertifiziert, weitere Zielgebiete in vier anderen Bundesländern befinden sich im Zertifizierungsprozess. Siehe Beitrag „Klimainsel Juist“ S. 40 [2]. Innerhalb der Destination liegt die Durchführung des Zertifizierungsprozesses federführend in den Händen der zentralen Anlaufstelle des Tourismus vor Ort, der Destinationsmanagement-Organisation (DMO). Dabei kann es sich um eine Kurverwaltung, eine städtische Tourismusmarketing-Organisation (siehe Beitrag Stadt Celle, S. 14) oder einen regionalen Tourismusverband handeln. Die DMO leitet den gesamten Zertifizierungsprozess und gewinnt Partnerbetriebe, die sich dem Nachhaltigkeitsprozess der Destination anschließen und sich nach außen als Teil des nachhaltigen Reiseziels präsentieren. Im Rahmen der Zertifizierung prüft die DMO die aktuelle Situation der Destination in Bezug auf Nachhaltigkeit, ermittelt Potenziale und Positionierungschancen und arbeitet konkrete Ansätze zur Umsetzung von Nachhaltigkeitsaspekten aus. Die DMOs sollen in die Lage versetzt werden, mit den Indikatoren nationale und internationale Benchmarks zu setzen und eine auf internationale Standards basierende Bewertung der nachhaltigen Entwicklung des Tourismus in der

Destination vornehmen zu können. Aktuell werden bei der TourCert-Destinations-Zertifizierung 58 Messindikatoren aus allen Nachhaltigkeitsdimensionen sowie den betriebsinternen Bereichen der DMO abgefragt und daraus elf Kernindikatoren abgeleitet. Die Indikatoren sind mit internationalen Kriterien abgestimmt: mit den GSTC (Global Sustainable Tourism Criteria) – entwickelt vom Global Sustainable Tourism Council, einer Organisation deren Mitglieder unter anderem die Welttourismusorganisation und andere UN Agenturen, NGOs, lokale Regierungen, Kommunen und Tourismusunternehmen sind – sowie mit dem ETIS (European Tourism Indicator System), einem von der Europäischen Kommission entwickelten System.

Internationale Kriterien und Standards

GSTC besteht aus 27 Kernindikatoren zum Messen, Managen und Fördern von Nachhaltigkeit. Klimarelevante Indikatoren beziehen sich beispielsweise auf die Anreise, Mobilität innerhalb der Destination, Klimawandelanpassung und die Energieverbräuche der Partnerbetriebe. ETIS ist kein eigentliches Zertifizierungssystem, sondern ein Indikatorenset zur Bewertung von nachhaltigem Tourismus auf Destinationsebene, das in mehreren Pilotphasen getestet und überarbeitet wurde. Es besteht aus einem Managementinstrument, einem Monitoring System mit 44 Indikatoren und einem aus den Daten generierten Informationset, das Entscheidungsträgern

Grundlagen für Maßnahmen zur nachhaltigen Tourismusentwicklung bieten soll. Klimaschutz ist hier keine eigene Kategorie, sondern in die Bereiche Mobilität und Energie mit insgesamt sieben Indikatoren integriert. ETIS basiert nicht auf einer reinen Datensammlung, sondern beginnt einen regionalen Prozess zur Bewusstseinsbildung durch die Einrichtung einer Stakeholder-Arbeitsgruppe, die gemeinsam an den Erhebungen der Indikatoren arbeitet.

Erfolgreiche regionale Netzwerke im Alpenraum

Zusätzlich erwähnenswert sind zwei kommunale Netzwerke, die in ihren Aufnahmekriterien an eine (Selbst-)Zertifizierung herankommen, allerdings nur im Alpenraum tätig sind: Das sind einerseits die Bergsteigerdörfer, die durch auf Bergsteiger abgestimmte Angebote sowie generelle Umweltschutzmaßnahmen einen sanften Tourismus betreiben [3]. Dieses Netzwerk wurde in Österreich gegründet und hat bislang mit der Gemeinde Ramsau bei Berchtesgaden und Sachrang im Chiemgau auch zwei Mitglieder in Deutschland. Speziell im Klimabereich aktiv sind derzeit 25 Urlaubsorte der Alpen, die gemeinsam das Netzwerk Alpine Pearls bilden und seit elf Jahren spezielle Angebote für einen Urlaub ohne eigenes Auto bei voller Mobilitätsgarantie vor Ort anbieten [4]. Diese beginnt bei der autofreien Anreise mit Bahn und Bus und garantiert vor Ort sanft-mobile Bewegungsfreiheit der Gäste mit Shuttlediensten, Wander- und Skibussen, Taxis,

Elektro-Autos, Fahrrädern und E-Bikes. Gäste- und Mobilitäts-Cards offerieren die kostenfreie Nutzung des öffentlichen Personennahverkehrs und komplettieren den Service umweltfreundlicher Mobilität.

Eine der Erkenntnisse der vergangenen Jahre ist, dass Zertifizierungen meist geringere Marketingeffekte haben als angenommen wird. Noch ist der „Labeldschungel“ für Konsumenten und Konsumentinnen zu dicht, noch werden in der Kommunikation explizit genannte Werte wie Klima- und Naturschutz, regionale Produkte, gesundes Leben häufig einfacher verstanden als eine Zertifizierung, die diese Werte beinhaltet. Nicht zu unterschätzen ist der Wert der Zertifizierungen jedoch als Managementinstrument zur konstanten Verbesserung der eigenen Umweltpformance. Labels wie TourCert oder Prozesse wie die Erarbeitung der Daten für ETIS bewirken durch die Partizipation verschiedener Stakeholder und der Bevölkerung neue Aufmerksamkeit und steigendes Engagement für mehr Klimaschutz und Nachhaltigkeit im Tourismus.

DR. CHRISTIAN BAUMGARTNER

Honorar Professor (FH) an der IMC Fachhochschule Krems, Mitglied im Zertifizierungsrat bei TourCert, Gründer der Firma „response & ability gmbh“

Quellenangaben

- [1] www.viabono.de
- [2] www.tourcert.org
- [3] www.bergsteigerdoerfer.de
- [4] www.alpine-pearls.com

DOMINIK HOSTERS, SILKE SCHWARZ

„KlimaTour Eifel“ – Klimaschutz und Tourismus sinnvoll kombiniert

Klimawandel und Klimaschutz gehören mit zu den größten Herausforderungen unserer Generation. Aufgrund der Komplexität der Thematik fehlen hierzu jedoch noch für viele Lebensbereiche umfassende Konzepte. Dies gilt auch für den Deutschlandtourismus, obwohl es bereits seit einigen Jahren klimaschonende Tourismusprojekte gibt.

Mit der Initiative „KlimaTour Eifel – Netzwerk Klimaschutz und Tourismus“ ist der Naturpark Nordeifel gemeinsam mit vielen regionalen Akteuren das Thema „Klimaschutz und Tourismus“ angegangen. Zu den regionalen Partnern zählten neben den Kreisen und Kommunen auch die Touristikverbände sowie etliche Tourismus-Betriebe. Ziel war die Information und Sensibilisierung der regionalen Akteure und der Eifelgäste sowie die Gestaltung von Produkten und Angeboten zur Vermeidung, Reduzierung und Kompensation

von Emissionen bei der Freizeitgestaltung vor Ort. Für den Naturpark bedeutete der Projektbeginn im Jahr 2013 nicht nur die Chance, verantwortungsbewusst mit dem Thema umzugehen, sondern auch, einen Wettbewerbsvorteil für die Region zu schaffen. Denn ein klarer Nachhaltigkeits-Trend zeichnete sich sowohl im Tourismusbereich als auch beim Konsum von Produkten ab und hält auch heute noch an. Für die Tourismusbranche in der Eifel sind dadurch ganz neue Perspektiven entstanden. Angesprochen werden vor allem Zielgruppen, die eine hohe Affinität zu aktiven Outdoorangeboten haben: junge Singles, Paare und aktive Best Ager. Nachhaltigkeitskriterien sind gerade diesen Zielgruppen besonders wichtig, das heißt sie sind sensibel und aufgeschlossen gegenüber Produkten und Angeboten, die nach umweltgerechten Gesichtspunkten entwickelt werden.

Als Naherholungsgebiet lädt der Rursee zum Segeln und Baden ein



Naturpark Nordeifel

Der Deutsch-Belgische Naturpark Hohes Venn – Eifel mit dem Naturpark Nordeifel e.V. erstreckt sich über eine Fläche von rund 2.700 Quadratkilometern in Nordrhein-Westfalen, Rheinland-Pfalz und Ostbelgien. Seine Landschaften sind vielfältig: das Hochmoor im belgischen „Hohen Venn“, Flüsse, Bäche sowie 15 Seen und Talsperren, die farbenprächtige Artenvielfalt in der Kalkeifel, weite und bewaldete Berghöhen der Hocheifel und die Ausläufer der Vulkaneifel. Mitten im Deutsch-Belgischen Naturpark liegt der Nationalpark Eifel, der einzige Nationalpark in Nordrhein-Westfalen [1].

Projektinitiative „KlimaTour Eifel“

Das Konzept zum Projekt „KlimaTour Eifel“ wurde im landesweiten Wettbewerb „Erlebnis. NRW – Die besten Ideen für Tourismus und Naturerlebnisse in NRW“ als förderfähiges Projekt ausgewählt. Die Europäische Union und das Ministerium für Wirtschaft, Energie, Industrie, Mittelstand und Handwerk des Landes Nordrhein-Westfalen sowie die StädteRegion Aachen und die Kreise Düren und Euskirchen förderten das Projekt [2]. Das lose Netzwerk aus verschiedenen regionalen Akteuren und Mitstreitern wurde vom Projektmanagement des Naturpark Nordeifel koordiniert. Während der Projektphase (von 2013 bis 2016) gab es regelmäßige Abstimmungstermine mit den Beteiligten, so dass das Projekt erfolgreich beendet werden konnte.

Projektziel: kleiner CO₂-Fußabdruck für den Urlaub in der Eifel!

Die „KlimaTour Eifel“ hatte zunächst die Aufgabe, Teilschritte für die Umsetzung des Projekts zu formulieren:

- informieren und sensibilisieren über Klimawandel und Klimaschutz im Zusammenhang mit dem Naturerlebnis in der Eifel;
- Emissionen vermeiden, z. B. durch An- und Abreise mit der Bahn statt mit dem Auto;
- unvermeidbare Emissionen durch Ausgleichsmaßnahmen kompensieren (Ausgleichsmaßnahmen sind

gut, sollten aber keinen Anreiz geben, den Blick auf andere Emissionsquellen zu vernachlässigen);

- buchbare klimafreundliche touristische Angebote entwickeln und vermarkten.

Dabei sollten verschiedene Maßnahmenbereiche beachtet werden:

- Vernetzung der regionalen Akteure;
- Schaffung von Kompensationsangeboten in der Eifel;
- Klimaschutz-Portal für den Besuch in der Eifel;
- Entwicklung der Regionalmarke EIFEL;
- Qualifizierung von klimafreundlichen Eifel-Gastronomie- und Übernachtungsbetrieben;
- klimafreundliche An- und Abreise sowie Mobilität vor Ort mit Bus und Bahn;
- Informationskampagnen zur Sensibilisierung der touristischen Akteurinnen und Akteure;
- Identifikation von Klimaschutzpotenzialen im Tourismus der Eifel.

Auf der Basis dieser Schritte und Maßnahmen wurde dann eine Infrastruktur für klimafreundliche Natururlaube geschaffen. Seit Sommer 2014 können Gäste sogar ein Komplettpaket für einen klimaschonenden Aufenthalt bei den regionalen Touristischen Arbeitsgemeinschaften – Nordeifel Tourismus GmbH, Rureifel-Tourismus e.V., Monschauer Land Touristik e.V. – buchen.

Die Regionalmarke EIFEL auf Tour



Das umweltfreundliche Tourismuspaket von „KlimaTour Eifel“ setzt auf verschiedene nutzerfreundliche Schwerpunkte. Dazu zählen zum Beispiel ein CO₂-Rechner, ein umfangreiches Mobilitätsangebot, ein Netz klimafreundlicher Gastgeber sowie Angebote für die Freizeitaktivitäten Wandern und Radfahren.

Reisen mit dem CO₂-Rechner klimafreundlich planen

Ein CO₂-Rechner auf der Internetseite von „KlimaTour Eifel“ ermöglicht klimabewussten Gästen, die Höhe ihrer klimaschädlichen Emissionen zu errechnen: solche, die durch die An- und Abreise sowie solche, die während ihres Aufenthaltes entstehen. Interessierte können hier sehr einfach vergleichen, welche Emissionen die eigene Reise verursacht, je nachdem ob ein Pkw, ein Motorrad, der öffentliche Personennahverkehr (ÖPNV) oder gar ein Flugzeug benutzt wurde. Wählt man als Unterkunft einen Betrieb aus der ebenfalls auf der CO₂-Rechner-Seite hinterlegten Liste der „Klimafreundlichen Gastgeber aus der Eifel“ aus, können auch die für die Übernachtung entstehenden CO₂-Emissionen hinzugerechnet werden.

Der CO₂-Rechner gibt einen schnellen Überblick, wie eine Reise möglichst CO₂-arm geplant werden kann (www.klimatour-eifel.de/co2-rechner)

Neben der Berechnung der CO₂-Emissionen gibt es auf der Homepage zusätzliche Einspartipps, die komprimiert zeigen, was jede und jeder Einzelne bei Urlaubsreisen beachten kann, um die eigenen Emissionen so gering wie möglich zu halten:

1. Urlaub vom Auto: ohne Stress und Stau anreisen.
2. Umsteigen auf Busse und Bahnen: Mit dem Gäste-Ticket flexibel unterwegs ohne Parkplatzsuche und -gebühr!
3. Den Urlaub nah an sich heranlassen: Auch die Eifel hat was zu bieten.
4. Engagement belohnen: klimafreundliche Unterkünfte und Betriebe mit Umweltsiegel wählen.
5. Wandern, Radeln oder Paddeln ermöglichen ein echtes Naturerlebnis und viele authentische Begegnungen am Wegesrand.
6. Mal richtig abschalten: elektrischen Geräten, wie dem Handy, einfach mal eine Pause gönnen. Genießen Sie die Natur und Fernblicke in der Eifel.
7. Regionales Essen auf dem Teller: nicht in die Ferne schweifen! Produkte der Regionalmarke EIFEL besitzen eine bessere Energie- und CO₂-Bilanz.
8. Verantwortung übernehmen: warum nicht den CO₂-Ausstoß der Urlaubsreise ausgleichen?

Jeder Tipp ist mit konkreten Hinweisen hinterlegt, z. B. zu Verkehrsverbünden, Sehenswürdigkeiten, Gastbetrieben etc. Der Weg zu einer „klimaneutralen Reise“ kann so in drei Stufen erfolgen. In der ersten Stufe wird die Ermittlung der CO₂-Bilanz vorgenommen. Der zweite Schritt sieht vor, die CO₂-Emissionen deutlich zu verringern. Im dritten Schritt können Emissionen, die nicht weiter zu reduzieren sind, anderweitig kompensiert werden. Dies geht über einen finanziellen Beitrag, der in ausgewählte Klimaschutzprojekte fließt; der CO₂-Rechner bietet eine entsprechende Kompensationsmöglichkeit an. Hier werden insbesondere Klimaschutzprojekte unterstützt, die die Speicherfähigkeit von Böden erhöhen und so in den Projektregionen spürbare ökologische, aber auch soziale und ökonomische Verbesserungen erzielen.

Urlaub heißt auch: Urlaub vom Auto

Der Aspekt der Mobilität spielt eine zentrale Rolle in der nachhaltigen Tourismusbranche. Denn bei der Betrachtung der vom Naturpark erhobenen

CO₂-Rechner für Ihre An- und Abreise

PKW/Motorrad ÖPNV Flugzeug Hotel CO₂-Emissionen

▼ Fahrt mit dem Auto 0,00 g

Startort

über

Zielort

Strecke km

Kraftstoff Benzin

Kraftstoff-Verbrauch 10 l/100 km

Fahrt Hinfahrt

▼ Fahrt mit dem Motorrad 0,00 g

0,00 g + 0,00 g + 0,00 g + 0,00 g = 0,00 g

(PKW/Motorrad) (ÖPNV) (Flugzeug) (Hotel)

Umwelt-Tipp

Erläuterungen und Erfahrungswerte

powered by COOL

250.000 t CO₂e*/Jahr



Der CO₂-Fußabdruck Tourismus in der Nordeifel aus dem Jahr 2013

Emissionswerte fiel auf, dass ein Großteil der Emissionen auf die Anreise bzw. auf die Fortbewegungsart am Urlaubsort zurückzuführen ist. In diesem Bereich sah man in der Naturparkregion definitiv Verbesserungspotenzial und -bedarf. Es

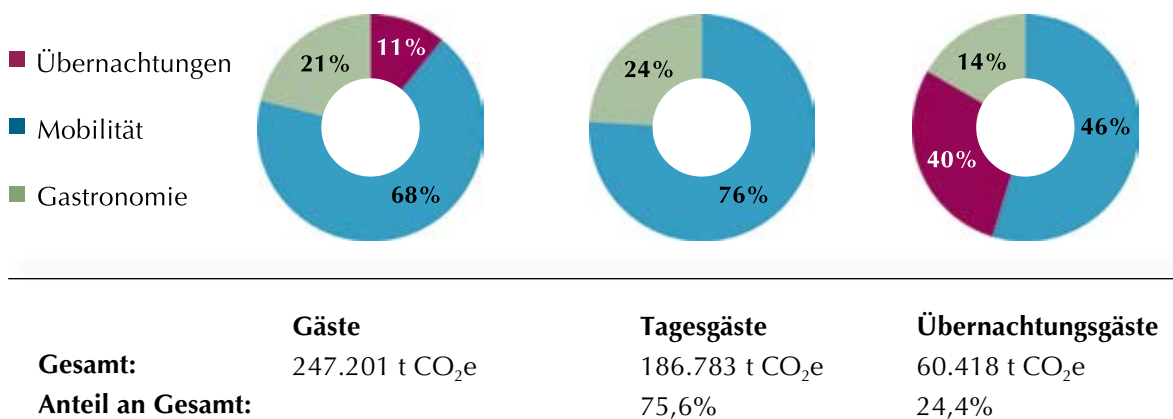
sollten abwechslungsreiche Angebote für Urlaubsgäste und Tagesreisende entstehen, um die Anreise an den Urlaubsort zu erleichtern und ein umweltschonendes Reisen vor Ort möglich zu machen. Auch hier wurde das Unternehmen, das den „KlimaTour Eifel“-CO₂-Rechner entwickelt hat, beratend hinzugezogen, um weitere Möglichkeiten zur Reduktion und Kompensation aufzuzeigen. Die vorgeschlagenen Projekte zielten auf die Verringerung des Individualverkehrs, die Akzeptanzsteigerung des öffentlichen Personennahverkehrs und die Vermittlung von Mitfahrgelegenheiten ab.

Einige der umgesetzten Ideen können von den Gästen sogar kostenfrei genutzt werden, wie beispielsweise das Gästeticket für Übernachtungsgäste und das damit verbundene kostenlose ÖPNV Angebot.

Mit dem Gästeticket sind Übernachtungsgäste kostenfrei mobil

Im Rahmen des Projektes regte der Naturpark Nordeifel im Jahr 2013 die Einführung eines Gästetickets an. Großes Ziel war, dem Auto eine Pause zu gönnen und so einen ressourcenschonenden Umgang während des Aufenthaltes in der Naturerlebnisregion Eifel zu fördern. Der erste Ansatz des Naturparks sah vor, Mehrtagestouristen mit mindestens einer Übernachtung die Fahrtberechtigung im ÖPNV über ein Gästeticket zu ermöglichen. Auf dieser Basis fanden erste Abstimmungsgesprä-

Tages- und Übernachtungsgäste hinterlassen unterschiedliche CO₂-Fußabdrücke (Datengrundlage: CO₂OL im Auftrag des Naturparks Nordeifel 2013)



che mit dem Verkehrsverbund Rhein-Sieg GmbH (VRS), dem Aachener Verkehrsverbund GmbH (AVV), der StädteRegion Aachen, den Kreisen Düren und Euskirchen, der Nordeifel Tourismus GmbH sowie dem Nationalpark Forstamt und dem Naturpark statt. Die Gespräche ergaben ein großes Interesse daran, ein solches Ticket möglichst in allen drei Gebietskörperschaften einzuführen. Außerdem sollte es nicht nur auf das Verbundgebiet des VRS beschränkt, sondern als Ticket für beide Verbünde (VRS und AVV) angeboten werden, um den Gästen verbundraumüberschreitende Fahrten zu ermöglichen. Der AVV kalkuliert, dass jeder Übernachtungsgast zusätzlich zu seinen Übernachtungskosten ungefähr einen Euro für die kostenlose Nutzung des ÖPNV bezahlen müsste. Der übliche Zuschlag für TaxiBusse sowie für Fahrradtickets musste allerdings auch bei der Nutzung des Gästetickets erhalten bleiben. TaxiBusse sind Taxis, die das ÖPNV-Angebot auf wenig genutzten Strecken bzw. zu ungünstigen Uhrzeiten ergänzen. Sie fahren wie der ÖPNV bestimmte Buslinien ab, müssen jedoch wie Taxis vorbestellt werden [3].

Zur Bekanntmachung und Diskussion der Idee lud der Naturpark Nordeifel interessierte Übernachtungsbetriebe zu einer Informationsveranstaltung ein. Aufgrund der insgesamt positiven Rückmeldungen aller Beteiligten folgten schließlich der Entschluss der Gesellschafterversammlung der Nordeifel Tourismus GmbH zur Einführung des „GästeTickets“, die Vorbereitung der vertraglichen Regelungen zwischen VRS und Nordeifel Tourismus GmbH sowie zwischen den teilnehmenden Übernachtungsbetrieben „Klimafreundliche Gastgeber“ und der Nordeifel Tourismus GmbH. Außerdem musste die Art des Tickets, z. B. elektronisches Ticket, abgestimmt werden. Am Ende stand das Ziel, neben den Kosten für das Marketing und die technischen Lösungen keinerlei weitere Kosten für die Nordeifel Tourismus GmbH entstehen zu lassen. Die Marketingmaßnahmen zur Bewerbung des GästeTickets konnten über Fördermittel der Nordeifel Tourismus GmbH im Rahmen des Projektes „KlimaTour Eifel“ finanziert werden. Bei der Einführung des GästeTickets zum 1. Januar 2014 konnten Gäste das kostenlose Ticket zunächst über Probetriebe erhalten. Insgesamt 18 Betriebe mit 220 Betten beteiligten sich an der Pilotphase des Projektes.

Es stellte sich die Frage, welche Auswirkungen das GästeTicket auf die bestehenden TaxiBus-Linien haben würde. Dies wurde, ebenso wie das Konzept der Preisgestaltung, während des Pilotbetriebes im Jahr 2014 im Rahmen einer kreisweiten Befragung untersucht. Die Ergebnisse waren für alle Beteiligten positiv, beeindruckend und motivierend. So waren die Inhaber von GästeTickets im Durchschnitt als Kleingruppe mit drei Personen unterwegs und hielten sich sechs Nächte in der Region auf – also doppelt so lange wie der durchschnittliche Gast in der Eifel. In den Vordergrund des Aufenthaltes stellten die Befragten die Themen Aktivität, Familienurlaub, Ruhe und Entspannung. Tatsächlich genutzt wurde das GästeTicket an durchschnittlich einem Drittel der Urlaubstage. Bevorzugte Ziele waren mit über 50 Prozent der Fahrten innerhalb der Eifel zu erreichen, aber auch Fahrten nach Köln, Bonn oder Aachen zählten zu den häufig genutzten Strecken. 95 Prozent der Nutzerinnen und Nutzer des GästeTickets gaben an, mit dem Angebot sehr zufrieden oder zufrieden zu sein. Die Ergebnisse zeigten auch, dass die Befürchtungen eines geringeren Nutzens der TaxiBusse unbegründet waren.

Das kostenlose GästeTicket bedeutet einen großen Schritt in Richtung umweltfreundliches Reisen. Übernachtungsgäste können so viel mit dem Bus oder der Bahn an einem Tag fahren, wie sie möchten, und dabei ein breit aufgestelltes touristisches Angebot nutzen, da der Geltungsbereich des Tickets zwei komplette Verkehrsverbünde, den AVV und den VRS, umfasst. Auch einige Jahre nach seiner Einführung ist das GästeTicket sehr beliebt. Das GästeTicket wurde durch Rabatte auf Eintrittspreise für Sehenswürdigkeiten und Freizeiteinrichtungen ergänzt und ist seit 2016 als sogenannte GästeCard Erlebnisregion Nationalpark Eifel erhältlich [4].

Ergänzend fährt der sogenannte Nationalpark-Shuttle mehrmals täglich vom Bahnhof Kall ins Zentrum des Nationalparks Eifel, um auch Tages-touristen ohne GästeTicket bzw. GästeCard eine klimaschonende Anreise per ÖPNV zu ermöglichen [5]. Für zusätzliche Mobilität vor Ort sorgt auch der Eifelsteig Wanderbus, der inzwischen von Anfang April bis Ende Oktober viermal am Tag die Etappen- und Zwischenziele des Premiumwanderweges anfährt [6].



Der Nationalpark-Shuttle pendelt täglich zwischen Kall und Vogelsang

Kleiner CO₂-Fußabdruck durch aktiven Klimaschutz der Gästebetriebe

„Klimafreundliche Gastgeber“ helfen beim CO₂-Einsparen

Zahlreiche Übernachtungsbetriebe in der Region Nordeifel reduzieren aktiv die CO₂-Emissionen. Dies kann beispielsweise durch die Installation einer Solar- oder Photovoltaik-Anlage, bauliche Dämmmaßnahmen, LED-Beleuchtung oder den Konsum von regionalen Produkten erfolgen. Auf der Homepage des Projektes „KlimaTour Eifel“ werden diese Betriebe als „Klimafreundlicher Gastgeber“ gelistet. Für die Qualifizierung zum „Klimafreundlichen Gastgeber“ muss eine Übersicht – ähnlich der Effizienztablette für den Kühlschrank – erstellt werden.

Grundbestandteil für die Auszeichnung ist die CO₂-Bilanzierung der Betriebe über Viabono (siehe auch Exkurs „Zertifizierung von nachhaltigen Destinationen“, S. 26). So wird eine nachhaltige und umweltgerechte Betriebsführung garantiert. Viabono ist ein Zertifikat, das klima-, umwelt- und gästeorientierten Deutschlandtourismus vereint. Es zeichnet Gastgewerbebetriebe aus, die nachweislich umwelt- und klimafreundlich wirtschaften. Es konzentriert sich auf die Bereiche Abfall, Wasser, Lebensmittel sowie auf Energie und Klima. Durch

„Klimafreundliche Gastgeber“ in der Eifel

Bäckerei Heinen – Café „Die Ähre“
1,47 kg CO₂ / Gedeck
Gesamt: 23,51 t CO₂ / Jahr

Eifel-Camp****
3,04 kg CO₂ / Übernachtung
Gesamt: 303,60 t CO₂ / Jahr

Eifel-Chalet - Ferienhaus "Schwarzstorch" F****
2,26 kg CO₂ / Übernachtung
Gesamt: 1,85 t CO₂ / Jahr

Eifel-Chalet - Ferienhaus "Biber" F****
3,03 kg CO₂ / Übernachtung
Gesamt: 1,09 t CO₂ / Jahr

Ferienhaus für Alle F****
3,35 kg CO₂ / Übernachtung
Gesamt: 5,85 t CO₂ / Jahr

Ferienwohnung "Immengarten" F****
3,59 kg CO₂ / Übernachtung
Gesamt: 1,54 t CO₂ / Jahr

Ferienwohnungen "Margarethenhof" F****
13,35 kg CO₂ / Übernachtung
Gesamt: 98,88 t CO₂ / Jahr

Landhotel Kallbach 4****
17,6 kg CO₂ / Übernachtung
Gesamt: 297,57 t CO₂ / Jahr

Umweltkennziffern können Betriebe verglichen werden. Es erfolgt eine einfache Einstufung der CO₂-Emissionen nach Effizienzklassen (A bis F). So soll für Gäste möglichst schnell erkennbar sein, wie hoch die durchschnittlichen Emissionswerte je Übernachtung pro Gast bei den einzelnen Betrieben liegen. Ein weiterer Pluspunkt für Gäste und Klima sind die kurzen Transportwege für regionale Produkte. Dadurch werden Emissionen vermieden und die Frische der Produkte gewährleistet.

Die Teilnahme am GästeTicket war für alle Übernachtungsbetriebe einfach durchzuführen: Die Betriebe kalkulieren einen kleinen Zuschlag in den Übernachtungspreis ein, der an die Verkehrsverbünde VRS und AVV gezahlt wird. Da die Gäste bereits vor ihrer Anreise das Ticket als PDF-Datei per E-Mail gesendet bekommen, kann es ausgedruckt bereits für die Anreise genutzt werden.

Übernachtungsbetriebe verpflichten sich bei Einführung des GästeTickets, einen Betrag von aktuell 1,30 Euro pro Gast zu erheben, um die Kosten für das Ticket zu decken. Davon gehen

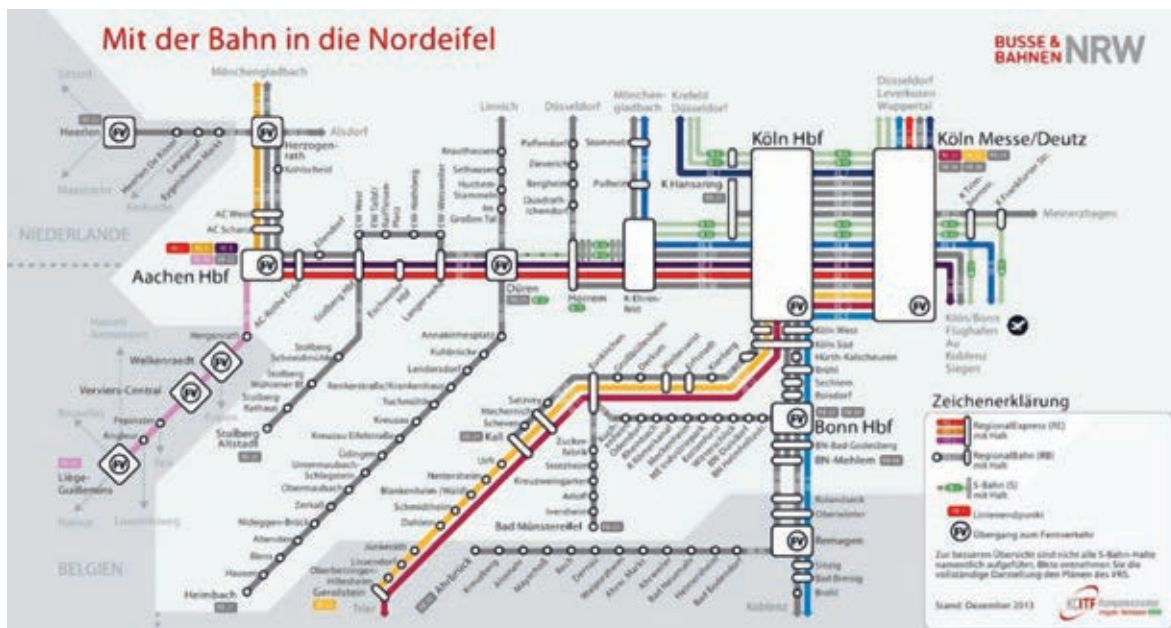
1,20 Euro an die beiden Verkehrsverbünde und 0,10 an die Nordeifel Tourismus GmbH. Beteiligten können sich alle Betriebe, die pro Gast und Übernachtung einen Mindestübernachtungspreis – reiner Übernachtungspreis ohne weitere Leistungen wie z. B. Frühstück – von 19 Euro erheben. Wenn mindestens zwei Gäste ein Zimmer bzw. eine Ferienwohnung nutzen, so ist ein Mindestübernachtungspreis pro Nacht von 29 Euro zu erheben. Die Abrechnung für das GästeTicket erfolgt in Kooperation mit der Nordeifel Tourismus GmbH und den Beherbergungsbetrieben.

Flexibel wandern dank ÖPNV und Eifelsteig-Wanderbus

Das öffentliche Verkehrsmittelangebot, das auch durch die Gastgeber unterstützt wird, ist breit aufgestellt und wird unter anderem über die Internetseite von „KlimaTour Eifel“ vermarktet. Dazu werden Busse und Bahnen sowie Fernbusse zusammen

Geltungsbereich des GästeTickets bzw. der GästeCard





Anbindungen aus Bonn, Köln und Aachen

mit den verfügbaren Strecken und den Fahrplanauskünften aufgeführt. Mit der Bahn geht es von Köln/Bonn nach Euskirchen, Mechernich, Kall, Nettersheim, Blankenheim-Wald oder Dahlem, von Düren mit der Rurtalbahn nach Kreuzau, Nideggen oder Heimbach. Von Pödingen bis Allerheiligen bringt die Oltalbahn Besucher an Sonn- und Feiertagen vom Bahnhof Kall in die Orte Gemünd, Schleiden und Hellenthal. An einigen Tagen im Jahr können Gäste Zulpich und Euskirchen mit dem Eifel-Bördeexpress aus Richtung Düren erreichen. Die zusätzlich vorhandenen Buslinien können auch als Wanderbusse genutzt werden [7].

Radeln einfach gemacht: Rad- und Wanderbahnhöfe

19 Bahnhöfe in der Nordeifel wurden speziell rad- und wanderfreundlich eingerichtet und bieten Nutzerinnen und Nutzern nun neben touristischen Informationen in Form von Übersichtskarten über die Rad- und Wandermöglichkeiten in Bahnhofsnähe auch einen direkten Zugang zu verschiedenen Rad- und Wanderwegen. Der Einstieg ins Wanderroutennetz wird über Zubringermarkierungen, der zu den Radwegen über Zubringerplaketten geleitet. Mit einer fest im Boden verankerten Luftpumpe können Fahrräder bei Bedarf

wieder flott gemacht werden. Eine bequeme Wanderbank lädt zum Verschnaufen, ein Design-Fahrradständer zum Abstellen des Fahrrads ein.

Praktische Tourentipps sind auf der Internetseite www.radundwanderbahnhöfe-eifel.de erhältlich. Zudem gibt es dort zusätzliche Informationen über alle Rad- und Wanderwegen, die von den Bahnhöfen in der Nordeifel aus erreichbar sind. Mehrere praktische kostenlose Pocketguides liefern Tourenvorschläge zum Radfahren und Wandern [8].

Analoge und digitale Öffentlichkeitsarbeit

Um die Projektinitiative und einzelne Maßnahmen zu präsentieren, hat das Projektmanagement unterschiedliche Medien erstellt, z. B. ein sechsseitiges Faltblatt. Eine einfache, kostengünstige und sehr wirksame Lösung zur Werbung war auch eine Postkarte zum Thema „Klimaschutz und Tourismus“ mit Einspar Tipps und einem Hinweis auf die Internetseite. Darüber hinaus haben die Touristischen Arbeitsgemeinschaften im weiteren Projektverlauf eigenes Material wie z. B. Faltblätter, Anzeigen usw. für ihre Gebiete bzw. Angebote entwickelt. Alle Printprodukte werden klimafreundlich gedruckt und die restlichen Emissionen des Druckes kompensiert. Ein Logo und einer kleiner Text sollen zur Sensibilisierung für dieses Thema beitragen.



Postkarten zur Projektinitiative „KlimaTour Eifel“

Zur Einführung des GästeTickets bzw. der Gästecard wurden neben einem Faltblatt auch ein Plakat sowie ein großes Banner entwickelt. Die Plakate werden öffentlichkeitswirksam in Räumlichkeiten, aber auch in Bussen der Verkehrsbetriebe sowie touristischen Einrichtungen wie Tourist-Infos, Naturzentren oder Nationalpark-Toren aufgehängt. Außerdem gibt es ein Piktogramm, mit dem die Touristiker, aber auch die teilnehmenden Betriebe für das Angebot werben können.

Die Internetpräsenz www.klimatour-eifel.de dient als zentrales Werbe- und Informationsmedium der klimafreundlichen Naturerlebnisregion Eifel. Hier können sich Urlauberinnen und Urlauber, aber auch Bürgerinnen und Bürger der Eifelregion über alles Wissenswerte zum kli-

mafrendlichen Tourismus in der Eifel informieren. Auch die Ergebnisse der „CO₂e-Bilanz für den Tourismus in der Eifel“ [9] sowie der Besucherbefragung zur „Akzeptanz von Windkraftanlagen in der Eifel“ [10] können heruntergeladen werden. Die Internetseite wird als wichtigstes und nachhaltigstes Informationsmedium angesehen. Das Webhosting wird CO₂-neutral betrieben.

Fazit und Ausblick

Nach einem erlebnisreichen Wandertag in der klimafreundlichen Unterkunft die Seele baumeln lassen, Apfelsaft von Eifeler Streuobstwiesen und Ge-



Piktogramme zur Nutzung durch die beteiligten Betriebe

richte aus Produkten der Regionalmarke EIFEL probieren, dem Rauschen der Rur lauschen, mit dem Rad die Gegend erkunden und das Wanderpicknick genießen, zusammengestellt aus regionalen Produkten: In den vergangenen Jahren wurden im Rahmen der Initiative „KlimaTour Eifel“ die Infrastruktur und die Angebote für unvergessliche klimafreundliche Natururlaube geschaffen. Als Naturerlebnisregion ist die Eifel mittlerweile deutschlandweit bekannt und beliebt. Bei kooperierenden Gastgeberinnen und Gastgebern sind Klima- und Umweltschutz in die Unternehmensphilosophie integriert, und viele Übernachtungsbetriebe bieten ihren Gästen die kostenfreie ÖPNV-GästeCard der Erlebnisregion Nationalpark Eifel an. Die umfangreichen öffentlichen Mobilitätsangebote, die vor Ort und zur Anreise genutzt werden können, tragen erfolgreich dazu bei, den Individualverkehr vor Ort zu verringern. Zusammenfassend ist festzuhalten, dass die zahlreichen Vorteile des GästeTickets bzw. der GästeCard einen Mehrwert für Urlauberinnen und Urlauber bieten und die Attraktivität der gesamten Ferienregion Eifel erhöhen. Auch die Einheimischen profitieren von den umweltfreundlichen Verkehrskonzepten, und die Verkehrsverbünde verzeichnen positive Ergebnisse und Bilanzen.

Die an die Initiative „KlimaTour Eifel“ anknüpfende Maßnahme „Klimafitnessprogramm für Tourismusziele in der Erlebnisregion Nationalpark Eifel“ ist ein Kooperationsprojekt mit der EnergieAgentur.NRW und den Touristischen Arbeitsgemeinschaften in der Nordeifel. Es sollen nun auch touristische Betreiber von Freizeit- und Ausflugszielen mit ins Boot geholt werden. Angesprochen sind Akteure aus dem Freizeit- und Tourismusbereich, also zum Beispiel Freizeitparks, Museen, Schlösser und historische Attraktionen, Bäder- und Wellnessbetriebe, Schifffahrt, Liftbetreiber oder Gewerbe- und Handwerksunternehmen mit Gästekontakt. Gemeinsam mit diesen Akteuren entwickeln Expertinnen und Experten der EnergieAgentur.NRW vor Ort konkrete Lösungsansätze für eine Verbesserung der Energieeffizienz und somit auch der Klimabilanz. Der Blick auf den Energieverbrauch soll dabei immer eng verbunden sein mit dem Blick auf die Kosten. Wenn beides stimmt, könnten die Teilnehmerinnen und Teilnehmer des „Klimafitnessprogramms“ einen aktiven Beitrag zum Klimaschutz leisten und das nachhaltige touristische Angebot in ihrer Region komplettieren. Das „Klimafitnessprogramm“ ist ein weiteres Beispiel dafür, dass die Thematik Klimaschutz im Tourismus der Eifel etabliert ist und die wichtige Bedeutung für die Zukunftsfähigkeit erkannt wurde. ■

Quellenangaben

[1] Nordeifel Tourismus GmbH (Hrsg.), Naturpark Nordeifel, o.J. Download unter: www.nordeifel-tourismus.de/aktiv-natur/natur-erleben/naturpark-nordeifel/

[2] Naturpark Nordeifel e.V. im Deutsch-Belgischen Naturpark Hohes Venn - Eifel (Hrsg.), KlimaTour Eifel – Netzwerk Klimaschutz und Tourismus, o.J. Download unter: www.klimatour-eifel.de/klimatour-eifel-netzwerk-klimaschutz-und-tourismus/

[3] Regionalverkehr Köln GmbH, TaxiBus – Ergänzung zum regulären Linienverkehr, o.J. Download unter: www.rvk.de/startseite/fahrplanauskunft/besondere-fahrangebote/taxibus-info.html

[4] Destinations-Management-Organisationen in der Erlebnisregion Nationalpark Eifel (Hrsg.), GästeCard Erlebnisregion Nationalpark Eifel, 2018. Download unter: www.nordeifel-tourismus.de/fileadmin/content/Broschueren/GC-Flyer-2018.pdf

[5] Nationalparkverwaltung Eifel, Busverkehr vor Ort, o.J. Download unter: www.nationalpark-eifel.de/go/eifel/german/Anreise__und__Unterkunft/Busverkehr_vor_Ort.html

[6] Nordeifel Tourismus GmbH (Hrsg.), Eifelsteig-Wanderbus, o.J. Download unter: www.nordeifel-tourismus.de/aktiv-natur/wandern/eifelsteig-wanderbus/

[7] Naturpark Nordeifel e.V. im Deutsch-Belgischen Naturpark Hohes Venn - Eifel (Hrsg.), Mobilität, o.J. Download unter: www.klimatour-eifel.de/mobilitaet/

[8] Nordeifel Tourismus GmbH (Hrsg.), Download von Broschüren der Nordeifel Tourismus GmbH, o.J. Download unter: www.nordeifel-tourismus.de/topnav/downloads/

[9] KlimAktiv gemeinnützige Gesellschaft zur Förderung des Klimaschutzes mbH, und SynergieKomm, Agentur für Nachhaltigkeit und Innovation, im Auftrag von Naturpark Nordeifel e.V. im Deutsch-Belgischen Naturpark Hohes Venn – Eifel, CO₂e-Bilanz für den Tourismus in der Nordeifel und Ableitung von Handlungsempfehlungen, 2013. Download unter: www.klimatour-eifel.de/klimatour-eifel-netzwerk-klimaschutz-und-tourismus/co2e-bilanz-fuer-den-tourismus-in-der-nordeifel/

[10] IfR Institut für Regionalmanagement, im Auftrag von Naturpark Nordeifel e.V. im Deutsch-Belgischen Naturpark Hohes Venn - Eifel, Besucherbefragung zur Akzeptanz von Windkraftanlagen in der Eifel, 2012. Download unter: www.klimatour-eifel.de/klimatour-eifel-netzwerk-klimaschutz-und-tourismus/besucherbefragung-von-akzeptanz-von-windkraftanlagen-in-der-eifel/



DOMINIK HOSTERS

Geschäftsführer
Naturpark Nordeifel e. V.

Dominik Hosters stammt aus Arnsberg im Sauerland. Studium der Geographie an der Rheinischen Friedrich-Wilhelms-Universität Bonn. In seiner Diplomarbeit befasste er sich mit Trekkingplätzen in Naturparks. Seit April 2013 ist er als Projektmitarbeiter, seit April 2016 als Geschäftsführer beim Naturpark Nordeifel e.V. im Deutsch-Belgischen Naturpark Hohes Venn – Eifel beschäftigt. Zudem ist er Vorsitzender des outdoor-seiten.net e.V. – Verein für Outdoorsport und Naturschutz.

SILKE SCHWARZ

Werkstudentin des
Naturparks Nordeifel

Studentin der Geographie B.Sc.
an der Rheinischen Friedrich-
Wilhelms-Universität Bonn.

EXKURS > „KlimaInsel Juist“

Ein moderner, erfolgreicher Tourismus wird ein CO₂-armer Tourismus sein. Dies ist eines der erklärten Ziele des Projektes „KlimaInsel Juist – Juist auf dem Weg zur klimaneutralen Insel“, das die Gemeindeverwaltung 2010 startete. Mit zahlreichen Maßnahmen und Aktionen, in denen Klimaschutz und Tourismus miteinander verknüpft werden, hat Juist seitdem sein Image als klimafreundliche Insel kontinuierlich weiter ausgebaut. Dabei setzt die Inselgemeinde auf eine breite Beteiligung: Neben der Inselbevölkerung und den Urlaubsgästen werden insbesondere auch die Tourismusbetriebe (Vermiet- und Gastronomiebetriebe) zu Klimaschutzaktivitäten motiviert.

Sensibilisierung der Inselbevölkerung, Urlaubsgäste und Tourismusbetriebe

Die Tourismusbranche ist als größter Wirtschaftszweig auch für den größten Anteil der CO₂-Emissionen auf der Insel verantwortlich. Gestartet mit zahlreichen kostenfreien Energieberatungen im Jahr 2010 sowie der Möglichkeit, jährlich kostenlos einen CO₂-Fußabdruck mithilfe eines Onlinetools zu erstellen, werden Vermiet- und Gastronomiebetriebe in die Umsetzung der ehrgeizigen Klimaschutzziele

eingebunden. Bisher haben rund die Hälfte aller Tourismusbetriebe einen aktuellen CO₂-Fußabdruck erstellt und sind dadurch Teil des „KlimaInsel Juist“-Projekts. Die teilnehmenden Betriebe erhalten eine Urkunde, Aufkleber sowie ein entsprechendes Logo für ihre Werbung.

2016 hat sich die Insel Juist als eine der ersten Destinationen in Deutschland durch TourCert zur Nachhaltigkeit im Tourismus zertifizieren lassen. Neben der Kurverwaltung wurden neun weitere touristische Betriebe wie Hotels, Ferienwohnungen und das Nationalpark-Haus zertifiziert. All diese Betriebe werden besonders herausgestellt und erhalten in Katalogen und auf der Home-

page www.juist.de das TourCert-Nachhaltigkeitslogo. Dieses Logo wird zukünftig auch bei der Unterkunftssuche bei den teilnehmenden Betrieben erscheinen. Natürlich können die zertifizierten Betriebe auch eigenständig damit werben. Des Weiteren werden diese Betriebe über die Deutsche Zentrale für Tourismus kostenfrei beworben.

Darüber hinaus werden die Urlauberinnen und Urlauber bei wöchentlichen Begrüßungen im Haus des Kurgastes sowie durch verschiedene Informationsbroschüren, zum Beispiel „Sparen Sie Ihre Energie für die besten Momente. Praktische Energiespartipps für Ihren Urlaub auf Juist“, über die Nachhaltigkeitsaktivitäten der

Insel informiert und zur Unterstützung motiviert. Weitere besondere Aktionen sind der wöchentliche „Veggie-Tag“ in teilnehmenden Gastronomiebetrieben, regelmäßige Projekttagge zum Thema „Energiesparen und Klimaschutz“ im Kindergarten und in der Schule sowie die jährliche Kinderuniversität für Nachhaltigkeitsfragen. Eine ganz neue Aktion im Rahmen der „KlimaInsel Juist“ ist die Fahrradtour „Juist unplugged“, die Gäste an insgesamt sechs Stationen für das Thema Nachhaltigkeit sensibilisieren und begeistern soll.

Infos zum Projekt KlimaInsel für Einheimische und Gäste



Die Gemeindeverwaltung als Vorbild und Ideengeberin

Mit Sanierungsprojekten sowie Energiesparmaßnahmen wie Energierundgängen und der Einführung eines Energiecontrollings geht auch die Gemeindeverwaltung mit gutem Beispiel voran. Auch wurden bereits mehrere Studien und Konzepte zu den Themen Klimaschutz und Nachhaltigkeit, zum Teil auch unter Einbeziehung der Inselbewohnerinnen und -bewohner, erstellt. Neben dem integrierten Klimaschutzkonzept (2012) sind dies unter anderem Studien zur Wahrnehmung des Themas „KlimaInsel“ (2013) und zur Wahrnehmung des nachhaltigen Tourismus (2017). Juist arbeitet außerdem an der Entwicklung eines „Klimaschutzfahrplans 2050“ und an Empfehlungen zu einem klimafreundlichen Tourismus in Niedersachsen mit. Seit 2017 ist Juist im Projekt „Klima-Cent“ als Modellregion aktiv, bei dem das Modell der Klimakompensation untersucht und Finanzierungsoptionen für Klimaschutzprojekte identifiziert werden sollen. Außerdem wird aktuell auch ein Konzept erarbeitet, wie sich Tourismusakteure mit spezifischen Anpassungsmaßnahmen auf die Herausforderungen des Klimawandels einstellen können.

THOMAS VODDE

Nachhaltigkeitsbeauftragter
der Inselgemeinde Juist



Einladung zur besonderen Erkundung der Insel

Anerkennung der Aktivitäten für einen nachhaltigen Tourismus

Zahlreiche Auszeichnungen im Rahmen von Bundes- und Landeswettbewerben und die dazugehörigen Dokumentationen zeigen, dass die Nordseeinsel auf dem richtigen Weg ist. So zählt Juist unter anderem zu den Gewinnern des „Wettbewerbs: Kommunalen Klimaschutz 2013“ des Bundesumweltministeriums und des Deutschen Instituts für Urbanistik, gewann 2015 den Deutschen Nachhaltigkeitspreis für Kleinstädte und Kommunen und war 2015 Finalist beim Wettbewerb „Tourismus mit Zukunft“ des Landes Niedersachsen. Darüber hinaus ist Juist 2017 von TourCert offiziell als erstes „Nachhaltiges Reiseziel“ in Niedersachsen zertifiziert worden (siehe Exkurs S. 26). Neben zahlreichen Aktivitäten im Bereich der Nachhaltigkeit waren hierfür unter anderem auch die Gründung eines Nachhaltigkeitsrats und die Ernennung eines Nachhaltigkeitsbeauftragten Voraussetzung.

GESA GAEDEKE, JENS-PETER KOOPMANN

Klimabündnis Kieler Bucht – Klimaanpassungs- und Klimaschutzmaßnahmen in einer Urlaubsregion umsetzen

Die Kieler Bucht an Schleswig-Holsteins Ostseeküste ist ein wunderschönes Urlaubsziel. Sie bietet urwüchsige Strände und attraktive Kurgebiete, kleine Badeorte und eine wachsende Landeshauptstadt direkt um die südliche Spitze („Hörn“) der Kieler Förde herum gelegen. Wassersport, Camping, kulturelle „Leuchttürme“ wie das Schleswig-Holstein Musikfestival – den Besucherinnen und Besuchern eröffnen sich vielfältige Angebote. Immer mehr Urlaubsgäste suchen an der Kieler Bucht Erholung, das Landesamt für Statistik meldete für 2016 einen Zuwachs der Übernachtungen in Schleswig-Holstein von 4,6 Prozent zum Vorjahr [1]. Der Tourismussektor erzielt in Schleswig-Holstein Umsätze in Höhe von 7,9 Milliarden Euro [2]. Und wie macht das Wetter mit? Oder ist es doch das Klima? Viele Meteorologen und Klimaforscher nennen inzwischen gehäuft auftretende Starkregenereignis-

se, sehr trockene Phasen, Stürme im Sommer und milde Winter nicht mehr mögliche Folgen des Klimawandels, sondern lassen „mögliche“ weg.

Fest steht: Aufhalten lässt sich der Klimawandel nicht mehr. Dies wird vermutlich auch für den Ostseetourismus spürbare Konsequenzen haben, positive wie negative. Einerseits ist aufgrund zunehmender Hitzeperioden in den Mittelmeerdestinationen und der wärmeren sowie länger andauernden Sommer an der Ostsee mit einem Anstieg der Gästezahlen bei gleichzeitiger Saisonverlängerung zu rechnen. Andererseits wird durch eine Zunahme extremer Sturmereignisse der Küstenabbruch weiter fortschreiten, was verstärkte Investitionen in den Küstenschutz bedeutet. Dies sind nur zwei von vielen Herausforderungen. Um hier rechtzeitig und angemessen reagieren zu können und gemeinsam Maßnahmen zur Anpassung an den Klimawandel zu entwickeln, initiierten

Blick von der Hörn bis zur Kieler Bucht



Anfang 2010 der Kieler Wissenschaftler Professor Dr. rer. nat. Horst Sterr (em.) von der Abteilung Küstengeographie und Klimafolgenforschung der Christian-Albrechts-Universität zu Kiel und Wilfried Zurstraßen, der inzwischen in den Ruhestand gegangene, frühere Bürgermeister des Ostseebades Schönberg, das Klimabündnis Kieler Bucht. Von 2010 bis 2016 brachten sie das Projekt – vom Geografischen Institut der Christian-Albrechts-Universität zu Kiel wissenschaftlich begleitet – voran. Finanziert wurde das Vorhaben zunächst mit Mitteln des Bundesministeriums für Bildung und Forschung im Rahmen des Projekts „KLIMZUG – Klimawandel in Regionen zukunftsfähig gestalten“, seit 2013 dann durch das Bundesumweltministerium mit Mitteln aus der Deutschen Anpassungsstrategie an den Klimawandel.

Das Klimabündnis Kieler Bucht ist ein Zusammenschluss von 24 Ostseegemeinden, wissenschaftlichen, touristischen und institutionellen Einrichtungen mit dem Ziel, Klimaanpassungsmaßnahmen zu vermitteln und anzustoßen. Dort, wo es für die Umsetzung von Anpassungsprojekten sinnvoll erscheint, werden auch Klimaschutzmaßnahmen berücksichtigt. Handlungsschwerpunkte sind der Küstenschutz, das Strandmanagement und der Tourismussektor [3]. Bei Letzterem standen Fragen im Fokus wie „Profitieren wir künftig vom Klimawandel?“, „Kommen mehr Gäste? – Wenn ja, reicht unsere Verkehrsinfrastruktur?“, „Wie können wir einen verbesserten ÖPNV, zum Beispiel Fährverkehr oder Bäderbus anbieten?“, „Wie können wir unsere Strände vor weiterer Erosion schützen?“, „Wie erreichen wir eine Kostensenkung bei der Entsorgung von in immer größeren Mengen angespültem Treibsel, also Seegräsern und Algen?“.

Als einer der ersten Interessensverbünde dieser Art war das Klimabündnis Kieler Bucht ziemlich erfolgreich. Dieser Erfolg war kein Selbstgänger: Die Folgen des Klimawandels machen nicht Halt vor Gemeindegrenzen, sie interessieren sich nicht dafür, ob Pläne, Verordnungen oder Gesetze benachbarter Gemeinden, des Kreises, des Landes, des Bundes oder Europas greifen. Genauso wenig lassen sich Stürme, Starkregen oder ähnliches von Neuwahlen und damit eventuell verbundenen abrupten Personalwechseln beeindrucken. Die handelnden Personen vor Ort müssen also in einem regen gemeindeübergreifenden Austausch stehen. Dafür versteht sich das Klimabündnis als Schnittstelle, um Wissen zu bündeln und weiterzugeben. Daher liegt – ergän-

zend zu weiteren Methoden – großes Augenmerk auf der intensiven persönlichen Ansprache der Entscheidungsträgerinnen und -träger der Gemeinden und Einrichtungen, um sie dafür zu begeistern, jetzt mit dem Anpassungsprozess anzufangen [4].

Küsten und Strände sichern

Klimaschutz und Anpassung an die Folgen des Klimawandels werden immer wichtiger, denn die Folgen des Klimawandels sind unmittelbar und – als Sturmflut, weggespülter Sand von z. B. Kurstränden, Abbrüche von der Steilküste oder auch vermehrte Anspülungen von Treibsel – nicht zu übersehen. Und diese Folgen des Klimawandels schlagen auch auf den Tourismus durch, der in den Ostseegemeinden an der Kieler Bucht traditionell einen wichtigen Wirtschaftsfaktor darstellt. Peter A. Kokocinski, Bürgermeister der Gemeinde Schönberg. „Der Sandstrand ist das Hauptmotiv, bei uns Urlaub zu machen – auch als Alternative zum Massentourismus in fernen Ländern. Der ansteigende Meeresspiegel und die Sandverluste bei den Winterstürmen, mit dem damit verbundenen Hochwasser, stellen ein großes Problem für eine Tourismusgemeinde dar. Für viel Geld muss neuer Sand aufgespült sowie alternative touristische Angebote im Hinterland entwickelt werden. Kurz: Der Küstenschutz müsste überdacht und weiterentwickelt werden [5].“

Die Kieler Diplom-Geographin Sandra Enderwitz, die das Klimabündnis Kieler Bucht unter der Leitung von Professor Sterr koordiniert hat, beschreibt die Ausgangslage des Projektes so: „Über die Jahre hatten sich die Probleme durch Überflutungen, Stranderosionen und Treibselanfall für die Gemeinden verschärft. Sie sahen sich demgegenüber mit rechtlichen Rahmenbedingungen konfrontiert, die sinnvollen, unbürokratischen Maßnahmen sehr häufig im Weg stehen. Über die Folgen des Klimawandels zu informieren, Brücken zu den Behörden zu bauen und rechtliche Hindernisse abzubauen, war das Ziel unseres Projektes. Klimaanpassung gab es natürlich schon vorher, denn jede Küstenschutzmaßnahme wie die Errichtung von Deichen kann als solche bezeichnet werden. Wir diskutieren und prüfen, ob die bisherigen Maßnahmen vor dem Vorzeichen des Klimawandels ausreichen und welche Ergänzungen sinnvollerweise vorgenommen werden sollten [6].“



Vermehrte Anspülungen von Seegräsern und Algen, kurz „Treibsel“, als Folge des Klimawandels

Klimaschutz und Städtetourismus

Die Landeshauptstadt Kiel startete bereits 1995 das Projekt „Klimaschutzstadt“, kooperierte von Beginn an mit Akteuren aus der Wirtschaft genauso wie mit Vereinen und Verbänden, mit den Kieler Hochschulen und arbeitete mit Bürgerbeteiligung am städtischen Klimaschutz-Ziel, 40 Prozent der CO₂-Emissionen bis zum Jahr 2020 gegenüber 1990 zu reduzieren. 2016 wurden die Anstrengungen der gesamten Stadt ausgezeichnet, als Kiel eine von bundesweit 44 Klimaschutz-Vorreiter-Kommunen wurde. Seitdem laufen alle Fäden im vom Bundesumweltministerium geförderten „Masterplan 100% Klimaschutz“ zusammen, der im November 2017 von der Kieler Ratsversammlung einstimmig (!) beschlossen wurde. Bis zum Jahr 2050 sollen die Treibhausgasemissionen in Kiel um 95 Prozent ge-

genüber 1990 gesenkt und der Energieverbrauch um die Hälfte reduziert werden.

Das Klimabündnis Kieler Bucht beteiligte sich im Jahr 2014 ganz konkret an der Entwicklung eines neuen Masterplans Mobilität für die „KielRegion“, einem Baustein auf dem Kieler Weg zum „Masterplan 100% Klimaschutz“. Im Masterplan Mobilität für die „KielRegion“ sind für den Tourismus so wichtige Bereiche wie ein verbundenes Fahrradwegnetz rund um die Kieler Bucht, kommunale Fußwegekonzepte, öffentlicher Personennahverkehr und Verkehrsnetze für den Individualverkehr beschrieben. „Damit wir die Ziele der UN-Klimakonferenz in Paris von 2015 erreichen können, ist das Motto ‚global denken, lokal handeln‘ aktueller denn je. Deswegen sind wir besonders froh darüber, dass wir das Klimabündnis Kieler Bucht haben. Zum Beispiel waren die Möglichkeiten, neueste wissenschaftliche Erkenntnisse in Form von Bachelor- und Masterarbeiten durch die Anbindung an die Kieler Uni einzubringen, absolut hilfreich“, fasst Andreas von der Heydt, Leiter des Kieler Umweltschutzamts, zusammen [7]. Damit sollte es auch gelingen, den eher kurzfristig agierenden Tourismus – üblicherweise wird hier in Fünf- oder Zehnjahresperioden geplant – und die Vorausschau der Klimaforschung mit der betrachteten Zeitspanne bis 2050 oder gar 2100 zu verbinden.

Als Masterplankommune wird Kiel vom Bundesumweltministerium gefördert

Gefördert durch:



Bundesministerium
für Umwelt, Naturschutz
und nukleare Sicherheit



aufgrund eines Beschlusses
des Deutschen Bundestages

Weit vorausschauen, um als Tourismusregion attraktiv zu bleiben

In den durch den Tourismus stark geprägten Ostseebädern steht natürlich die Qualität des Strandes für die Gäste im Vordergrund. Es bot sich daher an, mit den Gemeinden über Strandmanagement nach Extremwetterereignissen ins Gespräch zu kommen und ihnen Lösungsmöglichkeiten aufzuzeigen.

Zum Beispiel in Schönberg, im Kreis Plön. Urlaubsgäste schätzen am Schönberger Strand besonders, dass das Wasser lange flach ist, ideal zum Baden, gerade mit Kindern oder mit dem Familienhund. Gewohnter Komfort eines Ostseebades ist dabei in erster Linie viel feiner Strandsand. Doch der Gemeinde wuchsen die Kosten zur Sandaufspülung über den Kopf. Das von 1986 bis 1990 umgesetzte Schutzkonzept vor Sturmfluten mit Deich sah vor, dass für den bilderbuchartig weißen, breiten Sandstrand 500.000 Kubikmeter Sand von der dänischen Insel Bornholm aufgeschüttet wurden. Doch der Sandstrand wurde nur unzureichend durch Buhnen geschützt und der Sand bei bestimmten, häufig auftretenden Wetterlagen laufend in benachbarte Gemeinden weggespült. Als 2014 dann auch noch eine Neuaufschüttung von 8.000 Kubikmetern Sand aus der Nachbargemeinde fehlschlug, weil ein Baggerschiff ausfiel, lenkte man um. Schönberg testet seitdem an einzelnen Küstenabschnitten, wie sich der Strand und seine Nutzbarkeit durch Erholungssuchende verändert, wenn über einige Zeit kein Sand mehr aufgeschüt-

tet und angespültes Treibsel nicht mehr weggeräumt wird. Gelingt das Zusammenspiel von Klimaanpassungsmaßnahme mit Tourismus und Küstenschutz?

Bewusstseinsbildung zu Klimawandel und -anpassung für Einheimische und Gäste

Zum Konzept des Klimabündnisses Kieler Bucht gehört als ein wichtiges Ziel, möglichst weiten Teilen der Bevölkerung, Einzelpersonen und Multiplikatorinnen und Multiplikatoren – sowohl auf privater wie auch beruflicher Ebene – ebenso wie den Besucherinnen und Besuchern, Klimawandel und Klimaanpassung verständlich zu machen. Ein Beispiel dafür ist der Klimapavillon in Kalifornien, einem Ortsteil der Gemeinde Schönberg.

Klimapavillon als Dauerausstellung

Insgesamt hat der Klimapavillon 90.000 Euro gekostet. Er ist frei zugänglich und sein Herzstück bildet ein sechs Quadratmeter großes Klima-Küsten-Modell, eine liebevoll und realistisch gestaltete Nachbildung der Küstenlandschaft rund um Schönberg im Miniaturformat. Zu sehen sind tatsächlich vorhandene Details, es gibt also die kleine Dorfkirche zu entdecken oder das Gebäude der Tourist-Information gegenüber vom Klimapavillon. Beispielhaft ausgearbeitet sind sichtbare Folgen des Klimawandels, wie ein verlassenes Wohnhaus am Steilufer, das beim nächsten Sturm

Schönberger Buhnen sind Wellenbrecher für Badegäste und zugleich Küstenschutz





Der Klimapavillon in Schönberg

wohl mit der Steiluferkante abbrechen wird. Am Strand spielen Kinder zwischen den bereits vom Steilufer abgestürzten mächtigen Eichen, Schau-felbagger schaffen neuen Sand für die Aufschüttung des Strandes herbei. Einheimische und Urlaubsgäste erwarten leicht verständliche Informationen, um Auswirkungen und Folgen des Klimawandels mit unterschiedlichen Medien zu verstehen. Der Pavillon funktioniert aus sich selbst heraus, also mit den innen und außen angebrachten Erklärungen in Wort und Bild. Aus Kostengründen gibt es keine Aufsicht im Pavillon, daher ist das von Studenten erarbeitete Audio-Guide-Konzept sehr hilfreich. Stichprobenhafte Erhebungen ergaben, dass etwa die Hälfte der Besucherinnen und Besucher Touristen aus Baden-Württemberg und Nordrhein-Westfalen sind. Den Gestaltungsprozess begleitete Wilfried Zurstraßen, Professor Sterr stand beim Modellbau mit wissenschaftlichem Rat zur Seite. Das Geld wurde aus verschiedenen Töpfen, und zwar aus Eigenmitteln, Fördergeldern und Spenden, aufgebracht.

Zur Kieler Woche, mit drei Millionen Besucherinnen und Besuchern das größte Volksfest im Norden, ging das Klima-Küsten-Modell 2014 und 2015 sogar auf Reisen und machte Halt im Klimazelt des Kieler Umweltschutzamtes. Inmitten des Getümmels direkt an der Kieler Förde hat sich dort mit den Jahren eine Info-Insel aus unterschiedlichen Institutionen etabliert, die vom Kieler Umweltschutzamt über das GEOMAR Helmholtz-Zentrum für Ozeanforschung

bis zum Verband Deutscher Ingenieure und vielen anderen reicht. Mit dem Klima-Küsten-Modell konnten den Gästen die Folgen des Klimawandels leicht verständlich und gut nachvollziehbar präsentiert werden – ein absoluter Publikumsmagnet, der nicht zuletzt mit seinen Audioguides für Erwachsene und Kinder punktete. Im Klimazelt lag auch die Broschüre „Schietwetter – na und?“ stets griffbereit, um interessierten Besucherinnen und Besuchern die Möglichkeiten der eigenen Risikovorsorge im Gespräch zu erläutern. Die ansprechend gestaltete und vor allem mit übersichtlichen Checklisten für Privatleute ausgestattete Broschüre mit Handlungsempfehlungen bei Extremwetterlagen wie Starkregen, Sturm, Gewitter, Hitzeperioden und tiefem Frost entstand in enger Abstimmung zwischen Klimabündnis Kieler Bucht, Kieler Umweltschutzamt sowie der Provinzial-Versicherung und der Kieler Christian-Albrechts-Universität.

Klima als Event für alle

Zwei Mal – 2014 in Laboe und 2015 in Eckernförde – konnte das Klimabündnis Kieler Bucht die „KLIMALE küste klima kunst“, ein Klima-Event, auf die Beine stellen. Der Ausspruch Albert Einsteins – übrigens einstmals passionierter Segler in der Kieler Bucht – wonach Probleme niemals mit derselben Denkweise zu lösen seien, durch die sie entstanden sind, ist für die Klimaschützerinnen und -schützer der Kieler Bucht Leitmotiv. Studierende der Kieler Muthesius Kunsthochschule schrieben es unter anderem an die Promenaden-mauer in Laboe und fanden weitere, ganz neue, häufig auch spielerische Zugänge, um Urlauberin-

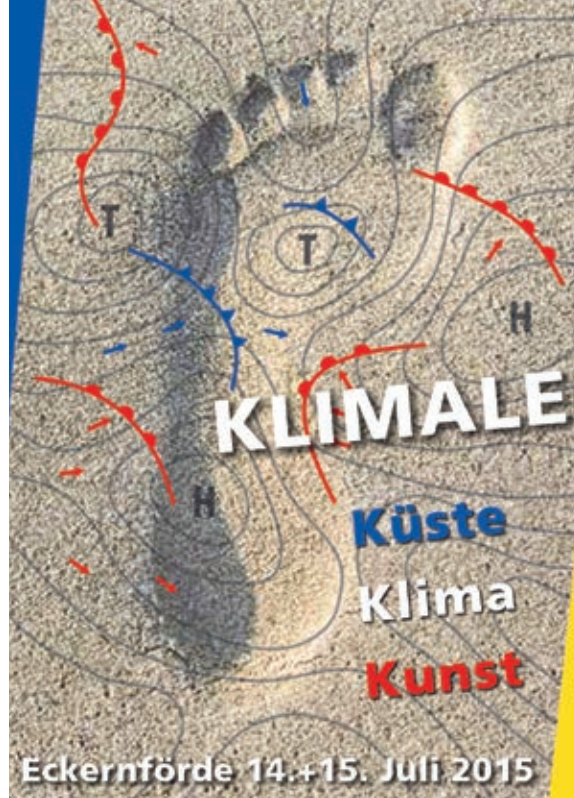
Wilfried Zurstraßen, ehemaliger Bürgermeister Schönbergs, vor dem sechs Quadratmeter großen Klima-Küsten-Modell



nen und Urlauber sowie Einheimische mit Aktionskunst und weiteren Informationsformaten an das Thema „Klima“ heranzuführen. Eine polnische Künstlerin errichtete beispielsweise am Eckernförder Strand riesige Meeresspiegel, ein Künstler steckte den im Jahr 2100 erwarteten Meeressaum mit Bambusstöcken ab. Ein Poetry-Slam zum Klimawandel von namhaften Künstlerinnen und Künstlern aus Schleswig-Holstein begeisterte auf der Strandbühne, Entwürfe für das Plakat der KLIMALE, die es in die Endausscheidungsrunde geschafft hatten, konnten in einer Ausstellung verglichen werden. Beim „KlimaContest“ präsentierten Schülerinnen und Schüler ihre künstlerische Auseinandersetzung mit dem Klimawandel mit Rap-Songs, Performances oder selbst gedrehten Filmen. „Zukunftsmusik“ lud zum Improvisieren von Klimasongs ein, eine etwas andere Schatzsuche war am Strand dem Klimawandel auf der Spur und das Theaterprojekt „Inseln versenken“ machte ebenfalls den Anstieg des Meeresspiegels begreifbar. Die Nähe zur Christian-Albrechts-Universität spiegelte sich in mehreren hochkarätig besetzten Talk-Runden wider, in denen aktuelle wissenschaftliche Ergebnisse mit der Politik diskutiert wurden.

Klima-Küsten-Erlebnispfad – Bewusstseinsbildung im „Vorbeigehen“

Rund um die Kieler Bucht soll ein „Klima- und Küsten-Erlebnispfad“ die Ostseegemeinden verbinden. Dazu erhalten markante Wegmarken wie Hafen, Strandpromenade oder besondere Strandabschnitte, die beispielsweise mit erhöhtem Treibselaufkommen zu kämpfen haben, informative, ansprechend gestaltete Tafeln, die am jeweiligen Standort anschaulich einen Bezug zu Klimawandel und Küstenschutz herstellen. Anfang 2016 eröffnete das Ostseebad Laboe gemeinsam mit dem Klimabündnis Kieler Bucht den Klima-Küsten-Erlebnispfad mit den ersten sechs Tafeln. Ein Erkläraltblatt mit einem Gewinnspiel für Kinder erläuterte den ersten Abschnitt des Küsten- und Klimapfades und stellte die weitere Planung vor. Fördermittel aus der Bingo-Umweltlotterie, der Förde Sparkasse und des Bundesumweltministeriums sowie der kreative Einsatz dreier Studierender der Kieler Muthesius Kunsthochschule hatten dieses attraktive Infotainment-Angebot möglich gemacht. Bis zum Sommer 2017 sind weitere sechs Tafeln in Strande, Stein, Wendtorf und Schönberg gefolgt.



Oben: Veranstaltungspakat der zweiten „KLIMALE küste klima kunst“ in Eckernförde 2015 – unten: Sandra Enderwitz erklärt zum Start im Januar 2016 den Klima- und Küsten-Erlebnispfad in Laboe

Fahrradfahren – gut für's Klima und für Gäste

Am 18. November 2014 diskutierten 20 Bürgermeisterinnen und Bürgermeister mit Fahrradexperten im Workshop „Kieler Bucht – Aufsatteln zur klimafreundlichen Reiseregion“ – herausgekommen ist ein gemeindeübergreifendes E-Bike-Verleihsystem. Außerdem führt inzwischen ein durchgehender Weg zum Fahrradfahren und Wandern über eine Strecke von 30 Kilometern von Kiel zum Schönberger Strand – immer mit Blick auf die Kieler Förde. Abwechslungsreiche und gut ausgebaute Rad- und Wanderwege sind überzeugende Argu-

mente, wenn sich Erholungssuchende für ein inner-deutsches – und damit klimaschonendes – Reiseziel entscheiden sollen, darin waren sich die Beteiligten des Workshops einig. Fahrradbegeisterte sind also eine wichtige Zielgruppe, denn man geht davon aus, dass rund ein Drittel der Reisenden in Frage kommende Urlaubsziele nach den Möglichkeiten vor Ort bewertet, Fahrrad fahren zu können [8]. Das Amt Schrevenborn mit den Gemeinden Heikendorf, Mönkeberg und Schönkirchen wirbt daher auch offensiv auf seiner Homepage mit dem E-Bike-Verleihsystem um Touristinnen und Touristen.

Klimabündnis Kieler Bucht im Austausch

Im Rahmen des Klimabündnisses Kieler Bucht fanden viele interdisziplinäre Symposien, Fachveranstaltungen und Vorträge statt, immer wieder auch mit über-regionaler, nationaler und internationaler Beteiligung. Das Klimabündnis Kieler Bucht hat sich als Modellregion etablieren können, das Auswärtige Amt und auch die Gesellschaft für Internationale Zusammenarbeit empfehlen das Klimabündnis als Beispiel gelungener kommunaler Klimaanpassung, also dem Zusammenspiel von Wissenschaft, Verwaltung, Wirtschaft und ziviler Gesellschaft. Gerade die enge Verzahnung von Wirtschaft – und hier besonders vom Tourismussektor – mit Maßnahmen und Möglichkeiten des Klima- und Küstenschutzes machten das Klimabündnis Kieler Bucht als Modellregion interessant und international gefragt. Eine besondere Würdigung erhielten die Aktiven, als sich auf Einladung des Auswärtigen Amtes eine Delegation der G20-Staaten während der Kieler Woche 2015 über das Klimabündnis Kieler Bucht informierte. Die international besetzte Gruppe bestehend aus Vertreterinnen und Vertretern aus Journalismus und Klimawissenschaft sowie Referentinnen und Referenten der Umweltministerien wollte den Umgang mit der Anpassung an den Klimawandel in Schleswig-Holstein und Hamburg kennenlernen. Insbesondere die kommunale Netzwerkarbeit und die lehr- wie unterhaltungsreiche Klimakommunikation, wie die Veranstaltung „KLIMALE küste klima kunst“ in Eckernförde, der Klimapavillon in Schönberg und der „Klima- und Küsten-Erlebnispfad“ von Laboe bis Schönberg standen dabei im Fokus.

Und so geht es weiter

Als natürliche Ressource für den Küstenschutz und damit für Klimaanpassungsmaßnahmen befasst sich das Klimabündnis Kieler Bucht insbesondere mit den Möglichkeiten im Umgang mit Treibsel. Küstenschutz, Klimaanpassungsmaßnahmen und der Tourismus rund um die Kieler Bucht gehören zusammen. „Wir konnten die Wahrnehmung des an die Strände angespülten Treibfels von einem ungeliebten und teuer zu entsorgenden Abfall hin zu einem wertvollen Rohstoff anpassen und verändern“, erläutert dazu der Leiter des Klimabündnisses Kieler Bucht, Professor Sterr [9]. Im Rahmen eines Fachsymposiums zum Thema Seegras und Treibsel 2015 konnte das Klimabündnis Kieler Bucht die Verantwortlichen im schleswig-holsteinischen Umweltministerium motivieren, einen längst überholten Erlass zum Umgang mit Treibsel aufzuheben. „Das war ein wichtiger Schritt, denn das durch den Klimawandel erhöhte Treibselauflkommen an der schleswig-holsteinischen Ostseeküste erfordert dringend intelligente und auch pragmatische Lösungen. Hier gibt es nicht nur Risiken und Probleme, sondern auch Chancen: Im Treibsel steckt ökonomischer Nutzen mit positiven ökologischen Effekten – also sehr viel Potenzial“, so Sterr weiter [10]. Treibsel hat Bedeutung im Küstenschutz, zum Beispiel wird in Eckernförde erprobt, wie eine Treibseldüne die Erosion des Strandes und die Überflutungsgefahr abmildert. Die Attraktivität des Strandes verbessert sich und gleichzeitig verbessert sich auch der Küstenschutz an dieser Stelle. Darüber hinaus kann Treibsel ebenfalls zum Dämmen und Dachdecken beim Hausbau eingesetzt werden. Weitere Einsatzgebiete sind in der Landwirtschaft und im Gartenbau als Dünger und Bodenverbesserer oder zur Vergärung in Biogasanlagen.

Inzwischen arbeitet ein wissenschaftlich begleitetes Projekt, POSIMA „Pilotregion Ostseeküste Schleswig-Holstein“ daran, eine Wertschöpfungskette für Treibsel anzuregen und so naturbasierte Klimaanpassung und gleichzeitig den Küstenschutz entlang der Ostseeküste Schleswig-Holsteins zu fördern. „Wir möchten mit POSIMA erreichen, dass Gemeinden, Tourismusmanagement, Küstenschützer, Strandbesucherinnen und -besucher, lokale Unternehmen und die Region als Ganzes von einer intelligenten Wertschöpfungskette profitieren und zwischen Treibsel-Entsorgung und -Verwertung vielfältige Win-win-Effekte generiert werden“, bringt es die Projektkoordinatorin des Klimabündnisses Kieler Bucht, Sandra Enderwitz, auf den Punkt [11].

Weil die Tourismusmanagerinnen und -manager in den Gemeinden der Kieler Bucht dringend nach neuen Lösungskonzepten suchten, um mit der Treibsel-Problematik an den Badestränden nachhaltiger und auch kostengünstiger klarzukommen, waren sie an das Projektteam von POSIMA herangetreten. „Auch an dieser Stelle zeigt sich die Tragfähigkeit des Klimabündnisses Kieler Bucht“ [12], betont Sandra Enderwitz. ■

Weitere Informationen

POSIMA – Pilotregion Ostseeküste Schleswig-Holstein: Initiierung einer Wertschöpfungskette Treibsel als Maßnahme zur Anpassung an den Klimawandel, gefördert vom Bundesministerium für Umwelt, Naturschutz und nukleare Sicherheit (1.12.2016 bis 30.11.2019), www.posima.de/das-projekt.html

Quellenangaben

- [1] Statistisches Amt für Hamburg und Schleswig-Holstein, *Statistische Berichte, Beherbergung im Reiseverkehr Schleswig-Holstein 2016*, Hamburg 2017
[2] Sparkassen- und Giroverband Schleswig-Holstein/Opitz, Gyde (Hrsg.), *Sparkassen-Tourismusbarometer Schleswig-Holstein 2015*, Kiel 2016

[3] Sterr, Horst, und Sandra Enderwitz, *Schlussbericht zum Projekt Klimaanpassungs-Modellregion Klimabündnis Kieler Bucht KBKB*, Kiel 2016

[4] Enderwitz, Sandra, Inga Haller und Horst Sterr, *Regional networking towards an unknown future – the example of the Kiel Bay Climate Alliance Adaption to climate change in coastal tourism*, in: Martinez, G., P. Fröhle und H.-J. Meier (Hrsg.), *Social Dimension of Climate Change Adaptation in Coastal Regions. Findings from Transdisciplinary Research*, München 2014

[5] Kokocinski, Peter, Bürgermeister der Gemeinde Schönberg, im Gespräch mit Gesa Gaedeke, April 2018

[6] Enderwitz, Sandra, Projektkoordinatorin Klimabündnis Kieler Bucht, im Gespräch mit Gesa Gaedeke, November 2017

[7] von der Heydt, Andreas, Leiter des Kieler Umweltschutzamts, im Gespräch mit Gesa Gaedeke, November 2017

[8] Kuhl, Christoph, „Kieler Förde als Radregion?“, in: *Ostholsteiner Zeitung*, 20.11.2014

[9] Sterr, Horst, im Rahmen des Fachsymposiums „Seegras und Treibsel“, Schönberg, 3. Dezember 2015

[10] Ebenda

[11] Enderwitz, Sandra, Projektkoordinatorin Klimabündnis Kieler Bucht, im Gespräch mit Gesa Gaedeke, November 2017

[12] Ebenda



GESA GAEDEKE

Freie Journalistin und Beraterin für Presse- und Öffentlichkeitsarbeit

Gesa Gaedeke, Jahrgang 1971, ist seit mehr als 20 Jahren als freie Journalistin und Beraterin für Presse- und Öffentlichkeitsarbeit tätig. Ihre Schwerpunkte liegen in den Bereichen Umwelt und Soziales/Kinderschutz.



JENS-PETER KOOPMANN

Abteilungsleiter „Klimaschutz“ im Umweltschutzamt der Landeshauptstadt Kiel

Jens-Peter Koopmann ist Diplom-Physiker mit einer Zusatzausbildung im Bereich Energie- und Umweltmanagement.

WOLFGANG WEILER

KONUS: effektiver Beitrag zum Klimaschutz im Schwarzwald durch ein umfassendes ÖPNV-Angebot für Touristen

Der Tourist zerstört, was er sucht, indem er es findet.“ [1] Das Hans Magnus Enzensberger zugeschriebene Zitat war in den 1980er und 1990er Jahren ein Weckruf an die Reisebranche und beförderte nicht unerheblich die Diskussion um nachhaltiges Reisen. Seither ist das Umweltbewusstsein der Bundesbürgerinnen und Bundesbürger deutlich gestiegen. Der Studienkreis für Tourismus und Entwicklung e.V. erkennt in seiner jährlichen Reiseanalyse eine

wachsende Nachfrage nach nachhaltigen Reisen. Die Grundlagenstudie 2015 „Nachhaltige Mobilitätskonzepte für ländliche Tourismusregionen“ des Deutschen Wirtschaftswissenschaftlichen Instituts für Fremdenverkehr e. V. an der Universität München (dwif e. V.) konstatierte: „Zentrale Stellenschraube für Klimaschutz im Tourismus ist die Verkehrsverlagerung bei An- und Rückreise sowie während des Aufenthalts vor Ort.“ [2] Die bevölkerungsrepräsentative dwif-Panelbefragung

Bahnfahren mit Panoramablick





Das gut ausgebaute Streckennetz ermöglicht eine Vielzahl an Wanderungen

kommt zu dem Schluss: „Mehr als 80 Prozent der Befragten würden eine ÖPNV-Anreise in Betracht ziehen, wenn die Möglichkeit besteht, sich im Zielgebiet weiter bequem mit Bus und Bahn fortbewegen zu können.“ [3] 95 Prozent der Befragten äußerten Interesse an einer kostenlosen Mobilität vor Ort und sind bereit, dafür einen Aufpreis von 0,50 Euro pro Übernachtung zu akzeptieren.

Solche Analysen bestätigten die Überlegungen, die zehn Jahre zuvor zur Einführung von KONUS in Deutschlands größter Flächendestination geführt haben. KONUS steht für „Kostenlose Nutzung des Personennahverkehrs für Schwarzwald-Urlauber“. Das Kurzwort will an den Konus-Schlüssel erinnern, mit dem sich früher Bahnabteile und Omnibustüren öffnen ließen. Initiator und Namensgeber war Christopher Krull, damals Geschäftsführer der Schwarzwald Tourismus GmbH (STG). Sie nahm 2002 ihre Arbeit als zentrale nationale und internationale Marketingorganisation und touristischer Dachverband für die 321 Kommunen der Ferienregion Schwarzwald auf. Erstes schwarzwaldweites Projekt war die Entwicklung und Einführung von KONUS auf Basis der Schwarzwald-Gästekarte.

Touristischer Individualverkehr ist eine Belastung für Klima und Umwelt

KONUS lag die Überlegung zugrunde, dass die angestrebten steigenden Gästezahlen tendenziell auch zu immer mehr Individualverkehr führen. Dieser wiederum würde eine Erweiterung der Verkehrsflächen, einen Anstieg der klimaschädlichen Emissionen und eine höhere Lärmbelastung in der Ferienregion mit sich bringen. „Saurer Regen“ und „Waldsterben“ in den 1980er Jahren geboten zusätzlich dringlich die Verringerung klimaschädlicher Emissionen. Strategische Zielsetzungen von KONUS waren deshalb schon in der Konzeptionsphase ab 2002 die Verkehrsverlagerung bei Tages- und Übernachtungsreisen zugunsten klimafreundlicher Verkehrsmittel sowie eine Optimierung der Rahmenbedingungen für die Mobilität mit ÖPNV. In Verbindung mit dem bereits 1996 eingeführten RIT-Schwarzwald-Ticket der Bahn sollten Gäste dafür begeistert werden, bereits bei der Anreise auf den eigenen Pkw zu verzichten. Beim Start des Projektes 2005 waren 45 Orte aus sechs Verkehrsverbünden dabei, 2017 beteiligten sich bereits 148 Gemeinden aus allen neun Verkehrsverbünden, 2018 kommen weitere dazu.

Reiseziel Schwarzwald

Der Schwarzwald gehört zu den bekanntesten und größten deutschen Waldlandschaften. Mit einem Bewaldungsprozentanteil von 75 ist er die waldreichste Landschaft in Baden-Württemberg. Deutschlands höchstes Mittelgebirge macht etwa zwei Drittel der Ferienregion aus, der es den Namen gibt. Sie erstreckt sich im Südwesten Deutschlands über mehr als 11.100 Quadratkilometer von etwa der Linie Karlsruhe – Pforzheim bis zur Schweizer Grenze und vom Unterlauf der Nagold und Oberlauf des Neckars im Osten bis zur französischen Grenze im Westen.

Die Gästeentwicklung im Schwarzwald zeigt seit Beginn der 1990er Jahre mit leichten Schwankungen

Werben mit dem Markenzeichen der Region



kontinuierlich nach oben. Lag die Zahl der Ankünfte von Gästen in gewerblichen Übernachtungsbetrieben im Jahr 1999 noch bei 5,06 Millionen, betrug sie 2004 bereits 5,67 Millionen. 2016 kamen mehr als 8,12 Millionen Gäste in den Schwarzwald. Sie stehen für mehr als 21,54 Millionen Aufenthaltsnächte in den statistisch erfassten Betrieben mit mehr als neun Betten [4]. Mit den Übernachtungen in kleineren Privatbetrieben, bei Freunden, Bekannten, in Zweitwohnungen und im Dauercamping summiert sich die Zahl der Gästeübernachtungen im Jahr auf 38,9 Millionen. Unter Berücksichtigung der unterschiedlichen Aufenthaltsdauern entspricht das Übernachtungsaufkommen etwa 11 Millionen Gästeankünften. Und davon sind rund 80 Prozent Anreisen mit Pkw. Bei der Betrachtung der klimaschädlichen Schadstoffemissionen von Privatreisen sind jedoch auch die 88,9 Millionen Tagesausflügler (2016) und die Freizeitverkehre der rund drei Millionen Einwohner der Region zu berücksichtigen [5].

In Zusammenarbeit mit den beiden Naturparken, dem 2014 eingerichteten Nationalpark und dem 2016 gebildeten Biosphärengebiet Schwarzwald, setzen die Ferienregion und ihre Partner auf umwelt-, klima- und sozialverträgliche nachhaltige Tourismusentwicklung. Dabei können die Touristiker im Südwesten bereits auf fünf umweltfreundliche „Viabono“-Unterkünfte, 55 nach EU-Norm zertifizierte EMAS-(Eco Management and Audit Scheme-) Hotels, vier nach der internationalen Umweltmanagementnorm ISO 14001 zertifizierte Hotels, drei Sleep Green Hotels und 14 Ökocampingplätze verweisen (siehe Exkurs S. 26). Neun Bioenergiedörfer, die Energie für die Einwohner- und Urlauberschaft über Solar- und Biogasanlagen, Wind- und Wassermühlen und nachwachsende Rohstoffe erzeugen, sowie sieben von der Deutschen Umwelthilfe ausgezeichnete „Solarkommunen“ sind ein weiterer Baustein zum nachhaltigen Tourismus [6].

Nach Einschätzung von Experten hat sich die Gesamtmenge klimaschädlicher Emissionen im Privatverkehr trotz geringerer CO₂-Emissionen der einzelnen Fahrzeuge nicht wesentlich reduziert. Im Jahr 2016 gab es in Deutschland 45 Millionen Pkw, davon waren 53 Prozent Kleinwagen.

Der Anteil der Vans und SUVs ist jedoch steigend (von 14 Prozent im Jahr 2009 auf 21 Prozent 2016). Der Anteil der Pkw im Mittelklasse-Segment sinkt dagegen (von 27 auf 21 Prozent) [7]. Nicht nur die Anzahl der Pkw ist Jahr für Jahr kontinuierlich gestiegen, sondern auch die Anzahl



Die Höllentalbahn auf dem Eisenbahnviadukt „Ravennabrücke“

der Privatreisen – in der Ferienregion Schwarzwald von 2004 bis 2016 um 43 Prozent [8]! Neben CO₂-Emissionen verursacht mehr Individualverkehr auch eine höhere Lärmbelastung, einen größeren Flächenverbrauch und damit einhergehend einen Verlust an Biodiversität. Reisende sind damit Verursacher und Geschädigte zugleich. Vor diesem Hintergrund sind nachhaltige Mobilitätskonzepte eine unerlässliche Basis für aktiven Klimaschutz. Der Urlaubs- und Freizeitreiseverkehr verursacht zwar nur einen kleinen Teil der Emissionen, ist aber durch intelligente intermodale Mobilitätskonzepte leichter zu verändern als berufsbedingte Individualmobilität im Alltag. Diese Überlegungen lagen 2002 auch der Konzeption von KONUS zugrunde. Auch die Idee von kostenlosen Serviceleistungen für Gäste war nicht grundsätzlich neu. So existierten bereits verschiedene Städte- und Regionalangebote, die freien Eintritt, freie Transfers und sonstige Ermäßigungen anboten – wenngleich auch meistens in Form einer Kaufkarte und in einem regional bzw. lokal eng begrenzten Raum.

Die Ziele von KONUS

- Steigerung der Attraktivität der Destination Schwarzwald, Einbindung der gesamten Region,
- Reduktion des Individualverkehrs von Gästen,
- Erhöhung der Akzeptanz des ÖPNV, dadurch Sicherung der Linien-Verkehre und Hebung der Lebens- und Aufenthaltsqualität,
- höhere Melde-Ehrlichkeit auf Seiten der Gastgeber, da die von ihnen auszustellende Gästekarte zum (nachgefragten, weil geldwerten) Freifahrtticket im ÖPNV wird.

Angestrebte Nebeneffekte:

- Vereinheitlichte Darstellung des Schwarzwaldes als Gesamtheit (bis dahin betrieben neben dem Tourismusverband auch drei Gebietsgemeinschaften ihr jeweils eigenes Marketing),
- Betonung der Service-Orientierung,
- Verknüpfung mit SchwarzwaldCard und RIT-Schwarzwald-Ticket,
- Förderung eines positiven Umweltimages,
- Wettbewerbsvorteil gegenüber anderen Flächendestinationen.

Klare Bedingungen zur Nutzung der besonderen Gästekarte

Am 1. Januar 2005 startete das Projekt KONUS zunächst in eine zweijährige Pilotphase. Die damaligen Bedingungen für die Gästekarte als Freifahrtsschein gelten auch heute noch, wobei die KONUS-Gästekarte ausschließlich im Nahverkehr in der 2. Klasse im gesamten definierten KONUS-Gebiet (ausgeschlossen sind IC, EC und ICE sowie Bergbahnen) genutzt werden kann. Sie gilt ab Anreisetag nach Ankunft beim Gastgeber (Check-in) bis einschließlich Abreisetag. KONUS kann damit zur Abreise, jedoch nicht zur Anreise genutzt werden. Die KONUS-Gästekarte enthält eine fortlaufende Nummer, anhand derer die ausgebende Stel-

le identifiziert werden kann und die der Abrechnung dient. Sie gilt ausschließlich für Personenbeförderung, nicht für die kostenlose Mitnahme von Tieren und Fahrrädern. Sie ist nicht übertragbar und gilt nur in Verbindung mit einem amtlich gültigen Lichtbildausweis der Person, die auf der KONUS-Gästekarte namentlich genannt ist. Sie kann für maximal zwei Monate ausgestellt werden und ist nur vollständig ausgefüllt gültig (Name, Gesamtpersonenzahl, An- und Abreisedatum sowie Name bzw. Stempel des Beherbergungsbetriebes). Die Karte darf nicht direkt beschrieben sein, ausgestellt wird sie durch handschriftliches Ausfüllen des Meldescheins im Durchdruckverfahren oder über ein elektronisches Meldescheinsystem. Nachträgliche Änderungen machen sie als Fahrschein ungültig.

Meldeschein im Durchdruckverfahren

Bitte kräftig aufdrücken und nur in GROSSBUCHSTABEN ausfüllen!
Please fill in with pressure in CAPITAL LETTERS! Veuillez remplir avec impression en LETTRES MAJUSCULES.
Hinweis: 1, 2, 3 im Fuß beachten! / Please note the explanations 1, 2, 3 at the end of page! / S'il vous plaît suivre les explications 1, 2, 3 en bas de la page! R000 Kurkartenreg. 12.12

Meldeschein für Übernachtungsgäste
Abschrift für die Tourist-Info

Ankunft / Arrival / Arrivée
Abreise / Departure / Départ

Meldeschein-Nr.
0000000001

Familienname Gast bzw. Reiseleiter
Vorname (nur Rufname) / Christian name (first name only) / Prénoms (surnomment prénom(s))

Anzahl Personen gesamt / Total number of persons / Nombre de personnes
Ind. Merkmal (nicht ausfüllen) / Ind. caractéristique (do not fill in) / Caractéristique individuelle (do not fill in)

Geb.-Datum / Date of birth / Date de naissance
Geb.-Ort / Place of birth / Lieu de naissance
Staatsangehörigkeit(en) / Nationality(ies) / Nationalité(s)

Stempel der Beherbergungsstätte

KONUS

Rechtsgrundlagen für die Erhebung der erfragten Daten sowie die Vorlage eines gültigen Lichtbildausweises für ausländische Gäste von Beherbergungsbetrieben sind §§ 23 und 24 des Bundesgesetzes (BVG). Von diesen Bedingungen nicht nachkommen, handelt ordnungswidrig (§ 36 Abs. 1 Nr. 2 MGL). Die Ordnungswidrigkeit kann mit einer Geldbuße bis zu 1000 Euro geahndet werden (§ 36 Abs. 3 MGL). Ab 1.5.2015 sind die Rechtsgrundlagen für die Erhebung der erfragten Daten bzw. Abmeldung als Ordnungswidrigkeit die §§ 29, 30 des Bundesgesetzes in Verbindung mit § 54 Abs. 2 Nr. 8 Bundesminderst und gegebenenfalls landesrechtliche Vorläufigungen. Die Ordnungswidrigkeit kann danach mit einer Geldbuße von bis zu 1000 Euro geahndet werden.

2 Familienname begleitender Ehegatte / Lebenspartner mit gleicher Anschrift / Family name of accompanying spouse/partner with same address / Nom de famille du conjoint/partenaire ayant la même adresse
2 Geb.-Datum / Date of birth / Date de naissance
2 Staatsangehörigkeit(en) / Nationality(ies) / Nationalité(s)

2 Vorname begleitender Ehegatte/Lebenspartner mit gleicher Anschrift / Christian name of accompanying spouse/partner with same address / Prénoms du conjoint/partenaire ayant la même adresse
2 Geb.-Ort / Place of birth / Lieu de naissance

Bei Reisegruppen von mehr als 10 Personen / For travel groups with more than 10 members / S'il s'agit de groupes de plus de 10 personnes
Zahl der Mitreisenden / No. of group members / Nombre de participants
Staatsangehörigkeit(en) / Nationality(ies) / Nationalité(s)

1 Angehörige / Family members / Membres de la famille
1 Zahl der Mitreisenden / No. of group members / Nombre de participants
1 Staatsangehörigkeit(en) / Nationality(ies) / Nationalité(s)

Bei ausländischen Personen Seriennummer des anerkannten und gültigen Passes oder Passersatzpapiers / For foreign visitors, indicate the number from an official and valid passport, or a passport replacement / Pour les personnes étrangères, mentionner le numéro du passeport ou celui de validité ou du document remplaçant le passeport

1 Geb.-Daten der begleitenden (minderjährigen) Kinder / (Date of birth (minor), (minor) children / Date de naiss. d'enfants accompagnés (mineurs)
1 Kind / 1st child / 1er enfant
2 Kind / 2nd child / 2e enfant
3 Kind / 3rd child / 3e enfant
4 Kind / 4th child / 4e enfant
Anzahl Kinder unter 6 Jahre / No. of under six years / Nombre moins de 6 ans

1 Angaben für die Erhebung zur Kurtaxe / Information for application of the visitor's tax / Renseignements destinés à la perception de la taxe de séjour
Rechtsgrundlagen für die Erhebung der Daten sind § 43 des Kommunalabgabengesetzes bzw. ggf. landesrechtliche Vorläufigungen in Verbindung mit der örtlichen Kurtaxenordnung und § 3 Absatz 1 des Kommunalabgabengesetzes in Verbindung mit § 54 Abs. 2 Nr. 8 des Bundesminderst. Danach sind zur Angabe der folgenden Daten verpflichtet. Eine Herausgabe oder Falschung der Daten durch Dritte ist ausgeschlossen.

Zweck der Reise ist Geschäftsreise / Ja / The purpose for this trip is business / Oui
Falls zutreffend: / If applicable / Dans ce cas:
Tätigkeitsort, Ort d. Berufstätigkeit während des Aufenthalts / Place of work / Lieu d'activité
Behinderungsgrad / Degree of disability / Degré de handicap

Gast/Reiseleiter
Begleitperson / Accompanying person / Accompagnateur

Einwilligung: Ich bin damit einverstanden, dass meine Angaben zu statistischen Zwecken elektronisch gespeichert werden. Über Neuigkeiten und Angebote aus der Region möchte ich künftig informiert werden. / Agreement: I agree that my information will be stored electronically for statistical purposes. I would like to be informed about news and offers of the region in the future. / Consentement: Je suis d'accord que mes données soient stockées électroniquement à des fins statistiques. J'aimerais être informé(e) sur les nouvelles et offres de la région dans le futur.

Ja / Yes / Oui
Nein / No / Non
E-Mail-Adresse / e-mail address / adresse e-mail

Unterschrift des Beherbergers
Unterschrift des Gastes bzw. Reiseleiters / Signature of guest or traveler / Signature du client ou responsable du groupe
Unterschrift des begleitenden Ehepartners bzw. Lebenspartners / Signature of accompanying spouse or partner / Signature du conjoint/partenaire accompagnant le voyageur

1 ab 1.5.2015 ausschließlich Angabe des Geb.-Datum: / ab 1.5.2015, exclusively date of birth / à partir du 1.5.2015, indiquer uniquement la date de naissance
2 ab 1.5.2015 sind mindestens Angehörige nur der Zahl nach und unter Angabe der Staatsangehörigkeit anzugeben: / ab 1.5.2015, only the number of family members is to be indicated, along with their nationality / à partir du 1.5.2015, indiquer que le nombre et la nationalité des proches accompagnant le voyageur
3 Angaben ab 1.5.2015 erforderlich: / Information required starting 1 May 2015: / Données obligatoires à partir du 1.5.2015

2013120101

Bei Nutzung der KONUS-Gästekarte in den Bussen und Bahnen gelten generell die Beförderungsbestimmungen der Verkehrsverbünde. Das gilt auch für das Mitführen von Haustieren und Fahrrädern oder die Anmeldung von Gruppen ab zehn Personen. Führt eine Fahrt über das KONUS-Gebiet hinaus, ist ab dem letzten Ort im KONUS-Gebiet das reguläre Beförderungsentgelt zu entrichten. Alle Schwarzwaldgäste, die in einer an KONUS teilnehmenden Gemeinde übernachten und Kurtaxe oder eine dieser vergleichbaren Abgabe entrichten, können die KONUS-Gästekarte als ÖPNV-Freifahrtticket während ihres Aufenthaltes im gesamten KONUS-Gebiet nutzen. Generell ausgeschlossen sind jedoch Gäste auf Dauercamping-Plätzen und in Zweitwohnungen, da sich KONUS ausschließlich an Urlaubsgäste richtet.

Alle Gastgeber in der Kommune müssen mitziehen

Vertragspartner der KONUS-Vereinbarungen sind die Kommunen und die Verkehrsverbünde. Die Schwarzwald Tourismus GmbH ist Mittler, Organisator und Finanzverwalter. Sie übernimmt die administrative und werbliche Koordinierung, die Abwicklung der Zwischen- und Endfinanzierung, koordiniert die Verwendung eines einheitlichen KONUS-Fahrausweises, unterstützt die Kommunen bei ihrer Eigenwerbung und bei der Erstellung von entsprechenden Werbemitteln. Besondere Aufgabe ist die Gewinnung neuer Mitglieder und deren Vermittlung zu den Verkehrsverbünden.

Nimmt ein Ort an KONUS teil, muss die Kommune gewährleisten, dass tatsächlich alle Beherbergungsbetriebe des Ortes die KONUS-Gästekarte für ihre Gäste ausgeben. Ausnahmen sind möglich für Klinik- und Heimpatienten, Wohnmobilen auf Wohnmobilstellplätzen sowie Übernachtende in Beherbergungsbetrieben, die nach §29 Absatz 4 des Meldegesetzes von der Meldepflicht ausgenommen sind. Diese Beherbergungsbetriebe können jedoch auf freiwilliger Basis an KONUS teilnehmen, wenn sie mit dem Ort eine entsprechende Vergütungsvereinbarung treffen und allen ihren Gästen die KONUS-Gästekarte ausstellen. Eine nur eingeschränkte Teilnahme, etwa nur für einen Teil der Übernachtenden, ist ausgeschlossen.

Hier gilt KONUS



Von Karlsruhe nach Basel – die gesamte Schwarzwald-Region kann kostenlos bereist werden

Die KONUS-Orte tragen dafür Sorge, dass alle Vertragsinhalte eingehalten werden und ihre Beherbergungsbetriebe ausschließlich die bereitgestellten Meldescheine mit den kopiergeschützten KONUS-Gästekarten ordnungsgemäß ausgefüllt und innerhalb ihres Nummernkreises lückenlos an die Gäste ausgeben. Die Kommune informiert ihre Gastgeber regelmäßig über KONUS und eventuelle Änderungen der Nutzungsbedingungen. Die Kommune haftet für die Ausgabe der Gästekarte an unberechtigte Personen – etwa an Personal der Beherbergungsbetriebe, Wohnbevölkerung, Schüler und Schülerinnen der Gemeinde oder (neuerdings) an Flüchtlinge in den kommunalen Unterkünften. Aufgabe der Gemeinde ist auch, die Richtigkeit der Angaben zu den Übernachtungszahlen und die fristgerechte Zahlung des daraus resultierenden Finanzausgleichs zu gewährleisten. Nachträgliche Korrekturen der gemeldeten Übernachtungszahlen und Rückforderungen für bereits abgerechnete

Zeiträume der Gemeinden sind ausgeschlossen. Die Verkehrsverbünde stellen sicher, dass die KONUS-Gästekarte von allen Verkehrsunternehmen ihres Verbundes als Fahrausweis auf allen Linien im KONUS-Gültigkeitsgebiet akzeptiert wird. Sie organisieren die verkehrsverbundsinterne Aufteilung der Einnahmen aus dem KONUS-Vertrag.

Der Fahrausweis zeichnet sich durch Kopiersicherheit aus

Fahrausweis ist die örtliche Schwarzwald-Gästekarte bzw. Kurkarte mit dem KONUS-Symbol in Verbindung mit einem gültigen Lichtbildausweis. Die KONUS-Gästekarte ist Teil des Meldescheins, wird im Durchdruckverfahren gemeinsam mit diesem ausgestellt und erst nach Unterschreiben des Meldescheins ausgehändigt. Die Meldescheine werden von allen KONUS-Orten von einer bestimmten Druckerei im Rahmen von Sammelbestellterminen bezogen. Um Missbrauch vorzubeugen, sind UV-Farben, Leuchtbänder und Sicherheitsunterdruck als Kopierschutz in die Gästekarte integriert.



KONUS-Logo mit den ÖPNV-Signets für RegioBahn, Bus und Straßenbahn

Alle Entscheidungen werden gemeinsam getroffen

Die organisatorische Struktur der KONUS-Projekte ist flach gehalten. Die Schwarzwald Tourismus GmbH ist Ansprechpartner der Vertragsparteien, organisiert die Zusammenarbeit und überwacht die korrekte Abrechnung der Beförderungsentgelte. Die Vollversammlung aller Projektbeteiligten wird bei Bedarf einberufen, wenn Entscheidungen mit erheblichen Auswirkungen auf das Projekt beschlossen werden sollen. Vorbereitet werden solche Ent-

scheidungen von einer Projektgruppe unter Vorsitz eines für fünf Jahre gewählten Landrates. Ihre Mitglieder sind Delegierte der einzelnen Verkehrsverbünde und der DB Regio AG sowie zwei Delegierte der KONUS-Orte, die von der Vollversammlung benannt werden. Für umfassendere Prozesse oder Verfahrensabläufe bilden die Projektbeteiligten einen Arbeitskreis (AK), so etwa den AK Meldeschein, der 2013 den Übergang vom Meldegesetz des Landes zum ab 2015 geltenden Bundesmeldegesetz begleitete. Es ging dabei insbesondere darum, welche Angaben im Meldeschein erhoben werden sollen und dürfen und wie die KONUS-Karte zu integrieren sei.

Finanzierung ohne öffentliche Förderung

Im Gegensatz zu anderen Kartensystemen wurden für KONUS keine öffentlichen Fördermittel eingesetzt. Finanziert wird KONUS durch ein pauschales Beförderungsentgelt, das die Gemeinden über die Schwarzwald Tourismus GmbH an die Verkehrsverbünde entrichten. Die Umlagefinanzierung folgt dem Einnahmeausfallprinzip: Die Verkehrsverbünde sollen den Anteil ihrer Einnahmen abgedeckt bekommen, welcher ihnen durch Einführung von KONUS entgangen sein sollte. Da KONUS-Gäste freie Fahrt in allen neun Verkehrsverbünden und bei DB-Regio haben sollten, wurden für die Pilotphase 1.1.2005 bis 31.12.2006 deren Ticketeinnahmen aus dem Jahr 2003 zugrundegelegt (57,6 Millionen Euro). Wenn alle Gemeinden im definierten KONUS-Gebiet teilnehmen würden, bedeutete dies überschlägig einen Einnahmeausfall von 5,7 Millionen Euro für die Verbünde. Dieser Betrag wurde durch die im Schwarzwald 2003 getätigten insgesamt 27 Millionen (gewerbliche und private) Übernachtungen geteilt. Das Ergebnis: 21 Cent pro Übernachtung als pauschalisiertes Beförderungsentgelt. Als Abrechnungszeitraum wurde das Kalenderjahr festgelegt.

Das für die Pilotphase festgelegte Solidarprinzip und Zahlungsprozedere hat sich bewährt und gilt auch heute noch: Bis zum 31.3. eines Jahres entrichten die teilnehmenden Gemeinden 50 Prozent des Betrages, der sich für alle Übernachtungen des Vorjahres in ihrem Gemeindegebiet ergab, als Abschlagszahlung. Die Schwarzwald Tourismus GmbH fungiert als Finanzverwalter und leitet die Zahlungen der Gemeinden gesammelt bis zum 15.4. des Jahres an die jeweiligen Verkehrsverbün-

de weiter. Eine genaue Endabrechnung für KONUS erfolgt zum 31.3. des Folgejahres. Dafür werden die tatsächlichen Übernachtungszahlen des Nutzungsjahres zugrunde gelegt. Die Gesamtsumme abzüglich der geleisteten Abschlagszahlung leitet die STG bis zum 15.4. als pauschaliertes Beförderungsentgelt an die Verkehrsverbünde weiter – abzüglich einem Cent pro Übernachtung (ab 2017: 1,5 Cent) für Verwaltung und Bewerbung des Projektes durch die Schwarzwald Tourismus GmbH.

Die Ausgaben für das Projekt können die Gemeinden durch eine Erhöhung der Kurtaxe, durch die Einführung oder Erhöhung einer Fremdenverkehrsabgabe oder durch Einzelverträge zwischen Beherbergungsbetrieben und Gemeinde refinanzieren. Die politischen Weichen dazu wurden in Baden-Württemberg durch eine Änderung des Kommunalabgabengesetzes vom 17. März 2005 gestellt. Es gestattet seit 2009 in §43, Absatz 1 ausdrücklich

- die Verwendung der Kurtaxe zur Deckung einer „den Kur- und Erholungsgästen eingeräumten Möglichkeit der kostenlosen Benutzung des öffentlichen Personennahverkehrs“
- auch „im Rahmen eines überregionalen Verbunds“ und
- dass auch „sonstige Fremdenverkehrsgemeinden“ (ohne Prädikat) zu diesem Zweck Kurtaxe erheben können.

Führt ein Ort keine Kurtaxe ein, will sich aber am System KONUS beteiligen, muss er in Einzelverträgen mit allen seinen Beherbergungsbetrieben gewährleisten, dass die KONUS-Vereinbarungen eingehalten werden und der Entgeltausgleich an die Gemeinde abgeführt wird. Gegenüber dem Verkehrsverbund haftet er für die Abführung des Entgeltausgleichs für alle im Gemeindegebiet getätigten Übernachtungen.

Entwicklung KONUS

2005: Start der Pilotphase

Der Anfang war schwer. Trotz zahlreicher Informationsveranstaltungen und Gespräche in den etwa 260 touristisch relevanten Mitgliedsgemeinden und neun Verkehrsverbünden in der Region sowie mit der Deutschen Bahn, konnten bis November 2004 nur 45 Gemeinden und sechs Verkehrsverbünde gewonnen werden, die entsprechende Vereinbarungen miteinander schlossen.

2007: KONUS mit fünf Jahren Laufzeit vereinbart

An die erfolgreiche Pilotphase schloss sich eine fünfjährige Aufbauphase an. Zugleich stießen 2007 weitere Gemeinden zum KONUS-Verbund. Damit konnten schon Feriengäste von mehr als 6000 Beherbergungsbetrieben die kostenlose Beförderung in Anspruch nehmen. Die teilnehmenden Verkehrsverbünde bestanden allerdings auf einer Erhöhung der Einnahmeausfallzahlung um 50 Prozent: Gemeinden und Verkehrsverbünde vereinbarten schließlich für den Fünfjahreszeitraum 2007 bis 2011 ein Beförderungsentgelt von 32 Cent pro Übernachtung. Davon bekam die Schwarzwald Tourismus GmbH weiterhin je 1 Cent für Verwaltung und Marketing.

Ab 2008 nahezu flächendeckende Gültigkeit des KONUS-Tickets

Den ersten großen Sprung für KONUS brachte der Beitritt dreier weiterer Verkehrsverbünde im Norden der Ferienregion. Die KONUS-Gästekarte galt damit ab 2008 als Freifahrtticket praktisch in der gesamten Ferienregion Schwarzwald. Ausgenommen waren immer noch die Stadtverkehre in Karlsruhe und Pforzheim. Aber die KONUS-Feriengäste konnten ab 2008 auf den Strecken von Enztalbahn und Nagoldtalbahn immerhin zum Hauptbahnhof in Pforzheim fahren.

Seit 2012 gilt das KONUS-Ticket auch im Stadtgebiet von Karlsruhe

Wegen der geringen Fremdenverkehrsintensität der Gemeinden am Nordrand des Schwarzwaldes beteiligen sich in den Landkreisen Enzkreis (Pforzheim) und Karlsruhe, die auch nur zum Teil zur Ferienregion Schwarzwald zählen, nur wenige Gemeinden am KONUS-System. Aufgrund der geringen Übernachtungszahlen und der daran geknüpften Beförderungsentgelte akzeptieren die regionalen Verkehrsverbünde bisher nur auf wenigen Linienverkehren die KONUS-Gästekarte als Freifahrtticket. 2012 gelang es jedoch, die Einfahrt zum Hauptbahnhof Karlsruhe und einen Teil der innerstädtischen Linien einzubinden.

Für den Fünfjahreszeitraum 2012 bis 2016 wurden die Beförderungsentgelte auf 36 Cent pro Übernachtung vereinbart.

Ab 2017 wurde mehr Geld fürs Handling von KONUS eingeplant.

Die KONUS-Vollversammlung beschloss im Juni 2016 für den neuen Fünfjahreszeitraum 2017 bis 2021 eine deutliche Erhöhung der Beförderungsentgelte. Zur Anpassung an die zwischenzeitlich um 16,6 Prozent gestiegenen Tarife der neun Verkehrsverbünde wurden die Pauschalen pro Übernachtung um 5 Cent erhöht. Dem Karlsruher Verkehrsverbund GmbH (KVV) wurde für die Einbeziehung

der innerstädtischen Verkehre eine zusätzliche Erhöhung um 0,5 Cent und der Schwarzwald Tourismus GmbH eine Erhöhung um 0,5 Cent für den erheblich gestiegenen Verwaltungsaufwand seit Beginn des Projektes zugebilligt. Damit erhöhte sich die von den KONUS-Gemeinden zu entrichtenden Einnahmeausfallentschädigungen ab 2017 um insgesamt 6 auf nun 42 Cent pro Übernachtung.

Auf der Grundlage der Abrechnungen für 2016 resultierten daraus Mehreinnahmen für die Verkehrsverbünde in Höhe von 552.000 Euro, für KVV und STG zusätzlich um je 55.000 Euro. Die KONUS-Zahlungen der teilnehmenden 146 Gemeinden (2016) erhöhten sich damit auf knapp 4,62 Millionen Euro.

Jahr	Anzahl KONUS-Orte und Verkehrsverbünde	Übernachtungen in KONUS-Orten	Beförderungsentgelt	Finanzausgleich	davon für Verkehrsverbünde	Handling und Management
2005	45 (6)	4,55 Mio.	21 Cent	0,95 Mio. €	0,91 Mio. €	45.470 €
2006	66 (6)	5,48 Mio.	21 Cent	1,15 Mio. €	1,01 Mio. €	54.980 €
2007	77 (6)	6,18 Mio.	32 Cent	1,98 Mio. €	1,92 Mio. €	61.807 €
2008	108 (9)	9,31 Mio.	32 Cent	2,98 Mio. €	2,89 Mio. €	93.066 €
2009	116 (9)	9,64 Mio.	32 Cent	3,09 Mio. €	2,99 Mio. €	96.424 €
2010	125 (9)	10,29 Mio.	32 Cent	3,29 Mio. €	3,19 Mio. €	102.882 €
2011	132 (9)	10,63 Mio.	32 Cent	3,40 Mio. €	3,29 Mio. €	106.271 €
2012	137 (9)	11,00 Mio.	36 Cent	3,96 Mio. €	3,85 Mio. €	109.966 €
2013	138 (9)	10,84 Mio.	36 Cent	3,90 Mio. €	3,79 Mio. €	108.399 €
2014	142 (9)	11,04 Mio.	36 Cent	3,97 Mio. €	3,86 Mio. €	110.402 €
2015	145 (9)	11,44 Mio.	36 Cent	4,12 Mio. €	3,99 Mio. €	114.403 €
2016	146 (9)	11,67 Mio.	36 Cent	4,20 Mio. €	4,08 Mio. €	116.667 €
2017*	146 (9)	11,79 Mio.	42 Cent	4,96 Mio. €	4,66 Mio. €	177.000 €
Summe		123,86 Mio.		41,94 Mio. €	40,44 Mio. €	1.297.737 €

**bei den Zahlen für 2017 handelt es sich um eine Hochrechnung*

Entwicklung der KONUS-Übernachtungen und der Finanzausgleichszahlungen von 2005 bis 2016 sowie Hochrechnung für 2017

Zahl der teilnehmenden Orte steigt kontinuierlich

Das Modell KONUS kennt eigentlich nur Erfolge. Die Vorteile sind so offenkundig, dass die Zahl der teilnehmenden Orte ständig steigt. 2018 können Schwarzwaldgäste schon in 148 Orten mit fast 12.000 Gastgebern ihr Auto stehen lassen und umweltfreundlich mit dem ÖPNV zum Einkaufen oder Museumsbesuch in die Stadt fahren oder zum Startpunkt einer Wanderung. Die gestiegene Nachfrage auf besonders frequentierten touristischen

Routen wie der Höllentalbahn bei Freiburg erzwang schon bald eine Verlängerung der Züge und ab 2018 einen Umbau der Bahnhöfe, um die Taktfrequenz von 30 auf 20 Minuten zu erhöhen.

KONUS ist längst zum Exportschlager geworden: Im Bayerischen Wald wurde daraus das Gästeservice-Umwelt-Ticket „GUTi“, im Nationalpark und Landkreis Harz das Harzer Urlaubsticket „Hatix“. Auch der Nationalpark Eifel hat im Januar 2014 ein entsprechendes Mobilitätssystem eingeführt. Ebenso orientieren sich die aktuell diskutierte Echt Bodensee-Card und weitere Karten-



Auch der Touristenmagnet Freiburg liegt mitten im KONUS-Gebiet

lösungen in Deutschland an KONUS. Selbst aus Asien kommen Touristiker, um sich vor Ort über die Rahmenbedingungen zu informieren.

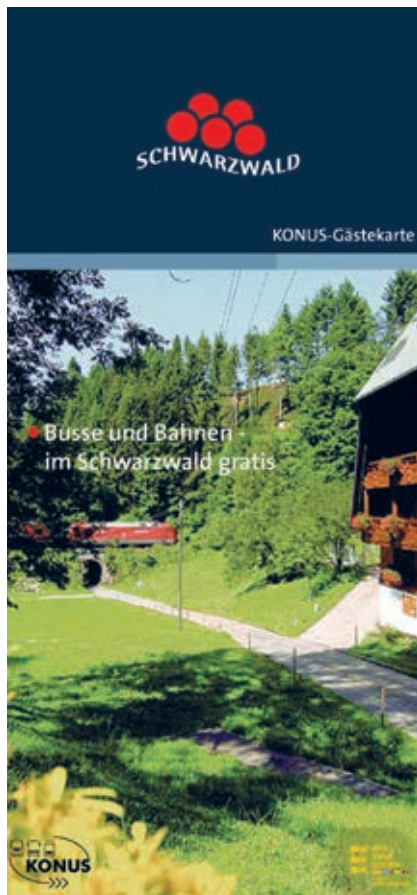
Für seine beispielhaft umwelt- und klimafreundlichen sowie nachhaltigen Effekte wurde KONUS wiederholt ausgezeichnet: 2006 mit dem Tourismuspreis von Sonntag aktuell, 2013 mit dem baden-württembergischen ÖPNV-Innovationspreis und 2014 mit dem Fahrtziel Natur-Award. Dank KONUS wurden die beiden Naturparke des Schwarzwaldes 2013 sowie der Nationalpark Schwarzwald 2015 Mitglied bei Fahrtziel Natur der Deutschen Bahn und der Umweltverbände. Mit KONUS als Leuchtturmprojekt war der Schwarzwald Finalist im Bundeswettbewerb „Nachhaltige Tourismusregionen 2012/2013“ geworden. Beim Bundeswettbewerb 2016/2017 zur Prämierung nachhaltiger Tourismusdestinationen wurde die Region Schwarzwald mit dem Leuchtturm-Projekt KONUS-Karte als nachahmenswertes Beispiel gewürdigt.

Umweltfaktor KONUS: Gute Argumente nicht nur für die Gäste

Die KONUS-Gästekarte und die damit verbundene Freifahrtmöglichkeit im ÖPNV sind ein wesentliches Marketinginstrument und ein unschätzbarer Vorteil im Wettbewerb der Destinationen. Die Schwarzwald Tourismus GmbH und alle Projekt-

partner stellen auf ihren Internetseiten, auf Messen, bei Präsentationen und in Anzeigen die Vorteile für die Gäste heraus. Eine eigene Internetseite konus-schwarzwald.info ermöglicht den Orten die kostenfreie Darstellung ihrer KONUS-Arrangements. Die KONUS-Strecken und -Linienkarte bildet alle Bus- und Bahnlinien in der Region ab. Der KONUS-Flyer wird jährlich neu in Deutsch, Englisch, Französisch und Niederländisch in tausendfacher Ausfertigung gedruckt. Er nennt alle KONUS-Orte, zeigt das KONUS-Gültigkeitsgebiet und stellt die Nutzungsbedingungen vor. Der Flyer wird allen Prospektaussendungen beigelegt, auf Messen verteilt und den teilnehmenden Gemeinden kostenfrei zur Verfügung gestellt.

Laut fortlaufender Online-Gästebefragungen nutzen inzwischen 46 Prozent der Schwarzwaldurlauberinnen und -urlauber die Vorzüge von KONUS mindestens ein Mal während ihres Aufenthaltes. KONUS trägt damit zu einer erheblichen Reduzierung des individuellen Autoverkehrs in der Ferienregion bei. Wenn immer mehr Gäste die Bus- und Bahnverbindungen nutzen, sind auch Nebenstrecken für die Verkehrsverbünde wirtschaftlicher zu bedienen. Davon profitieren auch die Einwohnerinnen und Einwohner der Region. Und wenn das Auto am Ferienort stehen bleibt oder man sogar gleich mit der Bahn anreisen kann, wird weniger Landschaft für Straßenerweiterungen verbraucht. Auch die Umweltbelastung durch Lärm und Kohlendioxidausstoß wird deutlich reduziert.



Planen Sie Ihre Fahrten online – rund um die Uhr.
Die elektronische Fahrplanauskunft Baden-Württemberg (EFA) liefert die dazu passenden, aktuellen Fahrpläne des Nah- und Fernverkehrs für Bahn und Bus.
Schnell und einfach abrufen unter:
www.efa-bw.de
Tel. +49 1805 779966 (14 CL/min*)
*aus dem deutschen Festnetz, Preise aus dem Mobilfunknetz können abweichen.

Herausgeber: Schwarzwald Tourismus GmbH
Heinrich-von-Steghan-Str. 8a • D - 7860 Freiburg
Tel. +49 781 89646-0 • mail@schwarzwald-tourismus.info
www.schwarzwald-tourismus.info
Geschäftsführer: Christopher Krull
Titelbild und weitere Bilder: DB Regio



Ein übersichtlicher Info-Flyer ergänzt die KONUS-Gästekarte

Vorzüge von KONUS

für Orte

- aktiver Beitrag zum Klimaschutz in der Region wirkt imagefördernd;
- Tourismusentwicklung lässt sich gezielt steuern, etwa durch Erlebnisvorschläge mit der KONUS-Gästekarte, Erweiterung des Erlebnishorizontes der Gäste, zufriedenerer Gäste;
- Werbemöglichkeit mit den KONUS-Vorteilen, Steigerung der Nachfrage;
- wird vom Gast als Service und Mehrwert wahrgenommen;
- Melde-Ehrlichkeit der Gastgeber steigt;
- Sicherung des ÖPNV, auch für Einheimische;

für Beherbergungsbetriebe

- mehr Übernachtungen, bessere Auslastung ohne Mehrkosten;
- Transportleistung im Preis enthalten;
- können ihren Gästen mehr Erlebnisangebote im Schwarzwald unterbreiten;
- zusätzliche Möglichkeiten für Arrangements oder Wanderangebote/Führungen;
- zufriedenerer Gäste, dank kostenfreier Mobilitätsangebote;

für Gäste

- einfach handhabbares, zeit- und kostensparendes System;
- keine Kenntnis von Tarifstrukturen und Ticketpreisen erforderlich;
- erweitert Aktionsradius;
- Zwang zu Rundtouren bei Wanderungen entfällt;
- wenn das Auto an der Unterkunft steht, lassen sich Feste ungezwungener feiern;
- Mehrwert, „umweltfreundlich Reisende“ zu sein;

für Verkehrsverbünde

- kalkulierbare Einnahmen;
- höhere Akzeptanz des ÖPNV bei Touristen, Imagegewinn;
- deutliche Einsparungen von Marketingausgaben im Tourismusbereich;
- Auslastung der Verkehre.

Entwicklung einer digitalen KONUS-Gästekarte

KONUS setzt auf die Schwarzwald-Gästekarte der jeweiligen Orte auf. Diese wird in Verbindung mit den Kopierschutzvorrichtungen zum Freifahrtsschein. Zunehmend geben Orte oder Werbegemeinschaften für Gäste bestimmter Beherbergungsbetriebe auch Gästekarten mit zusätzlichen Vorteilen und Nutzungsangeboten aus. Beispiele: Hochschwarzwald Card, Schwarzwald Plus, KinzigitalCard etc. In der Regel sind sie elektronisch lesbar, enthalten aber nicht zwingend die für den KONUS-Fahrausweis geforderten Angaben. Oder sie müssen erst „KONUS-tauglich“ gemacht werden, weil beispielsweise in den Bussen und Bahnen keine entsprechenden Lesegeräte vorhanden sind. Die parallele Ausstellung von Vorteilskarte und KONUS-Schwarzwald-Gästekarte kann nur eine Interimslösung sein. Ohnehin lassen einzelne Partnerunternehmen erkennen, dass sie perspektivisch die manuell ausgefüllten Fahrkarten nicht mehr akzeptieren werden.

In dem seit 2015 gesetzlich geregelten elektronischen Meldescheinverfahren sind mit dem integrierten maschinenlesbaren Strichcode jedoch schon KONUS-Lösungen gefunden worden, die auch wegweisend für die Vorteilskarten und digitale KONUS-Karten sein sollen. Ende 2016 nutzte jedoch erst rund ein Drittel der KONUS-Orte die elektronische Erfassung von Meldescheinen. Für die Zukunft ist die Entwicklung einer digitalen KONUS-Gästekarte zum Ersatz für die Papier-Gästekarte bzw. parallel zur ausgedruckten elektronischen Gästekarte geplant. Sie kommt dem Trend zum papierlosen Ticket via Smartphone auf Seiten der Gäste und zugleich den Wünschen einzelner Verkehrsunternehmen entgegen.

Intermodale Verkehrskonzepte – in Kombination mit KONUS

Perspektivisch wäre mit der digitalen KONUS-Gästekarte auch eine Integration in die mobile Webseite eines Ortes und eine Validierung über eine Datenschnittstelle möglich. Damit erschließen sich weitere interessante Einsatzmöglichkeiten für Orte, Gastgeber und Verkehrsverbünde: Sie könnten Freizeitangebote, Veranstaltungstipps,

Ausflugs- oder Wanderempfehlungen positionsbezogen mit der KONUS-Gästekarte verknüpfen und so für eine noch intensivere, aber leichter steuerbare Nutzung der Verkehre sorgen. Das wäre ein weiterer Schritt zu einem intermodal geschlossenen klimaschonenden Verkehrskonzept für die Ferienregion. Gästen würde damit der Umstieg vom Auto auf den ÖPNV auch für überregionale Aktivitäten „schmackhafter“ gemacht. Wenn Gäste die Gewissheit haben, dass sie am Urlaubsort auch ohne eigenes Auto hinreichend mobil sind und attraktive ÖPNV-Angebote vorfinden, sind sie eher bereit, auch für die Anreise auf den Pkw zu verzichten. Das gilt zumindest für alle, die ohne Kinder verreisen. Im Schwarzwald ist das etwa die Hälfte der Urlauberinnen und Urlauber.

Für Übernachtungsgäste im Schwarzwaldurlaub gibt es bereits seit 1996 das stark ermäßigte RIT-Schwarzwald-Ticket für die Anreise mit der Bahn ab allen deutschen Bahnhöfen. Mit dem RIT-Ticket werden nicht nur das Portemonnaie, sondern auch Klima und Umwelt geschont – und die Bahnreise ist optimal zu planen, da der Schwarzwald hervorragend an das innereuropäische und nationale Schienennetz angebunden ist. 2009 hat die Schwarzwald Tourismus GmbH begonnen, schwarzwalddweit ein Netz von Lade- und Verleihstellen für E-Bikes aufzubauen. Die „Elektro-Tankstellenkarte“ weist inzwischen mehr als 250 Lade- und Verleihstationen für E-Bikes und

Auch für Radreisende bietet das gut ausgebaute Streckennetz ein hohes Maß an Mobilität



zahlreiche Ladesäulen für Elektroautos aus. Im Jahr 2010 hat die Schwarzwald Tourismus GmbH mit dem Partner Steinbeis-Beratungszentrum Innovation & Energie das Projekt „ZUMO – Zukunftsmobilität in der Ferienregion Schwarzwald“ ins Leben gerufen. Während einer sechswöchigen Testphase 2011 konnte man eine ZUMO-Woche mit Hybrid- oder Elektroauto, DB-Anreise in einen KONUS-Ort und Unterkunft in einem zertifiziert umweltfreundlichen Betrieb buchen. Daraus sind weitere elektromobile Angebote im Schwarzwald entstanden. Aus dem Ideenwettbewerb zur Elektromobilität im Ländlichen Raum 2011 des Ministeriums für Ländlichen Raum und Verbraucherschutz Baden-Württemberg sind im Schwarzwald elf Projekte, vom lokalen E-Bus bis zum E-Carsharing, realisiert worden. Seit 2014 ist der Naturpark Südschwarzwald erste Modellregion Deutschlands für Elektromobilität. Neben den Kooperationsmöglichkeiten zwischen Wirtschaft, Kommunen und Tourismus liegt der Fokus dabei auf der Entwicklung von umwelt- und klimafreundlichen Mobilitätslösungen mit Naturstrom aus erneuerbaren Energien, hauptsächlich Wasserkraft. Als weiteren Baustein für umweltfreundliche Individualmobilität im Urlaub bietet die Schwarzwald Tourismus GmbH seit 2015 mit dem Veranstalter „drive in motion – Automotive Events“ ein High-Performance-Paket an: In geführten und individuellen Touren steuern sportive und komfortorientierte Gäste Elektrosporthwagen von Tesla durch Deutschlands schönste Genießerecke.

Fazit: KONUS schützt das Klima

Eine seriöse Aussage über die tatsächlichen Einsparungen von CO₂-Emissionen durch KONUS ist naturgemäß nicht zu machen. Dazu müsste man die eingesparten Fahrten, die Fahrzeugtypen und die nicht zurückgelegten Fahrkilometer erheben. Die Klimawirkung von KONUS können jedoch Modellrechnungen veranschaulichen. Dazu wird angenommen, dass 46 Prozent der Gäste in den KONUS-Orten, wie sich aus der permanenten Online-Gästebefragung ergibt, während ihres Aufenthaltes im Schnitt pro Tag 15 Kilometer Autofahrt durch eine Fahrt mit dem ÖPNV ersetzen. Bei einem dreitägigen Aufenthalt wären dies bei nur einmaliger Nutzung des KONUS-Angebotes 45 Kilometer.

Ein Vergleich mit einigen bei KONUS-Gästen besonders beliebten Verbindungen (Kilometer Hin- und Rückfahrt) legt nahe, dass eine durchschnittliche KONUS-Nutzung von 15 Kilometer pro Tag sehr niedrig angesetzt ist:

Höllentalbahn Titisee – Freiburg: 70 km
 Schwarzwaldbahn Offenburg – Donaueschingen: 180 km
 Neustadt – Seebrugg/Schluchsee: 50 km
 Murgtalbahn, S-Bahn Karlsruhe – Freudenstadt: 175 km
 Rheintalbahn Offenburg – Basel: 125 km
 Bad Peterstal-Griesbach – Kehl/Straßburg: 80 km
 Bad Herrenalb – Karlsruhe: 65 km
 Nagold – Pforzheim: 110 km

Überschlägige Berechnung der Einsparung von CO₂-Emissionen durch KONUS für die Jahre 2005 bis 2017 auf Grundlage geschätzter Pkw-Personenkilometer und -Verbrauchswerte auf Basis der Webseite co2.myclimate.org

Anzahl KONUS-Übernachtungen	123,9 Mio.	Bahnfahrten/Tag 15 km (Annahme)	davon 53% Kleinwagen	CO ₂ -Emissionen in Tonnen	21% Mittelklasse	CO ₂ -Emissionen in Tonnen	26% SUV und Oberklasse	CO ₂ -Emissionen in Tonnen
46% der Gäste nutzen KONUS	57 Mio.	855 Mio. km eingesparter Autofahrten	453,2 Mio. km	Durchschn. Verbr. 5 l/100 km	179,5 Mio. km	Durchschn. Verbr. 8 l/100 km	222,3 Mio. km	Durchschn. Verbr. 14 l/100 km
31% Diesel-KFZ		265,05 Mio. km	140,5 Mio. km	34.700	55,6 Mio. km	20.300	68,9 Mio. km	41.500
69% Benziner		589,95 Mio. km	312,7 Mio. km	72.500	123,9 Mio. km	42.300	153,4 Mio. km	85.800
Tonnen eingesp. CO ₂ -Emissionen		297.100	davon Kleinwagen	107.200	Mittelklasse	62.600	Oberklasse/SUV	127.300

Geht man weiterhin von der Annahme aus, dass sich die Fahrzeuge in Antriebsart und Verbrauch wie im bundesdeutschen Durchschnitt verhalten, ergibt sich für den Zeitraum 2005 bis 2017 aus der Modellrechnung eine Einsparung von fast 300.000 Tonnen CO₂-Emissionen durch KONUS.

Es gibt aktuell keine belastbaren Erhebungen darüber, wieviele Kilometer Autofahrten ein KONUS-Gast während seines Urlaubes einspart. Die angenommenen 45 km (bei einem durchschnittlichen Aufenthalt von 2,7 Nächten, also 3 KONUS-Tagen) könnten auch um den Faktor 10 größer sein. Die dank KONUS eingesparten CO₂-Emissionen summierten sich dann seit 2005 leicht auf 3 Millionen Tonnen. Darüber könnten jedoch nur zeit- und kostenaufwändige Befragungen bei Urlaubern eindeutig Aufschluss geben. Dazu bestand bisher wenig Notwendigkeit, weil die Vorteile für die Teilnehmer am Projekt KONUS auf der Hand liegen. Ein steigendes Umweltbewusstsein bei allen Systembeteiligten könnte es jedoch wünschenswert erscheinen lassen, dass auch die Wirkung von KONUS auf die Umwelt und der Beitrag zum Klimaschutz zukünftig erfasst werden. Denn einen wirksameren Schutz fürs Klima als die drastische Reduktion der CO₂-Emissionen gibt es seitens des Tourismus wohl nicht. Im Schwarzwald muss die Klimabelastung nicht kompensiert werden, in Deutschlands größter Ferienregion wird sie minimiert. ■

Quellenangaben

- [1] Hans Magnus Enzensberger, *Einzelheiten 1: Bewußtseins-Industrie*, edition suhrkamp 63, 1964
- [2] Dr. Bernhard Harrer, Vorstand dwif, „Bedeutung des ÖPNV für den Tourismus von morgen“, Präsentation zum Festakt „10 Jahre Konus“ am 2.12.15 in Hinterzarten
- [3] Dr. Bernhard Harrer, Vorstand dwif, „Bedeutung des ÖPNV für den Tourismus von morgen“, Präsentation zum Festakt „10 Jahre Konus“ am 2.12.15 in Hinterzarten, Folie 12
- [4] Geschäftsbericht Schwarzwald Tourismus GmbH, 2016, S. 13
- [5] Statistisches Landesamt Baden-Württemberg, zitiert nach Geschäftsbericht Schwarzwald Tourismus GmbH, 2016
- [6] Geschäftsbericht Schwarzwald Tourismus GmbH, 2016
- [7] Angaben nach: Zentrales Fahrzeugregister des Kraftfahrt-Bundesamt, Flensburg
- [8] Statistisches Landesamt Baden-Württemberg, zitiert nach Geschäftsbericht Schwarzwald Tourismus GmbH, 2016



WOLFGANG WEILER

Leiter der Stabsstelle
Kommunikation der
Schwarzwald Tourismus
GmbH in Freiburg

Nach einer journalistischen Ausbildung bei der Deutschen Presseagentur arbeitete Wolfgang Weiler von 1984 bis 2002 als Ressortchef Reise bei der Berliner Morgenpost. An der Hochschule der Künste studierte er von 1994 bis 1997 zusätzlich Wirtschafts- und Gesellschaftskommunikation. Der Diplom-Kommunikationswirt ist seit 1986 zudem als Dozent an verschiedenen Bildungseinrichtungen tätig und arbeitet seit 2002 als freiberuflicher Kommunikationsberater für Destinationen, Hotels und Regionen mit seiner Firma Projekt D. Von 2002 bis 2008 war er Geschäftsführer der Vereinigung Deutscher Reisejournalisten (VDRJ).

EXKURS > Stadtpläne zeigen den Weg zu ökologischen Vorzeigeprojekten in Freiburg

„Green City Map“

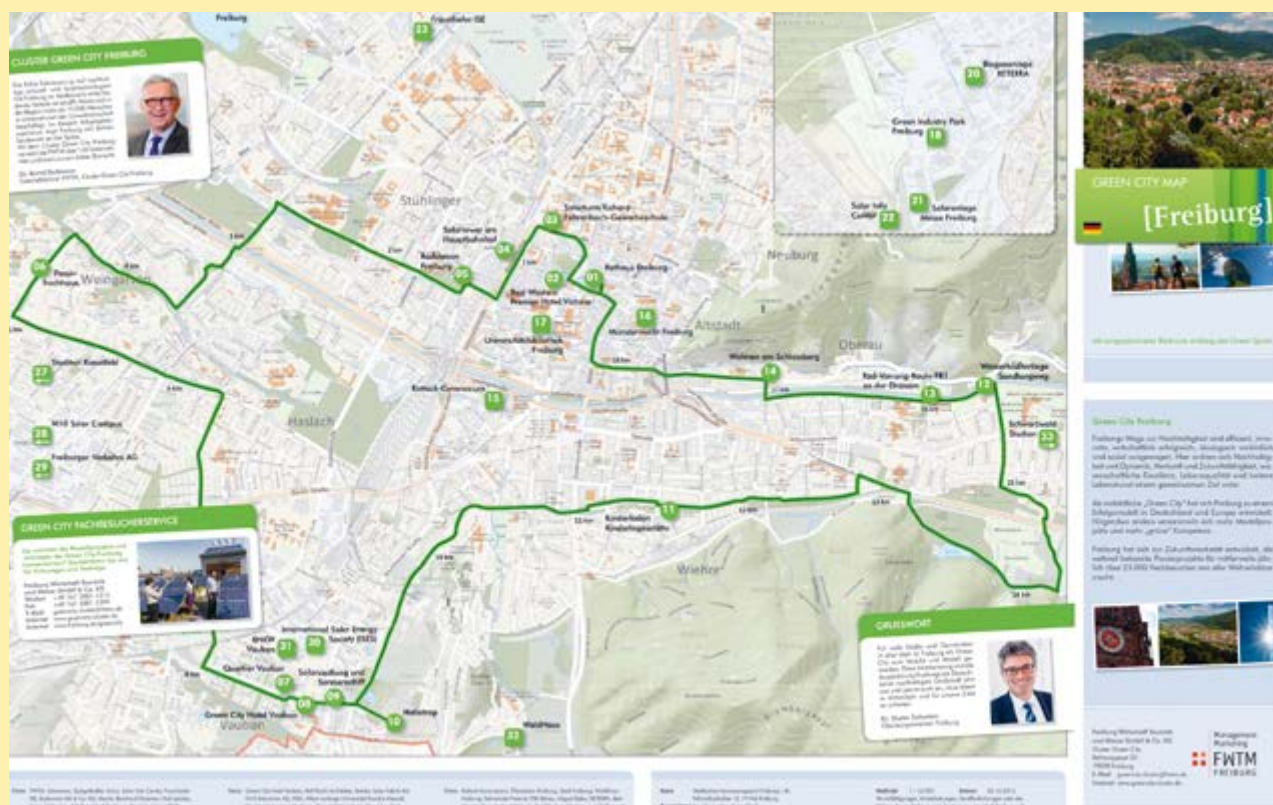
Die „Green City Map“ Freiburg ist eine Faltkarte im DIN-A2-Format, auf der ausgewählte „Green Spots“ im Bereich nachhaltiger Stadtentwicklung aufgezeigt und durch einen kurzen Textbeitrag beschrieben werden. Anhand dieser Karte können Fachbesucherinnen und -besucher, aber natürlich auch alle anderen Interessierten, beispielsweise entlang einer eingezeichneten Fahrradrouten die Leuchttürme der grünen Stadtentwicklung erkunden. Selbstverständlich ist auch ein Besuch der Sehenswürdigkeiten zu Fuß oder mit Bus und Bahn möglich. Leihfahrräder können unter anderem über die Freiburger Tourist Info gebucht werden. Hier können die besonderen Stadtpläne auch erworben werden.

Die Idee der „Green City Map“ Freiburg entstand während des Messeauftritts der Stadt auf der Weltausstellung 2010 in Shanghai, auf der Freiburg sich als eine von vier deutschen Modellstädten in der „Urban Best Practices Area“ präsentieren durfte. Dabei wurde klar, dass es für die zunehmende Anzahl von Fachpublikum in Freiburg, das speziell an nachhaltiger Stadtentwicklung interessiert ist, eines spezifischen Angebotes bedurfte. Zu den „Green Spots“, welche die Besucherinnen und Besucher auf der Route zu sehen bekommen, zählen neben dem bekannten „Ökostadtteil“ Vauban auch die Sanierung eines Wohnhochhauses zum Passivhochhaus in einer Freiburger Großwohnsiedlung, eine Wasserkraftanlage im Fluss Dreisam oder das „Solar Info



Grüne Leuchtturmprojekte mitten in Freiburg: der Ökostadtteil Vauban und die Messe

Die „Green City Map“



Die „Green Industry Park Map“



Center“, ein Technologie- und Dienstleistungszentrum für erneuerbare Energien und Energieeffizienz. Bei einigen Projekten können Interessierte nach Voranmeldung auch an Führungen teilnehmen. Zusätzlich hat das „Green City Büro“ der Stadt Kooperationsverträge mit spezialisierten Agenturen abgeschlossen, die als offizielle Partner qualifizierte Führungen für Fachpublikum durch die „Green City“ anbieten.

„Green Industry Park Map“

Neben der gesamtstädtischen Übersicht ausgewählter „Green Spots“ gibt es seit 2017 auch eine quartiersbezogene Übersicht über Pilotprojekte aus dem Bereich Industrie, Gewerbe und Dienstleistung. Im Rahmen der 2014 durch die Stadt Freiburg, die städtische Wirtschaftsförderung „Freiburg Wirtschaft Touristik und Messe“, den regionalen Energiedienstleister „badenova“ und das Fraunhofer-Institut für Solare Energiesysteme gestarteten Initiative „Green Industry Park Freiburg“ – abgekürzt GIP – soll das älteste und größte

Freiburger Industriegebiet mit 300 Hektar Fläche, 500 Betrieben und rund 12.000 Beschäftigten zu einem zukunftsweisenden, nachhaltigen, energie- und ressourceneffizienten Industriegebiet mit bundesweitem Modellcharakter entwickelt werden. Dabei geht es um die Vernetzung von engagierten Unternehmen und einzelbetrieblichen Lösungen, die gemeinsame Entwicklung neuer, innovativer Projekte und Modellvorhaben sowie das Aufzeigen und Nutzen von Einsparpotenzialen, Kooperations- und Optimierungsmöglichkeiten im Bereich Umwelt- und Klimaschutz. Hierfür wurde 2017 nach dem Vorbild der „Green City Map“ eine zusätzliche Faltkarte – ebenfalls im DIN-A2-Format – konzipiert, welche die Pilotprojekte im Industriegebiet Nord aufzeigt und beschreibt. Die neue GIP-Faltkarte in deutscher und englischer Sprache soll künftig – ergänzt durch Infotafeln, die bei den Pionierunternehmen vor Ort aufgestellt sind – insbesondere Fachbesucherinnen und -besuchern sowie Gruppen im Quartier als Orientierungshilfe dienen.

Beide Faltkarten werden sukzessive um neue Projekte wie den Smart Green Tower, ein Wohn- und Geschäftshaus mit Energiespeicher, oder das neue Freiburger Rathaus im Plusenergiestandard ergänzt. Auch das digitale Informationsangebot wird systematisch ausgebaut, um Fachpublikum und weiteren Interessierten aus dem In- und Ausland auch künftig einen informativen und inspirierenden Besuch der „Green City“ zu ermöglichen.

DR. MICHAEL RICHTER

Stellvertretender Abteilungsleiter Wirtschaftsförderung, Freiburg Wirtschaft Touristik und Messe GmbH & Co. KG, Cluster Green City Freiburg

FLORIAN FLETSCHINGER

Freiburg Wirtschaft Touristik und Messe GmbH & Co. KG, Cluster Green City Freiburg

Weitere Informationen

www.freiburg.de/greencity
www.greencity-cluster.de

TANJA FRAHM, JEANETT KIRSCH, JÖRG ZÖLLNER

EnergieRoute durch das Aller-Leine-Tal – eine gelungene Verbindung von Klimaschutz und Radtourismus

Die EnergieRoute im Aller-Leine-Tal führt Gäste und Einheimische von Verden bis nach Celle. Über den Aller-Fernradweg geht es durch eine abwechslungsreiche niedersächsische Flusslandschaft. Das Aller-Leine-Tal – kurz A.L.T. genannt – hat nicht nur eine wichtige Erholungsfunktion, sondern ist sowohl traditioneller als auch moderner Energiestandort. Deshalb verknüpft die Route 44 bestehende regionale Aktivitäten, Demonstrationsobjekte und Attraktionen zu den Themen Energiewende und

Klimaschutz. Besucherinnen und Besucher erwarten nachahmenswerte Beispiele der Nutzung von Sonnenenergie, Wasser- und Windkraft sowie Erdwärme, Biogas und Holz als nachwachsendem Rohstoff. Neben den erneuerbaren Energien, auf die das A.L.T. heute als sogenannte „100%-EnergieRegion+“ gezielt setzt, wird auch Energie-Geschichte erlebbar gemacht: Erdölförderung, Wasserräder, Holländer- und Bockwindmühlen sind ebenfalls Bestandteile der Route im Aller-Leine-Tal.

Die EnergieRoute im Überblick



Sanften Tourismus und erneuerbare Energien kombinieren

Das Projekt EnergieRoute beruht auf einer Initiative der bereits seit 1996 im Aller-Leine-Tal bestehenden Projektgruppe „Erneuerbare Energien“, einem Zusammenschluss von etwa 50 Bürgerinnen und Bürgern, Vertreterinnen und Vertretern aus Land- und Forstwirtschaft, Gewerbe und Handwerk, des Naturschutzes sowie aus Politik und Verwaltung. Diese Gruppe hat zahlreiche Projekte zur Steigerung der Akzeptanz und Ausweitung verschiedener erneuerbarer Energieträger erfolgreich umgesetzt. Zentrale Themen waren zwischen 1996 und 2001 die Wind- und von 2001 bis 2006 die Solarenergie. Seit 2007 ist die Versorgung aus mindestens 100 Prozent erneuerbaren Energien das Schwerpunktthema der Projektgruppe. Beispiele für die vielfältigen Projekte sind: der Bau eines Bürgerwindrads, die Erstellung eines Solarkatasters, der Bau von gemeinschaftlichen Solaranlagen, die Durchführung von Modellprojekten in den Bereichen Biogas und Holzfeuerung, die Erprobung des Einsatzes eines Holzbündlers, die Errichtung eines Kindergartens, der seinen Strom- und Wärmebedarf zu 100 Prozent aus Geo- und Solarenergie deckt, die großflächige Umstellung der Straßenbeleuchtung auf Energiesparleuchten, die Erstellung eines Klimaschutzteilkonzeptes für 114 öffentliche Gebäude, die Ausrichtung mehrerer EnergieEntdecker-Tage mit Informationen zu regenerativen Energien in

(Vor-)Führungen, Ausstellungen und Fachvorträgen sowie mehrere Schulprojekte.

Mit dem Projekt EnergieRoute gelang im Jahr 2005 ebenfalls ein wichtiger Schritt. Ziel war es, die einzelnen Projekte rund um das Thema erneuerbare Energien miteinander und mit dem sanften Tourismus, dem sich das A.L.T. seit Mitte der 1990er Jahre verschrieben hatte, zu verknüpfen. Auch sollten neue Mitstreiterinnen und Mitstreiter zur Umsetzung von Projekten gewonnen und die Region landes- und bundesweit bekannt gemacht werden. Dass der sanfte Tourismus eine wichtige Rolle im A.L.T. spielt, zeigen zahlreiche Projekte im Bereich Rad-, Wasser-, Reit- und Wandertourismus. Leitprojekt ist dabei der Aller-Fernradweg mit mehreren thematischen Regionalschleifen durch die Flussauenlandschaft. Zusammen mit weiteren touristischen Akteuren aus der Region entwickelt der Zweckverband Aller-Leine-Tal touristische Angebote zum Erleben von Natur und Kultur und vermarktet sie. Dazu gehören unter anderem mehrtägige Radwandertouren durch die Region mit Unterkunft und Gepäcktransfer, traditionelle Floßfahrten auf der Aller und geführte Tagesradtouren, zum Beispiel auf den Spuren der „Bremer Stadtmusikanten“ und des „Postmeisters Stechinelli“.

Die Planungen für das Projekt EnergieRoute begannen im Frühjahr 2005, die Umsetzung erfolgte im ersten Halbjahr 2006. Im Juli 2006 wurde die EnergieRoute im Rahmen eines Energie Entdeckertages eröffnet.

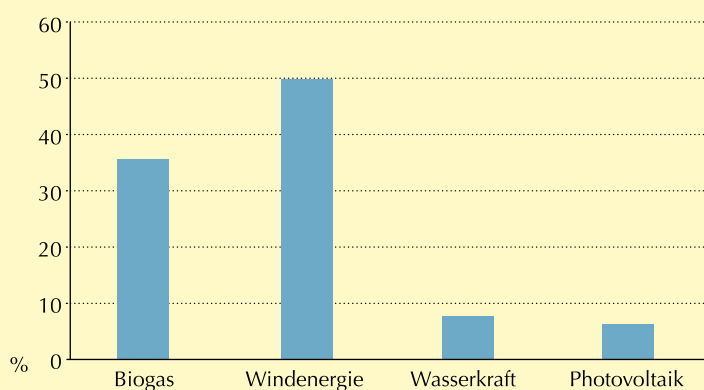
100%-EnergieRegion+: Klimaschutz im Aller-Leine-Tal

Im Aller-Leine-Tal leben knapp 70.000 Menschen in den acht (Samt-)Gemeinden Hambühren, Wietze und Winsen (Aller) im Landkreis Celle, Ahlden, Rethem (Aller) und Schwarmstedt im Landkreis Heidekreis sowie Dörverden und Kirchlinteln im Landkreis Verden. Die Kommunen im Heidekreis arbeiten bereits seit 1995 eng zusammen. Seitdem bringen zahlreiche Projektgruppen innovative Projekte auf den Weg. 2001 wurde die Kooperation auf die Kommunen in den Landkreisen Celle und Verden im Rahmen der LEADER-Förderung der Europäischen Union ausgedehnt. Zentrales Element des Regionalentwicklungsprozesses war und ist die intensive Beteiligung von Bürgerschaft, Politik und Verwaltung sowie von Fachleuten aus dem A.L.T. Auf diese Weise wird das Know-how der Menschen genutzt, die Kreativität der Region gebündelt und konkrete Projekte können auf den Weg gebracht werden.

Das A.L.T. hat sich zum Ziel gesetzt, als „100%-EnergieRegion+“ ein positives Beispiel für den bewussten Umgang mit Energie in einer ländlich geprägten Region zu sein. Dazu soll die Versorgung mit Strom und Wärme vollständig aus erneuerbaren Energiequellen erfolgen. Für den Bereich Strom ist dies bereits gelungen: Rechnerisch deckt die im Aller-Leine-Tal aus erneuerbaren Energien erzeugte Strommenge rund 140 Prozent der insgesamt pro Jahr verbrauchten Strommenge in der Region.

Regionaler CO ₂ -Rechner						
CO ₂ -Ersparnis/jährlich			188.323 Tonnen		0,5 kg je erzeugter kWh	
Kaufkraftgewinn für A.L.T./jährlich			53,07 Mio. Euro		durchschn. Euro, 166/kWh Vergütung gem. EEG	
Aufteilung	in 1000 kWh p.a.	in %	installierte Leistung in kW	in %	Einspeisevergütung je 1 kWh im Schnitt €/ct*	Einspeisevergütung p.a. T€
Biogas	135.128	35,88	16.891	11,13	18,9	25.539
Windenergie	189.540	50,32	101.662	66,97	9,5	18.006
Wasserkraft	28.703	7,62	5.530	3,64	9,5	2.727
Photovoltaik	23.270	6,18	27.719	18,26	29,5	6.795
BHKW	5	0,00	-	-		
Summe	376.646	100,00	151.802	100,00		53.067

*Basis für diese Zahlen: Bundesministerium für Wirtschaft und Energie; Energie in Zahlen, Oktober 2016



Aufteilung der Quellen von erneuerbaren Energieträgern zur Stromerzeugung im A.L.T.

Land Niedersachsen die Studie als niedersächsisches Modellprojekt finanziell unterstützt. Die wesentlichen Inhalte dieser Energiestudie sind in das Regionale Entwicklungskonzept (REK) für die Förderperiode 2014 bis 2020 eingeflossen und stellen unter dem Motto „Hier fließt ENERGIE“ den roten Faden der Entwicklungsstrategie dar. Geplant ist, mithilfe von LEADER-Fördermitteln verschiedene Projekte rund um die Themen Energiewende und Klimaschutz umzusetzen: zum Beispiel E-Carsharing und Energie-Erlebnis-Gärten sowie eine Machbarkeitsstudie zur Fließwasser- und Erdwärme.

Besonders für Kommunen im ländlichen Raum sind auch positive ökonomische Auswirkungen bei der Umsetzung von Klimaschutzmaßnahmen von entscheidender Bedeutung. Der Ausbau von erneuerbaren Energien trägt maßgeblich zur regionalen Wertschöpfung bei und schafft persistente Strukturen mit langfristigen Synergieeffekten. Die Kommunen bekommen zusätzliche Gewerbesteuern aus Biogas- und Windenergieanlagen sowie Einkommenssteuern der Unternehmen. Die Bürgerinnen und Bürger profitieren von den Einspeisungsvergütungen aus dem Erneuerbare-Energien-Gesetz und die Firmen von der Installation und Betreuung der Photovoltaik-, Windenergie- und Biogasanlagen. Im Aller-Leine-Tal haben sich zahlreiche Unternehmen mit Schwerpunkt im Bereich der erneuerbaren Energie angesiedelt, wie zum Beispiel ein Betrieb in Rethem (Aller), der auf die Entwicklung und Herstellung von elektrischer Ausrüstung für regenerative Energieerzeuger spezialisiert ist. Die aktive Beteiligung des A.L.T. an der Energiewende schafft und sichert Arbeitsplätze in der Region.

Aktive zeigen das Motto des regionalen Entwicklungskonzepts „Hier fließt ENERGIE“



Energiegeladene Akteure der EnergieRoute

Träger der EnergieRoute ist die Projektgruppe „Erneuerbare Energien“ unter Beteiligung der ortsansässigen Handwerksbetriebe sowie von Vertreterinnen und Vertretern aus Kommunalpolitik und -verwaltung. Unterstützt wird das Projekt von allen acht Kommunen, die entlang der EnergieRoute liegen, sowie den Touristikverbänden der Region, insbesondere dem Zweckverband Aller-Leine-Tal. Die Route wurde gemeinsam mit ihnen abgestimmt. Darüber hinaus konnten private Betreiberinnen und Betreiber von Anlagen zur regenerativen Stromerzeugung durch Wasserkraft, Windenergie, Solarenergie und Biogas für eine Mitwirkung gewonnen werden sowie verschiedene Heimatvereine, regionale Naturschutzverbände, Museen und öffentliche Einrichtungen wie beispielsweise das Aller-Erlebniszentrum in Westen oder das Kulturforum Burghof Rethem. Die Grund- und Oberschule in Rethem (Aller) beteiligte sich mit einem Schulprojekt und erarbeitete eine Dauerausstellung für die EnergieRoute. Das Planungsbüro KoRiS – Kommunikative Stadt- und Regionalentwicklung aus Hannover erhielt den Auftrag, die EnergieRoute konzeptionell auszuarbeiten, Informationstafeln, ein Handbuch und ein Faltblatt zu gestalten und die Inhalte hierfür zu erarbeiten.

Die Kosten zur Umsetzung der EnergieRoute betrugen rund 65.000 Euro. Finanziert wurde das Projekt aus Mitteln des europäischen LEADER+-Programms (rund 27.000 Euro) und einer Förderung von Bingo-Lotto und der Umweltlotterie der Niedersächsischen Lottostiftung (rund 13.300 Euro). Zusätzlich konnte ein Preisgeld in Höhe von 20.000 Euro aus der Aktion „Bürger initiieren Nachhaltigkeit“ des Bundesministeriums für Bildung und Forschung eingesetzt werden. Den Restbetrag finanzierten die acht (Samt-)Gemeinden des Aller-Leine-Tals.

Formen der erneuerbaren Energie

Das übergeordnete Motto der EnergieRoute lautet „Energie ist Leben – Leben braucht Energie“. Dabei geht es um die Wirkung und Nutzung von Energie in unterschiedlichen Erscheinungsformen als physikalische und als menschliche Energie, hier im Sinne von Willensstärke und Tatkraft. Die einzelnen Stationen zeigen unterschiedliche

Wege, vor Ort erneuerbare Energien zu erzeugen: Wasserkraft, Windenergie, Erdwärme, Solarenergie, Biogas und Holz:

- Die Nutzung von Wasserkraft besitzt eine lange Tradition im Aller-Leine-Tal. Schon im Mittelalter gab es Wasserräder an Aller, Leine, Weser und Böhme. Noch heute genutzte große Wasserkraftwerke sind in Oldau, Marklendorf und Dörverden zu finden. Hinzu kommen kleinere Wasserturbinen und Wasserräder wie zum Beispiel in Neumühlen.
- Die Windenergienutzung im Aller-Leine-Tal wurde in den 1990er Jahren auf Initiative der Projektgruppe „Erneuerbare Energie“ in einem gemeinsamen Flächennutzungsplan für drei Samtgemeinden geregelt. Anschließend hat die Projektgruppe mit Unterstützung der Samtgemeinden 2001 die Bürgerwindkraftanlage ALwine errichtet. Sie wird durch die „Aller-Leine-Tal-Windenergie GmbH & Co. Kommanditgesellschaft“ betrieben. Insgesamt sind mittlerweile 75 Bürgerinnen und Bürger sowie einige Institutionen, wie der Zweckverband Aller-Leine-Tal, an der Gesellschaft beteiligt.

Bürgerwindkraftanlage ALwine mit Mitgliedern der Projektgruppe „Erneuerbare Energien“



- Die Erdwärmenutzung steht im Aller-Leine-Tal noch in ihren Anfängen, aber die Voraussetzungen für die Nutzung in der norddeutschen Tiefebene sind sehr gut. Die installierte Erdwärmeheizung im Aller-Erlebnis-Zentrum in Dörverden-Westen ist eine Station der EnergieRoute.
- Die größten Erfolge kann das Aller-Leine-Tal im Bereich der Solarenergienutzung verbuchen: Unzählige Solaranlagen, darunter viele kommunale Demonstrationsprojekte und gemeinschaftlich betriebene Bürgeranlagen, zeugen vom großen Engagement der ortsansässigen Bevölkerung und der Kommunen. Ein Beispiel hierfür ist der Solarkindergarten in Häuslingen, der auch Teil der EnergieRoute ist.
- Der Schwerpunkt Biogaserzeugung im Aller-Leine-Tal liegt in der Samtgemeinde Rethem (Aller), so dass hier drei Biogasanlagen als Stationen der EnergieRoute mit aufgenommen wurden.
- Der Waldanteil im A.L.T. liegt mit 35 Prozent über dem niedersächsischen Durchschnitt – damit sind die Voraussetzungen zur energetischen Nutzung von Holz vergleichsweise günstig. Dieses Potenzial nutzt zum Beispiel das Biomasseheizwerk in Verden, das mit Schwachholz und Abfallhölzern ein kommunales Nahwärmenetz versorgt und eine weitere EnergieRoute-Station ist.

EnergieRoute – 44 attraktive Energie-Stationen

Die EnergieRoute ist als Rad-Themenroute konzipiert und eine ideale Ergänzung zum bereits bestehenden Aller-Fernradweg. Sie soll den Fahrradtourismus durch Informationen rund um das Thema Energie bereichern und sowohl dem sanften Tourismus als auch dem Klimaschutz Entwicklungsimpulse geben. Interessierte können sich über Infotafeln am Wegesrand einen schnellen Ein- bzw. Überblick verschaffen oder aber Angebote für vertiefende Informationen wahrnehmen. Ziel der Route ist die Sensibilisierung für lokale Nachhaltigkeit, die Vorstellung innovativer Projekte und die Gewinnung weiterer Interessierter für Energiethemen.

Die EnergieRoute kann bei Tagesausflügen ebenso wie bei Rad-Fernreisen genutzt werden. Zwei Alternativstrecken eingeschlossen, sind mehr als 100 Kilometer mit dem Rad erfahrbar. Für die EnergieRoute wurde ein eigenes Logo in Form einer Glühbirne entwickelt. Hiermit ist die Strecke durch Einsteckschilder an den Wegweisern des Aller-Fernradweges ausgeschildert. Die EnergieRoute ist aber nicht nur für Radfahrbegeisterte, Erholungssuchende sowie Touristinnen und Touristen attraktiv, sondern ebenso für fachlich Interessierte und Schülergruppen.

Informationstafel einer Station der EnergieRoute – „Glühbirne“ als Radwegweiser der EnergieRoute





Handbuch EnergieFührer – Informationen für Einheimische sowie Touristinnen und Touristen im praktischen Format

Die Tour erhält ihren besonderen Reiz durch die meist ungewohnte Perspektive unter der eigentlich Bekanntes neu entdeckt werden kann. Das Selbst-Entdecken und -Erfahren steht dabei im Vordergrund. An allen 44 EnergieStationen befinden sich Informationstafeln, die über die jeweilige Station übersichtlich und fachlich fundiert berichten.

An vielen Stationen können gegen ein kleines Entgelt auch Vorträge oder Führungen von Fachleuten gebucht werden – damit wird das Angebot aktuell gehalten und trägt den jeweils neuesten inhaltlichen und fachlichen Entwicklungen Rechnung. An einigen Stationen können die Besucherinnen und Besucher auch selbst aktiv werden. Informationen dazu sind in einem EnergieFührer, auf den Informationstafeln vor Ort und im Internet erhältlich. So ist es möglich, auf die Bürgerwindkraftanlage ALwine zu steigen, den 55 Meter hohen Ölberg in Wietze zu erklimmen oder sich mit seinen Kindern auf dem Wasserspielplatz mit solarbetriebenen Bachlauf am Amtshaus in Westen



auszupowern. Außerdem können Interessierte zu Fuß und mit dem Fahrrad auf der Solarfähre von Westen nach Otersen über die Aller setzen und danach im AllerCafé im Dorfladen Otersen einkehren. Das Aller-Erlebniszentrum in Westen, der Burghof in Rethem, das Wasserkraftwerk in Hambühren-Oldau und das Deutsche Erdölmuseum in Wietze sind außerdem Standorte für Dauerausstellungen zum Thema Energie.

Ein wichtiger Baustein des Projekts ist auch der EnergieFührer, von dem 2.000 Stück gedruckt wurden und der für 4,50 Euro in den Tourismus-Informationsstellen und in den Rathäusern erhältlich ist. Dieses Handbuch bietet vertiefendes Fachwissen zu allen 44 EnergieStationen, Routenpläne für Radfahrerinnen und Radfahrer und umfangreiche Informationen zu erneuerbaren Energien und deren aktueller Nutzung. Ferner erfahren die Leserinnen und Leser etwas über die Geschichte der Erdölförderung in der Heide und über den Kaliabbau im A.L.T. zu Beginn des 20. Jahrhunderts. Ergänzend dazu existieren ein Faltblatt, das breit in der Region und auch auf Messen wie der Interna-

tionalen Grünen Woche in Berlin verteilt wurde, eine eigene Internetpräsenz (www.energie.aller-leine-tal-navigator.de) und ein Eintrag im Baedeker Reiseführer „Deutschland – Erneuerbare Energien entdecken“.

Die gesamte Route kann individuell geplant werden, hilfreich ist hier der webbasierte Radfahr-Navigator des Aller-Leine-Tals, der nicht nur die EnergieRoute, sondern auch Informationen rund um touristische Angebote der Region enthält. Informationen über die „100%-EnergieRegion+“ sind unter www.allerleinetal.de zu finden. Für alle touristischen Fragen stehen die Touristeninformationen im A.L.T. zur Verfügung, insbesondere der Zweckverband Aller-Leine-Tal, der auch die Buchung von Pauschalangeboten zum Aller-Fernradweg anbietet.

Die EnergieRoute und ihre Zukunft

Die Verbindung der punktuellen Projekte durch die EnergieRoute hat dazu geführt, dass die Aktivitäten der Projektgruppe „Erneuerbare Energien“ dauer-

Besondere Attraktion, gerade für Touristinnen und Touristen: die Solar-Fähre



haft in der Region präsent sind. Damit hat sie das Thema Energiewende und Klimaschutz umfassend in die Öffentlichkeit getragen. Seit ihrer Eröffnung wurde die EnergieRoute als deutliche Aufwertung des bestehenden Aller-Fernradweges sehr gut angenommen. Sie hat an vielen der ausgewiesenen EnergieStationen zu einem beachtlichen Zuwachs an Besucherinnen und Besuchern geführt. Die Aktualität und gesellschaftliche Relevanz des Themas Energiewende und Klimaschutz haben sicherlich ebenfalls dazu beigetragen, dass viele Bewohnerinnen und Bewohner der Region zu Besichtigungen einzelner Stationen animiert wurden.

Ein Vorteil der EnergieRoute ist es, dass sie jederzeit durch innovative Aktivitäten, Vorträge und Angebote weiterentwickelt werden kann. Dies ist auch bereits geschehen: 2012/2013 wurde die EnergieRoute überarbeitet. Dabei wurden neue, erlebnisorientierte Stationen – zum Beispiel der mit erneuerbaren Energien ausgestattete Dorfladen und das Radlercafé in Otersen – aufgenommen und der Internetauftritt aktualisiert. Dies gelang mithilfe von LEADER-Fördermitteln, die dem A.L.T. in jeder För-

derperiode in Höhe von rund zwei Millionen Euro für die Umsetzung von Projekten zur Verfügung standen beziehungsweise stehen.

In den vergangenen zehn Jahren wurden immer wieder einzelne Stationen erneuert oder aktualisiert. Manchmal handelte es sich um kleine Maßnahmen, wie zum Beispiel den Ersatz von Informationstafeln, da diese verwittert waren oder die Informationen aktualisiert werden mussten. Manchmal wurden einzelne Stationen mit umfangreichen LEADER-Mitteln aufgewertet:

- 2014 erhielt die Solar-Allerfähre eine neue Anlegestelle. Durch diese Anlegestelle können die Solar-Gel-Akkus in den Fähren mit Sonnenstrom aufgeladen werden und müssen dafür nicht mehr ausgebaut werden. Zum Start in die Saison 2016 hat der Heimat- und Fährverein Otersen eine neue Solar-Allerfähre angeschafft, da die alte Fähre nicht mehr verkehrssicher war. Die Fährstelle selbst besteht seit dem 16. Jahrhundert. Nachdem 1967 der Fährbetrieb eingestellt wurde, folgte dreißig Jahre später seine

*Energie erzeugen wie
vor fast 500 Jahren:
Bockwindmühle Rethem*





Im EnergieFührer weisen praktische Fahrradkarten den Weg von Station zu Station

Wiederaufnahme mit der Solar-Allerfähre. In Niedersachsen ist sie die einzige Solarfähre, die über einen Fluss führt, außerdem ist sie Deutschlands zweitkleinste Binnenfähre. Betrieben wird sie von vielen ehrenamtlichen Helfern des Heimat- und Fährvereins Otersen. Insgesamt 70 freiwillige Fährleute halten den reibungslosen Ablauf des Betriebes aufrecht, der 1999 mit dem Deutschen Solarpreis ausgezeichnet wurde.

- LEADER-Mittel erhielt auch die Stadt Rethem (Aller) für die Restaurierung ihrer Bockwindmühle aus dem Jahr 1594, eine der ältesten ihrer Art in Niedersachsen. 1953 hatte der damalige Landkreis Fallingbommel dieses Wahrzeichen von überregionaler Bedeutung von einem privaten Eigentümer gekauft und der Stadt Rethem anlässlich des 600-jährigen Stadtjubiläums zum Ehrengeschenk gemacht. Da die Standsicherheit der Bockwindmühle nicht gewährleistet werden konnte und die Flügelblätter abgängig waren, war die Sanierung dringend notwendig. Heute strahlt die Bockwindmühle in neuem Glanz und kann wieder besichtigt werden. Dafür werden für interessierte Besucherinnen und Besucher Führungen angeboten.

Auch für die Zukunft sind weitere Maßnahmen geplant. Noch 2018 soll mit der Sanierung und Umgestaltung des 54 Meter hohen Bohrturms, dem Wahrzeichen des Erdölmuseums in Wietze (Landkreis Celle), begonnen werden. Ziel ist es, ihn als zentralen Baustein in der musealen Vermittlungsarbeit als kulturell-landschaftliche Landmarke und Aussichtspunkt zu etablieren.

Am Allerwehr zwischen Hornbostel und Bannetze (Landkreis Celle) soll sich zukünftig das weltweit größte Stahlwasserrad drehen und Strom für 1.000 Haushalte liefern. Hierbei handelt es sich um eine Forschungswasserkraftanlage, mit der die technische Machbarkeit einer weltweit einzigartigen Wasserkrafttechnologie zur Erschließung eines bisher technisch und

wirtschaftlich nicht nutzbaren Wasserkraftpotenzials im Bereich der niederen Fallhöhen und großen Durchflussmengen nachgewiesen werden soll.

Die Pflege der EnergieRoute wird von den Betreibern der Stationen selbst, von den jeweiligen Kommunen, vom Zweckverband Aller-Leine-Tal oder von ehrenamtlichen Mitgliedern der Projektgruppe „Erneuerbare Energien“ übernommen. Ein weiterer Akteur ist das LEADER-Regionalmanagement, das beim Planungsbüro KoRiS angesiedelt ist. Hier liegen gebündelt die Informationen zur EnergieRoute vor und KoRiS unterstützt auch die Akteure bei der Finanzierung der Maßnahmen über die LEADER-Förderung.

Diese Arbeitsteilung ist einerseits vorteilhaft, da sich die Arbeit auf mehrere Schultern verteilt. Andererseits ist sie nachteilig, da keine zentralen Zuständigkeiten und Verantwortlichkeiten für die Realisierung größerer Maßnahmen existieren. Schwierigkeiten macht hier auch die Landkreisgrenzen übergreifende Zusammenarbeit, da dadurch mehrere Tourismusverbände für das Aller-Leine-Tal zuständig sind. Zudem handelt es sich bei den acht (Samt-)Gemeinden um kleine Kommunen mit einer verhältnismäßig geringen Personalausstattung, die freiwillige Aufgaben nur in begrenztem Umfang leisten können. So ist als einer

der nächsten Schritte ein Projektträger unter den A.L.T.-Kommunen zu suchen, der den zur EnergieRoute gehörigen EnergieFührer grundsätzlich überarbeitet. Das Handbuch muss aktualisiert, ergänzt und auf seine Eignung für Reiseleitungen überprüft werden. Eine weitere Idee ist es, Gäste-führerinnen und -führer zum Thema „100%-EnergieRegion+“ Aller-Leine-Tal auf Grundlage des Handbuchs „EnergieFührer“, der Energiestudie sowie der zu den Themen Energiewende und Klimaschutz umgesetzten A.L.T.-Projekte fortzubilden. Dank der LEADER-Mittel, die dem A.L.T. zur Verfügung stehen, ist davon auszugehen, dass den

Akteuren dies gelingen wird und die EnergieRoute noch viele weitere Jahre bestehen bleibt, so dass weiterhin der sanfte Tourismus und die Umwelt von ihr profitieren. ■

Weiterführende Informationen

*Projektgruppe „Erneuerbare Energien“,
Faltblatt EnergieRoute Aller-Leine-Tal
„Erleben und Erfahren“, Schwarmstedt 2013*

*Zweckverband Aller-Leine-Tal,
EnergieRegion Aller-Leine-Tal:
Energieführer, Schwarmstedt 2006*



TANJA FRAHM

Mitglied der Geschäftsführung beim Planungsbüro KoRiS – Kommunikative Stadt- und Regionalentwicklung, Hannover. Auftraggeber von KoRiS sind die acht (Samt-)Gemeinden des Aller-Leine-Tals.

Seit 2005 begleitet und unterstützt Tanja Frahm als LEADER-Regionalmanagerin Akteure aus Kommunen, Wirtschaft, dem Sozialbereich und der Bürgerschaft im Aller-Leine-Tal. Tanja Frahm hat an der Universität Hannover Landschafts- und Freiraumplanung studiert.



JEANETT KIRSCH

Seit 2014 Mitarbeiterin beim Planungsbüro KoRiS – Kommunikative Stadt- und Regionalentwicklung, Hannover

2014 übernahm Jeanett Kirsch federführend das LEADER-Regionalmanagement im Aller-Leine-Tal. Sie hat Geographie an der Universität Bremen sowie Regionalmanagement und Wirtschaftsförderung an der Hochschule für angewandte Wissenschaft und Kunst in Göttingen studiert.



JÖRG ZÖLLNER

Ehrenamtlicher Akteur seit 1995; wohnhaft in Schwarmstedt (Aller-Leine-Tal)

Jörg Zöllner hat als Mitglied der Projektgruppe „Erneuerbare Energien“ maßgeblich die Energieroute Aller-Leine-Tal konzipiert. Zudem ist er in der Lokalen Aktionsgruppe der LEADER-Region Aller-Leine-Tal aktiv und dort für den Bereich Generationen/Jugend zuständig.

EXKURS > Praxisleitfaden „Nachhaltigkeit im Deutschlandtourismus“

Ob überschwemmte Altstädte, Strandabspülungen oder der Rückgang schneesicherer Skigebiete – auch in den deutschen Reisezielen machen sich die Auswirkungen des Klimawandels bemerkbar. Der Tourismus ist dabei Betroffener und Mitverursacher zugleich: Auf der einen Seite ist das Klima eine der natürlichen Ressourcen, die das touristische Angebot einer Destination mitbestimmen. Auf der anderen Seite verursacht der Tourismus Emissionen von Treibhausgasen. Mehr denn je sind die touristischen Destinationen gefordert, Klimaeffekte zu identifizieren

und Klimaschutzmaßnahmen und Anpassungsstrategien umzusetzen.

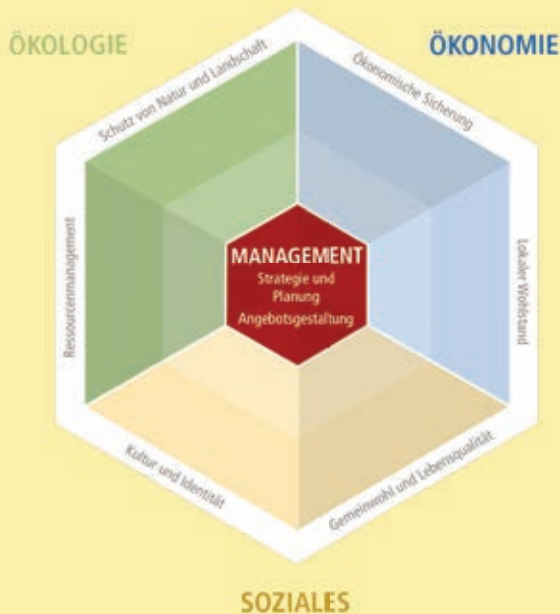
Ohne Zweifel ist die nachhaltige Ausrichtung einer ganzen Tourismusdestination kein leichtes Unterfangen. Hier müssen unter anderem Bürgerinnen und Bürger, Verkehrsanbieter, Vertreterinnen und Vertreter aus Gastronomie, Beherbergung, Naturschutz und Marketing sowie lokale Produzentinnen und Produzenten an einen Tisch gebracht, überzeugt und zum Mitmachen motiviert werden. Auch der stetige Austausch mit den kommunalen Stellen, die Klimaschutzaktivitäten koordinieren – sei es das Umwelt-, Stadtplanungs- oder Bauamt oder ein eigenes eingesetztes Klimaschutzmanagement – spielt eine wichtige Rolle.

Wo eine touristische Destination – egal ob Seebad, Skiregion oder Kulturmetropole – ansetzen kann, zeigt der Praxisleitfaden „Nachhaltigkeit im Deutschlandtourismus“, der im Jahr 2016 unter der Projekträgerschaft des Deutschen Tourismusverbandes e. V. erschienen ist [1]. Gefördert wurde das Projekt durch das Bundesamt für Naturschutz mit Mitteln des Bundesumweltministeriums. Eine Aufgabe der Destinationen ist es zum Beispiel, Tourismusbetriebe für die Reduzierung von Emissionen durch Energiechecks oder spezielle Energiesparkampagnen, wie die des Deutschen

Hotel- und Gaststättenverbandes, zu sensibilisieren. Ein weiterer Schwerpunkt liegt auf der Entwicklung von umweltfreundlichen Mobilitätskonzepten, die es dem Gast erleichtern, spätestens am Reiseziel vom Pkw auf öffentliche Verkehrsmittel umzusteigen. Der Praxisleitfaden geht aber über die Handlungsfelder von Klimaschutz und Klimawandel hinaus, indem er praxistaugliche, bundesweit anwendbare Kriterien für Tourismusdestinationen liefert, die den komplexen Nachhaltigkeitsgedanken in die Praxis umsetzen möchten. Dafür wurde Pionierarbeit geleistet: 1.364 Kriterien nationaler, internationaler und europäischer Nachhaltigkeitsstandards im Tourismus wurden gesammelt, miteinander verglichen und bewertet. Das Ergebnis sind 40 Kriterien, die sich auf acht Handlungsfelder verteilen und ökologische, ökonomische, soziale sowie managementbezogene Aspekte berücksichtigen. Dabei wird ein breites Spektrum an beispielhaften Umsetzungsmöglichkeiten vorgestellt und es werden für jede lokale Voraussetzung Lösungen aufgezeigt, um nachhaltige Entwicklungen im Tourismussektor auf verschiedenen Ebenen zu realisieren. Das Spektrum reicht von einem klaren Bekenntnis zur nachhaltigen Ausrichtung über die Förderung der umweltfreundlichen Mobilität bis zum Erhalt regionaltypischer Ortsbilder.

Nützliche Hilfe für alle Tourismus-Destinationen, ob Region, Großstadt oder Gemeinde





Handlungsfelder für nachhaltige Tourismusdestinationen

Trotz der Breite an vorgeschlagenen Maßnahmen ist der Leitfaden bewusst niedrigschwellig angelegt, er soll Berührungsängste abbauen und auch kleine Kommunen und Organisationen anregen, sich dem Thema Nachhaltigkeit Schritt für Schritt zu nähern und einzelne Handlungsfelder zu bearbeiten. Bewusst wurde mit dem Leitfaden kein neues Label, Zertifikat oder Siegel geschaffen, sondern ein kostenfreies Standardwerk mit praxistauglichen Handlungsempfehlungen und Checklisten entwickelt, das von allen Tourismusdestinationen genutzt werden kann und soll. Seinen großen Praxistest hat der Leitfaden beim „Bundeswettbewerb Nachhaltige Tourismusdestinationen in Deutschland 2016/2017“, den der Deutsche Tourismusverband gemeinsam

mit dem Bundesumweltministerium und dem Bundesamt für Naturschutz ausgelobt hatte, bereits bestanden. Die 40 Kriterien des Leitfadens lieferten die messbare Grundlage für die Bewertung der 27 Bewerber. Als Sieger setzte sich das Biosphärengebiet Schwäbische Alb durch. Im Finale standen zudem das Biosphärenreservat Bliesgau, die Stadt Celle (siehe Beitrag S. 14), die Nordseeinsel Juist (siehe Exkurs, S. 40) und die Nordeifel (siehe Beitrag S. 28). Daneben würdigte die Jury besondere Leistungen mit Sonderpreisen [2].

DIRK DUNKELBERG

Stellvertretender Hauptgeschäftsführer Deutscher Tourismusverband e. V.

CHECKLISTE FÜR DESTINATIONSMANAGER/INNEN: NACHHALTIGE ANGEBOTSGESTALTUNG

Entwicklung und Gestaltung nachhaltiger touristischer Angebote in der Destination

- ☐ Für die Destination existieren eine Kommunikations-/Marketingstrategie sowie ein jährlicher Marketingplan, in denen Ziele, Strategien und Maßnahmen zur touristischen Vermarktung der Destination ausformuliert sind.
- ☐ Ihre Kommunikationsmittel sind in einem einheitlichen Corporate Design gehalten, zeugen von einer klaren Zielgruppenansprache und sind auch mehrsprachig verfügbar.
- ☐ Ihre Werbebotschaften präsentieren die Destination wie die Bewohner/innen respektvoll und geben ein authentisches Abbild der Destination wieder.
- ☐ Sie informieren touristische Betriebe über mögliche Nachhaltigkeitsaktivitäten und geben Anreize zur Umsetzung dieser Aktivitäten.
- ☐ Sie informieren Tourismusbetriebe über Möglichkeiten der Umwelt- und Nachhaltigkeitszertifizierung.
- ☐ Sie sorgen dafür, dass die destinationsweite Gästezufriedenheit regelmäßig erfasst wird.
- ☐ Sie motivieren Tourismusbetriebe, an Qualitätsoffensiven und -programmen teilzunehmen.
- ☐ Sie führen mit Vertretern und Vertreterinnen von Naturschutz und Kultur sowie mit touristischen Anbietern einen offenen Dialog im Hinblick auf die Steuerung des Besucherverhaltens.
- ☐ Gemeinsam mit Vertreter/innen von Naturschutz und Kultur sowie mit touristischen Anbietern haben Sie Grundsätze und Verhaltensregeln für ein angemessenes Besucherverhalten in sensiblen Gebieten und bei Sehenswürdigkeiten erarbeitet.
- ☐ Sie stellen sicher, dass auch Menschen mit Einschränkungen oder besonderen Bedürfnissen die touristischen Sehenswürdigkeiten und Einrichtungen besuchen können.
- ☐ Sie haben das Thema Barrierefreiheit in Ihre Kommunikationsmittel integriert und barrierefreie Einrichtungen deutlich gekennzeichnet.
- ☐ Sie haben für Ihre beworbenen touristischen Dienstleistungen und Produkte Aspekte bzw. Merkmale definiert, um die Nachhaltigkeit dieser Leistungen bewerten zu können – und tun dies auch.
- ☐ Auf Basis der Nachhaltigkeitsbewertung von touristischen Produkten kennzeichnen Sie besonders nachhaltige Produktbausteine und betonen diese in der Kommunikation.

Praktische Checklisten zu verschiedenen Handlungsfeldern erleichtern die Arbeit vor Ort

Quellenangaben

- [1] Deutscher Tourismusverband e. V. (Hrsg.), Praxisleitfaden Nachhaltigkeit im Deutschland-tourismus – Anforderungen, Empfehlungen, Umsetzungshilfen, Berlin 2016. Download unter: <http://bit.ly/2jjza88>
- [2] Deutscher Tourismusverband e. V. (Hrsg.), Report Nachhaltigkeit – Bundeswettbewerb 2016/2017 Nachhaltige Tourismusdestinationen, Berlin 2017. Download unter: <http://bit.ly/2A1IW4j>



Das Logo des „Bundeswettbewerbes Nachhaltige Tourismusdestinationen 2016/17“

Klimapark Rietberg: „Lokal wirken – global gewinnen“

Seit knapp 20 Jahren engagiert sich Rietberg in den Bereichen Klima-, Umwelt- und Naturschutz. Dabei setzt die ostwestfälische Stadt – als südlichste Kommune im Kreis Gütersloh – auf verschiedene Aktivitäten. Dazu gehören die Verabschiedung von Leitbildern und die Entwicklung von Konzepten, die Umsetzung von baulichen Maßnahmen und Projekten sowie die zielgerichtete Nutzung von Fördergeldern. Letztere umfasst sowohl eigenständige städtische Förderprogramme zum Thema Klimaschutz für lokale Akteure als auch die Nutzung von Zuschüssen oder Krediten von Landes- und Bundesstellen. Die Teilnahme am European Energy Award ist seit Jahren ein wichtiger Bestandteil der Klimaschutz-Arbeit in Rietberg. Diese wird mit viel Engagement begleitet, was sich in der mehrmaligen Auszeichnung mit „Gold“ wiederfindet. Seit 2016 ist Rietberg zudem „Masterplankommune – 100% Klimaschutz“. Mit Unterstützung von möglichst vielen der knapp 30.000 Bürgerinnen und Bürger, ortsansässigen Firmen, Verbänden und Vereinen will sich Rietberg bis zum Jahre 2050 zu einer klimafreundlichen Stadt in allen Belangen entwickeln. Eine wichtige Rolle, um dieses Ziel zu erreichen, spielt der „Klimapark Rietberg“. Dieser wurde 2011 auf dem ehemaligen Gelände einer Landesgartenschau, welche im Jahr 2008 in Rietberg stattgefunden hat, in Zusammenarbeit mit lokalen Partnern entwickelt. Hiermit hat die Stadt einen festen und ansprechenden Ort zur Verfügung gestellt, der sowohl die lokale Bevölkerung als auch in besonderem Maße Touristinnen und Touristen, Reisegruppen und Schulklassen wie auch Institutionen der Erwachsenenbildung anspricht. Auf dem Gelände stellen verschiedene Projektpartner aus Industrie und Handwerk, von Ver-

bänden und öffentlichen Einrichtungen sowie aus Wissenschaft und Forschung interessante Praxisbeispiele zur Nutzung regenerativer Energien vor. Unter dem Motto „Lokal wirken – global gewinnen“ bietet der Klimapark einheimischen und angereisten Besucherinnen und Besuchern eine Vielzahl von „Projekten zum Anfassen“ rund um die Themen Klimaschutz und Klimawandel im Zusammenspiel mit erneuerbaren Energien.

Vorhandene Strukturen sinnvoll weaternutzen – von der „Stadtteilblüte“ zum Klimapark

Die Landesgartenschau Nordrhein-Westfalen fand von April bis Oktober 2008 auf einem 40 Hektar großen Gelände in Rietberg statt. Bei der Gestaltung des Geländes für die Gartenschau berücksichtigte die städtische Planung zwei angrenzende Naturschutzgebiete und legte die Bebauung so an, dass klimarelevante Aspekte wie beispielsweise Hochwasserschutz Beachtung fanden. So wurde und wird in künstlich angelegten Seen Regenwasser gesammelt, um die nahe gelegene Ems bei Starkniederschlägen zu entlasten und die historische Altstadt Rietbergs vor Hochwasser zu schützen. Von Beginn an engagierten sich viele im Klimaschutz tätige Vereine und Gruppierungen wie beispielsweise ortsansässige Imker, die Gemeinschaft für Natur- und Umweltschutz, die untere Landschaftsbehörde des Kreises Gütersloh oder die Vertretung der Jägerinnen und Jäger gemeinsam mit der Stadt bei der Gestaltung des Geländes.

Im Rahmen der Landesgartenschau stellte das Gelände des heutigen Klimaparks als sogenannte „Stadtteilblüte“ die sieben Stadtteile Rietbergs vor und präsentierte die Besonderheiten der einzelnen Stadtteile. Die Vorstellung der Stadtteile konnte jedoch nicht über die Landesgartenschau hinaus

Rietberg ist Masterplankommune 2016

Seit dem Sommer 2016 trägt die Stadt Rietberg den Titel „Masterplankommune – 100% Klimaschutz“. Für vier Jahre, bis zum 30. Juni 2020, wird die Stadt in ihren Bemühungen zum Klimaschutz von der Bundesregierung unterstützt und erhält eine finanzielle Förderung von mehreren 100.000 Euro für Sach- und Personalkosten. Diese Förderung erfolgt durch das Bundesministerium für Umwelt, Naturschutz und nukleare Sicherheit über die Nationale Klimaschutzinitiative. Masterplan-Kommunen sollen Vorbild für andere Städte und Gemeinden sein und ihre Klimaschutzaktivitäten in der breiten Öffentlichkeit verankern. Durch das Vorhaben der Masterplan-Kommunen sollen alle Beteiligten miteinander vernetzt und ein gemeinsamer Lernprozess initiiert werden. Dabei baut die Stadt Rietberg auf die bisherigen Klimaschutzaktivitäten auf. Hier sind vor allem das Klimaschutzkonzept aus dem Jahre 2012 und die Erstellung eines Klimaschutzteilkonzeptes in 2013 zum Bereich der erneuerbaren Energien zu nennen.

Masterplan-Kommunen verpflichten sich, ihre Treibhausgasemissionen bis zum Jahr 2050 um 95 Prozent gegenüber dem Jahr 1990 zu senken und ihren Verbrauch an Endenergie in diesem Zeitraum zu halbieren. Damit für die Masterplan-Kommunen diese Ziele greifbar werden, ist eine erhebliche Steigerung der Energieeffizienz in allen Bereichen notwendig. Neben dem Ausbau erneuerbarer Energien und der Senkung des Energieverbrauchs müssen deut-



Rietberg macht auch als „Europäische Energie- und Klimaschutzkommune“ auf sich aufmerksam

liche Reduktionen der Emissionen in Industrie, Verkehr und Landwirtschaft erreicht werden. Auch private Haushalte können einen erheblichen Beitrag zum Ziel „100% Klimaschutz“ leisten – z. B. über die Sanierung von Wohngebäuden. Im Herbst 2017 hat die Politik den „Masterplan Klimaschutz“ verabschiedet.

Als offizielle Energie- und Klimaschutzkommune setzt die Stadt Rietberg auf ein LED-Beleuchtungskonzept und wurde im Rahmen des bundesweiten Wettbewerbs „Kommunen in neuem Licht“ als eine von zehn Bundessiegerinnen ausgezeichnet. Dabei wusste die Stadt besonders mit der Entwicklung eines taktilen LED-Leitstreifens im historischen Stadtkern für verbesserte Barrierefreiheit zu überzeugen. Zudem werden 50 sehenswerte städtebauliche Objekte dauerhaft mittels LED-Strahlern illuminiert.



weitergeführt werden, so dass für die „Stadtteilblüte“ eine andere Nutzung gefunden werden sollte. Der damalige Bürgermeister André Kuper schlug vor, in diesem Teil des Gartenschaugeländes einen Klimapark zu errichten. Damit konnten die zahlreichen in der regenerativen Energiebranche tätigen Firmen aus Rietberg und den angrenzenden Kommunen sowie die Universität Bielefeld in die Nachnutzung des Geländes eingebunden werden. Gleichzeitig wurden die langfristigen energiepolitischen Ziele der Kommune unterstützt und das Thema Klimaschutz in die Öffentlichkeit gerückt. Auf mehr als 17.000 Quadratmetern sollte das Gelände zukünftig der Entspannung, der

Information und dem Erleben dienen: Die beteiligten Akteure stellen ihre Initiativen, Projekte und Angebote zum Thema Klima vor und bieten den Gästen abwechslungsreiche Stationen zum Mitmachen, Erfahren und Lernen an. Dabei wird auch gezeigt, was jede und jeder Einzelne für den Schutz unseres einzigartigen Planeten tun kann. Das Freizeitangebot des Klimaparks richtet sich sowohl an die lokale Bevölkerung als auch an den Tages- und Wochenend-Tourismus.

Die Planungen und die Umgestaltung des Geländes dauerten rund eineinhalb Jahre und wurden in Zusammenarbeit mit einer Agentur für Kommunikation und Ausstellungsdesign aus



Der heutige Gartenschaupark entstand aus dem Gelände der Landesgartenschau NRW 2008. Das Areal der ehemaligen Stationen 12 bis 16 mit dem darüber liegenden Eingangsbereich wurde zum Klimapark Rietberg weiterentwickelt

Bielefeld ausgeführt. Es galt, die unterschiedlichen Ideen der potenziellen Aussteller aufeinander abzustimmen, das vorhandene Areal optimal zu nutzen und gleichzeitig den Klimapark als Ganzes zu präsentieren. Daher wurde eine bereits zu Zeiten der Landesgartenschau errichtete Wetterstation in den Klimapark integriert. Die Stadt Rietberg selbst hat mit dem Klimapavillon den zentralen Ort des Klimaparks beigesteuert, wo die globalen Zusammenhänge des Klimawandels und die Erfordernisse des Klimaschutzes erläutert werden.

An zwölf weiteren Stationen, von denen sich die meisten um den Pavillon herum gruppieren, präsentieren aktuell 18 Aussteller und Beteiligte ihre

vielfältigen Projekte und Aktionen. Dass die Projektbeiträge von unterschiedlichen Partnern aus Wirtschaft, Wissenschaft und Gesellschaft realisiert und unterstützt werden, schafft einen besonderen interdisziplinären Wissenspool und generiert kontinuierlich Synergieeffekte zwischen den Beteiligten.

Das Konzept ist aufgegangen: Heute ist der Park ein gelungenes Informations- und Technologiezentrum, das die vielfältigen Aspekte des Klimaschutzes und des Klimawandels präsentiert. Sowohl Kinder und Jugendliche als auch Erwachsene werden hier für die Themen sensibilisiert und motiviert, sich mit deren Zusammenhängen und Auswirkungen zu befassen. Dabei legen alle Be-

Abwechslungsreiche Stationen rund um das Thema Klima



teiligten Wert darauf, dass die Besucherinnen und Besucher Spaß dabei haben, ihr Klima-Wissen zu erlangen und zu erproben. Die stetige zielgruppenorientierte Weiterentwicklung des Parks ist ein zentrales Anliegen der Stadt Rietberg. In diesem Zuge ist es gelungen, eine Lehrkraft des örtlichen Gymnasiums für einen gewissen Zeitumfang von der Lehrtätigkeit freizustellen, um das Thema „Verbindung von Klimapark und Schulen“ zu fördern. Diese Tätigkeit umfasst die Entwicklung und Durchführung von Bildungsveranstaltungen, insbesondere für weiterführende Schulen, sowie die grundsätzliche Optimierung des Angebots im Park. Zum Beispiel entstand in diesem Rahmen

ein Stationenlernen zum Thema „Energie erzeugen mit Sonne, Wind und Co.“ für die Klassenstufen fünf bis sieben.

Ein grundsätzliches Ziel der Bildungsarbeit im Klimapark ist es, individuelles Engagement zu ermöglichen. Im Park selbst ist daher eine Beratungsstelle der Verbraucherzentrale NRW vor Ort, die Bürgerinnen und Bürger jeden Tag telefonisch, vor Ort im Klimapark oder zuhause rund um Sanierung und Energiesparen berät. Auch eine regelmäßige Vortragsreihe in Kooperation mit der Volkshochschule Reckenberg-Ems gehört zu diesem Programm. Zudem finden im Klimapark öffentliche Veranstaltungen und Feste statt.

Staunen und Verstehen: die Stationen des Klimaparks

1. Nachhaltige Zukunftschancen für Menschen und Umwelt

Unter dem Titel „Nachhaltigkeit – Zukunftschancen für Menschen und Umwelt“ startet die Tour durch den Klimapark – noch vor dem eigentlichen Eingang – mit einer integrativen Betrachtung von einzelnen Maßnahmen zum Umwelt- und Klimaschutz. Der Zirkel e. V., ein Verein zur Förderung und Integration von Menschen mit geistigen und seelischen Behinderungen aus Gütersloh, hat hier einen einzigartigen Erfahrungsraum geschaffen: Besucherinnen und Besucher bewegen sich inmitten einer Kombination aus Ausstellungs- und Betriebsgebäuden, Gartenlandschaften, Beeten, Gewächshäusern, einem Pavillon, einer Kräuterspirale und einer etwas abseits errichteten 18 Meter hohen Windkraftanlage. Unter anderem haben die Gäste hier die Möglichkeit, sich mit der privaten ökologischen Stromversorgung durch Windkraftanlagen und der privaten Nutzung von Photovoltaikanlagen zu beschäftigen. Ein Tret-Rad lädt dazu ein, mit reiner Muskelkraft eine Glühbirne, ein Radio und einen Wasserkocher mit Strom zu versorgen. Das Thema „Wetter“ wird über eine integrierte Wetterstation vermittelt. Als Beispiel für einen achtsamen und damit zukunftsfähigen Umgang mit der wichtigen und endlichen Ressource Boden werden außerdem

die Möglichkeiten einer Bodenbewirtschaftung mithilfe von Terra Preta aufgezeigt.

Terra Preta – portugiesisch für „schwarze Erde“ – ist ein humusreicher und fruchtbarer Boden, der aus selbst hergestelltem Humus und Holzkohle entsteht. Das Besondere an der Terra Preta ist ihre positive Eigenschaft als natürliches Düngemittel und als CO₂-Speicher. Vor Ort auf dem Gelände bietet der Verein Kurse zur Herstellung und zum Umgang mit der Terra Preta an. Der Erwerb der Erde ist ebenfalls möglich und sie wird natürlich auch direkt genutzt. Bei der Ernte der vielen selbst angebauten Früchte und Pflanzen im Sommer und Herbst sind die Gäste ausdrücklich zum Helfen und Naschen eingeladen.

Das Projekt „Zukunftschancen für Menschen und Umwelt“ wird von Menschen mit und ohne

Der „Zirkel“ betreibt eine rund 3.500 Quadratmeter große Fläche im Klimapark



Behinderung getragen. Menschen mit geistigen und seelischen Behinderungen werden hier (wieder) in das normale Leben integriert und leisten wichtige und anerkannte Arbeit. Ihr „Dazugehören“ bedeutet einen Schritt auf dem Weg zu einer zukunftsfähigen inklusiven Gesellschaft und trägt dazu bei, Berührungsgängste, Vorurteile und Stigmatisierungen abzubauen und gemeinsam miteinander zu leben.

Auf dem nun folgenden Weg zum Zentrum des Klimaparks können Besucherinnen und Besucher noch weitere Objekte anschauen und berühren. Zum Beispiel zeichnet ein großes drehbares Modell als „Globus“ die Meeresströmungen der Erde nach.



Der Klimaspieleplatz wartet mit ungewöhnlichen Attraktionen auf

2. Wechselbeziehungen zwischen Mensch, Wald und Klima

Das Regionalforstamt Ostwestfalen-Lippe präsentiert auf der angrenzenden Fläche, welche Variationen der Waldbegrünung es zum Thema „Klimaanpassung“ gibt. Gezeigt werden Baumarten, die langfristig besser mit den veränderten klimatischen Bedingungen, wie z. B. Trockenperioden, zurechtkommen. Die Auswahl der unterschiedlichen Baumarten verdeutlicht die vielfältigen Waldfunktionen und die Bedeutung der Biodiversität für das Klima. Der Klimawald wird auch als Testgelände genutzt, um die gepflanzte Vegetation in ihrer Anpassung an den Klimawandel zu beobachten. Daher wird das Gelände „wild“ belassen und dient damit zeitgleich als Ort für Artenvielfalt und als Rückzugsraum für Tiere. Doch es gibt nicht nur Bäume zu sehen: Ein in der Luft schwebend installierter „Draht-Kubus“ verdeutlicht die Menge an CO₂, die ein Quadratmeter Wald pro Jahr binden kann.

3. Zusammenhänge spielerisch erleben

Für die kleinsten Besucherinnen und Besucher hat die Gartenschaupark GmbH, ein städtisches Tochterunternehmen, einen Klimaspielplatz eingerichtet. An mehreren Geräten können Kinder auf spielerische Art und Weise Erfahrungen mit erneuerbaren Energien machen und die Himmelsrichtungen erfahren. Zudem gibt es eine kleine Windenergieanlage, deren aktuelle Stromproduktion in direkte Verbindung gebracht wird mit dem Stromverbrauch von Alltagsgegenständen.

Gleich neben dem Spielplatz befindet sich das „Klimaklassenzimmer“, in dem es um Themen wie den Einfluss menschlichen Handelns auf das Klima und den Umgang mit dem Klimawandel geht. Das „Klimaklassenzimmer“ ist ein Ableger des „Grünen Klassenzimmers“, einem außerschulischen Lernort im Gartenschaupark. Die Angebote des „Grünen Klassenzimmers“ richten sich an alle Altersgruppen und Schulformen, auch Eltern-Kind-Kurse sind buchbar. Im Vordergrund steht immer das selbständige Entdecken, Erforschen, Experimentieren und kreative Umsetzen. Im Jahr 2017 wurden 30 unterschiedliche Kurse und Programme angeboten, davon elf im Klimapark. Hinzu kommen die Übernahme von Ferienspielen sowie Führungen mit unterschiedlichen Schwerpunkten. Im „Klimaklassenzimmer“ finden auch Veranstaltungen statt, die gemeinsam mit regionalen Akteuren durchgeführt werden, z. B. die „Entdeckerwochen“ zu Natur, Technik, Energie, Klima und Umwelt mit dem Kreis Gütersloh.

4. Kreisrund und voller Wissen

Im Zentrum des Parks befindet sich der Klimapavillon, den die Stadt Rietberg mit Inhalten bespielt. Hier werden – in komprimierter Form – spannende Fakten über das Klima, den Klimawandel und über die verschiedenen Einflussfaktoren vermittelt. Installationen aus Licht, Filmen, Plakaten und Monitoren mit Aktionsmöglichkeiten machen die Inhalte erfahrbar. Dabei integriert die Kommune bewusst regionale

Bezüge in das Konzept, um als Akteur sichtbar zu sein und den Besucherinnen und Besuchern aufzuzeigen, wie groß der persönliche Einfluss auf das Klima ist. Außerdem finden sich hier allgemeine Mitteilungen zum Klimapark sowie Hinweise zu den Partnerinnen und Partnern sowie Projekten.



Der Klimapavillon steht im Zentrum des Klimaparks

5. Sonnenstrahlen einfangen

Der Solartracker der Rietberger Firma Schierl zeigt anschaulich die Bedeutung der Sonne als unerschöpfliche Energiequelle. Die Anlage wandert mit der Sonne und versorgt den darunter liegenden Pavillon direkt mit Energie. In der Station erhalten die Besucherinnen und Besucher umfangreiche praktische Informationen zur Gewinnung von Solarenergie und zur Wirkungsweise der Photovoltaikanlage. Außerdem geht es um die Themen Windkraft und Energiespeicherung. Zahlreiche Modelle und Animationen zeigen, wie erneuerbare Energie gewonnen und gespeichert werden kann. Einfache Versuche zum Thema Wasserstoff runden das Angebot ab.



Der Solartracker auf dem Dach des Info-Pavillons

6. Wissenschaft und Forschung

Der Fachbereich „Ingenieurwissenschaften und Mathematik“ der Fachhochschule (FH) Bielefeld begleitet die Verantwortlichen des Klimaparks bereits seit dessen Planung und Umsetzung. Als kompetenter Partner in Sachen Lehre und Forschung führt die FH regelmäßig Exkursionen im Klimapark Rietberg durch. So haben Studierende kontinuierlich Zugang zu verschiedenartigen Anlagenexponaten mit großer Bedeutung für den Praxisbezug ihres theoretischen Studiums. Neben der Möglichkeit, Lehre an realen und realitätsnahen Anlagen hautnah zu erleben, können Studierende auch selbst Exponate weiterentwickeln und zum Beispiel im Rahmen von Praktika, Projekt- und Bachelorarbeiten aktiv im Klimapark mitwirken. So stellt die Stadt Rietberg auch eine beständige Innovation und Weiterentwicklung der Ausstellungsobjekte sicher.

7. Vielfältige erneuerbare Energien – das Sonnenhaus

Das sich nach dem Sonnenstand drehende Sonnenhaus zeigt eine Vielzahl von Möglichkeiten zur Nutzung regenerativer Energien. Anhand von verschiedenen eingebauten aktiven Photovoltaikanlagen werden unterschiedliche Montagetechniken vorgestellt. Dazu gehören solarthermische Anlagen, ein Pufferspeicher als Energielangzeitspeicher für die thermische Solaranlage, neueste Heizungstechnik, Lüftungstechnik mit Wärmerückgewinnung sowie Möglichkeiten der Regenwassernutzung. Das Sonnenhaus wird von der Verbraucherzentrale NRW als Energie-Beratungsstelle genutzt. Interessierte erhalten so von den kompetenten Beraterinnen und Beratern vor Ort zahlreiche Tipps zum Einbau und zur Nutzung von Elektrohaushaltsgeräten.

Das Sonnenhaus ist ein Gemeinschaftsprojekt ortsansässiger Technologiefirmen. Mit den vielfältigen Angeboten der Verbraucherzentrale ist das Sonnenhaus das lebendige Herz des Klimaparks. Regelmäßig finden hier z. B. Vorträge rund um das Thema energieeffizientes Bauen und Sanieren statt. Auch überregional wird das Sonnenhaus gerne von Unternehmen, Kommunen und zahlreichen anderen Nutzergruppen für

Events gebucht. Es dient darüber hinaus als Versammlungsort für regelmäßige Projektpartnertreffen der Akteure des Klimaparks und des Klimaschutz-Prozesses in Rietberg.

8. Mobilität und Klimaschutz

Eine der größten Herausforderungen unserer modernen Welt ist die gleichzeitige Bewältigung von wachsendem Verkehrsaufkommen und Klimaschutz. Unter einem blattförmigen, mit Photovoltaik-Modulen ausgestatteten Dach erfahren Besucherinnen und Besucher alles zum Thema Elektromobilität. Wechselnde Präsentationen und unterschiedliche Veranstaltungen verschaffen einen Überblick über die Geschichte und Entwicklung von Elektrofahrzeugen und skizzieren zukünftige Nutzungsmöglichkeiten. Elektromobilität wird allerdings nur ein Baustein für eine nachhaltige Mobilität der Zukunft sein, weshalb auch an dieser Stelle der Klimapark stetig weiterentwickelt wird.



Der Pavillon Mobilität präsentiert die Entwicklung der Elektromobilität

9. Pilotstrecke „LED-Leitstreifen“

Im Rahmen des Forschungsprojektes „Kommunen in neuem Licht“, gefördert vom Bundesministerium für Bildung und Forschung, hat die Stadt Rietberg einen taktilen Leitstreifen mit LED-Technik als Orientierungshilfe für sehbehinderte Menschen entwickelt. Die Praxistauglichkeit der innovativen Technik wird auf Pilotstrecken im Klimapark und in der historischen Altstadt von Rietberg getestet. Schilder machen auf das Projekt aufmerksam und erklären es.



Taktiler Leitstreifen mit LED-Technologie für sehbehinderte Menschen

10. Energie aus Biomasse

Biogas entsteht, wenn Biomasse unter Ausschluss von Licht und Sauerstoff durch bestimmte Bakterien abgebaut wird. Wie genau dies funktioniert und wie Biogas und die beim Prozess entstehende Wärmeenergie sinnvoll genutzt werden können, zeigt ein begehbare Fermenter. Im Inneren des Fermenters befinden sich neben den technischen Komponenten der Anlage auch Informationen über landwirtschaftliche Betriebe aus der Region, die selbst in die Produktion von Strom und Wärme aus Biomasse investiert haben.



Begehbare Fermenter mit Informationen zur Produktion von Biomasse

11. Nutzbare Wärme aus der Tiefe

Wie sich die in der Erdkruste gespeicherte Wärme zum Heizen und zur Erzeugung von Strom mithilfe der Kraft-Wärme-Kopplung effektiv nutzen lässt, zeigt eine Rietberger Firma in ihrer cha-

rakteristischen Container-Station. Innen gibt es dazu Animationen, anschaulich aufbereitete Daten und verschiedene Anwendungsbeispiele. Neben dem Container werden zwei Bohrmethoden zur Gewinnung von Geothermie gezeigt: davon eine 300 Meter tiefe Erdwärmebohrung, die verschiedene Projektbausteine im Klimapark direkt mit regenerativ erzeugter Wärme versorgt.



Hier dreht sich alles um die Nutzung von Erdwärme

12. Abfall vermeiden, Abfall nutzen

Die Gesellschaft zur Entsorgung von Abfällen Kreis Gütersloh, kurz GEG, erklärt im Klimapark die vielfältigen Aspekte und Aufgaben des Abfallmanagements. Die Vermeidung von Abfällen ist wirksamer Klimaschutz, den jeder leisten kann. Verbleibende unvermeidliche Abfälle müssen dagegen so effizient wie möglich entsorgt und verwertet werden. Schautafeln verdeutlichen dies und informieren über das Recycling und die sinnvolle Nutzung von Abfällen.

Ein begrünter Hügel bietet von seiner Aussichtsplattform einen Blick über das Parkgelände. Im Inneren der Aufschüttung befindet sich – gewissermaßen als Querschnitt durch diese eigens im Klimapark installierte künstliche Demonstrations-Deponie im Miniaturformat – ein begehbare Deponiegasschacht. In einem solchen Schacht laufen Drainageleitungen zusammen und befördern das durch die Verwesungsprozesse organischer Materialien entstandene Deponiegas. Mit diesem vornehmlich aus Bio- und Grünabfällen gewonnenen Gas lassen sich Strom und Wärme generieren. Der Beitrag der GEG vermittelt, wie viel Energie in unseren Abfällen

steckt. Im Klimapark befindet sich allerdings neben der Technik nur Erde in dem Hügel, kein wirklicher Abfall.



Der Gang durch eine „Abfalldeponie“ veranschaulicht die Gewinnung von Deponiegas

„Auf dem Weg“: Energiesparen mit LED

Ein großer Teil des gesamten Energiebedarfs fällt in mittelgroßen Städten durch die Straßenbeleuchtung an. Dieses Thema wird im Klimapark an den Wegen aufgegriffen. Im Konzessionsgebiet des Essener Strom und Gasanbieters RWE liegend, hat die Stadt Rietberg hier einen weiteren Partner gefunden. Auf dem Areal des Klimaparks befinden sich 14 verschiedene LED-Straßenleuchten. Sie wurden von zwölf Herstellern entwickelt und zeigen unterschiedliche Merkmale hinsichtlich der Formgebung und des Designs wie auch der Lichtfarben und Lichtverteilung. Die Leuchten demonstrieren die

LED-Beleuchtung im Klimapark hält den Stromverbrauch gering



breite Varianz serienger Produkte und geben wichtige Hinweise für Städteplanerinnen und -planer. Denn diese Straßenleuchten sind zugleich als LED-Teststrecke installiert. Studierende des Fachbereiches Ingenieurwissenschaften und Mathematik der

Fachhochschule Bielefeld unternehmen hier Messungen und überprüfen die Leistungsmerkmale der verschiedenen Straßenleuchten, die allesamt die energieeffiziente, umweltschonende und günstige LED-Technik nutzen.

„Auf dem Weg“: Saubere Lebensräume durch alternative Pflastersteine

Eher unscheinbar und dennoch durch ihren besonderen gelblichen Farbton markant, ist die Pflasterung der Wege im Klimapark. Auch sie wurde nach Klimaschutzkriterien ausgewählt. Die Linteler Betonwerke aus Rheda-Wiedenbrück haben als Klimaparkpartner Pflastertypen aus ihrem Öko-Sortiment verlegt: Größere Betonpflastersteine sowie die Wegpflasterung filtern Schadstoffe aus der Luft und halten Niederschlagswasser zurück. Damit trägt auch die Gestaltung der Wege zum Schutz des natürlichen Wasserkreislaufs und zur Reduktion von gesundheitsschädlichen Luftverschmutzungen bei. Diese Besonderheit im Klimapark zeigt erfolgreich auf, dass auch kleinere bautechnische Innovationen einen

wesentlichen Beitrag zum Klima- und Umweltschutz leisten können.

„Auf dem Weg“: Klimakristalle erläutern Zusammenhänge auf Augenhöhe

An allen Wegen und auf den Grünflächen des Parks verteilt, erläutern „Klimakristalle“ Wissen und zeigen anschaulich wie hoch das Einsparpotenzial ist. Wie viel Müll produziert jede und jeder Deutsche? Wie wenig Energie verbraucht ein Passivhaus? Die Kristalle bilden damit den optischen Rahmen des Klimaparks und runden das Ausstellungskonzept ab.



Klimakristall mit Informationen

Veranstaltungskonzepte – den Klimapark als Ganzes erleben

Neben dem Besuch auf eigene Faust bietet die Gartenschau Park GmbH viele Veranstaltungskonzepte an, um die Stationen zu erleben und miteinander zu verbinden.

Das „Grüne Klassenzimmer“ und das „Klimaklassenzimmer“ bieten viel für Kinder und Jugendliche: Neben der allgemeinen Einführung „Was ist Klima?“, „Warum wird es wärmer?“ und „Welchen Einfluss haben wir Menschen auf den sogenannten Treibhauseffekt?“ werden vertiefende Schwerpunkte gesetzt, wie zum Beispiel „Welche Rolle spielen Ernährung und Konsum beim Klimawandel?“, „Wie wertvoll ist unser Trinkwasser?“ oder „Wie gehen wir eigentlich mit dem sehr energieintensiven Bereich Mobilität um?“. Natürlich werden die Themen nicht nur theoretisch, sondern vor allem auch praktisch umgesetzt. In Kooperation mit dem Kreis Gütersloh finden im Rahmen von „Entdeckerwochen“

spezielle Programme für jüngere Kinder statt, z. B. „Ein Kühlschrank für den Pinguin“.

Im Rahmen der ebenfalls buchbaren „Klimapark-Erlebnis-Rallye“ können die Kinder und Jugendlichen, wenn gewünscht auch Erwachsene, die Stationen durchlaufen und den Park erleben. Begonnen beim Zirkel e. V. mit dem Tret-Rad, auf dem selbst Strom erzeugt wird, geht die Reise weiter mit dem „Hippo Roller“ Richtung Klimapark. Die Hippo-Roller sind mit Wasser gefüllte 90-Liter-Fässer, die die Menge an Wasser symbolisieren, die in Deutschland tagtäglich pro Person verbraucht wird [1]. Im Klimapark dienen sie dazu, den Besucherinnen und Besuchern deutlich zu machen, was es bedeutet, wenn Wasser nicht wie bei uns aus der Leitung kommt, sondern, wie in vielen Ländern des globalen Südens üblich, erst mühsam über weite Strecken transportiert werden muss.

An den weiteren Stationen können Besucherinnen und Besucher unter anderem ein Klimaquartett, das spielerisch über den Klimawandel und seine Folgen aufklärt, oder einen Solarkocher, der

zeigt, wie sich Sonnenenergie im Alltag nutzen lässt, ausprobieren.

Als absoluter Höhepunkt und Abschluss der Rallye durch den Klimapark gilt, insbesondere für die jungen Besucherinnen und Besucher, eine Fahrt mit dem „Flintstone“-Elektromobil. Gespeist wird das „steinzeitlich“ anmutende Mobil über Solarenergie. So schlägt es eine Brücke zwischen Steinzeit und E-Mobilität: kindgerecht dargestellt und erlebbar gemacht.

Das „Flintstone“-Mobil gehört thematisch zu dem im Klimapark installierten Grabungsfeld für Dinosaurierknochen. Beide Angebote verweisen auf die Zeit „vor uns“ und erweitern so den Kontext des Klimaparks. Im Ausgrabungsbereich finden Veranstaltungen statt, bei denen Teilnehmende selbst nach Fossilien schürfen können und in die Grundpraktiken der Archäologie eingeführt werden. Während dieser Aktivitäten vermitteln erfahrene Pädagoginnen und Pädagogen den Kindern und Jugendlichen, woher die fossile Energie tatsächlich kommt, die wir tagtäglich verbrauchen. Das Grabungsfeld erweiterte im Jahr 2015 das vielfältige Angebot im Klimapark und gehört zum „Grünen Klassenzimmer“.

Die Angebote für Besucherinnen und Besucher runden die im Klimapark tätigen Akteure mit öffentlichen Veranstaltungen ab, die regelmäßig viele Gäste anziehen. Dazu gehört das besonders bei Kindern beliebte „Drachenfest“ im Herbst. Bei der Veranstaltung „Oldtimer trifft E-Mobil“ können Interessierte Fahrzeuge aus verschiedenen Epochen sehen und so den technischen Fortschritt, aber auch die Schönheit der alten Zeit, hautnah erleben.

Klimawissen als Freizeiterlebnis – ein Angebot, das sich für alle lohnt

In der Region ist der Klimapark sehr bekannt und beliebt. Dies zeigt nicht zuletzt die steigende Zahl gebuchter Führungen. Dabei stammen die Besuchergruppen nicht nur aus dem Stadtgebiet, sondern reisen aus ganz Nordrhein-Westfalen und vereinzelt auch aus anderen Bundesländern an. Immer wieder gehen auch internationale Anfragen ein. Gerade die Anfragen aus dem europäischen Ausland und darüber hinaus zeigen uns, dass der Klimapark in Rietberg eine große Strahlkraft besitzt und sogar dort eine Vorbildrolle spielen kann. Denn er verdeutlicht, wie das Themenfeld Klimaschutz, Klimawandel, Erzeugung erneuerbarer Energien, nachhaltiges Handeln



Das „Flintstone“-Elektromobil im Einsatz

etc. als attraktives Freizeitziel gestaltet werden kann. Die vielfältigen Stationen, Führungen und Angebote für Kinder und Jugendliche, Großveranstaltungen und Feste sowie das Vortragsangebot der Energieberatung der Verbraucherzentrale NRW und einzelner Aussteller tragen dazu bei, dass der Klimapark ein lebendiges, sich ständig weiterentwickelndes Angebot für das Besucherpublikum bereithält.

Der Klimapark zählt zu den städtischen Touristenattraktionen und findet sich als solche auf der Homepage der Stadt Rietberg. Auf der eigenen Internetseite des Klimaparks, www.klimapark-rietberg.de, steht alles, was für Besucherinnen und Besucher wichtig zu wissen ist. Der Klimapark wird als Ausflugsziel aktiv von der Stadt Rietberg auch überregional beworben. Zum Beispiel findet er sich in allen Prospekten und Karten, die die Touristikinformation der Stadt herausgibt.

Die Anreise aus dem näheren Umland ist durch das in den vergangenen Jahren kontinuierlich erweiterte Radwegenetz möglich. Rietberg ist „Fahrradfreundliche Stadt“ und Mitglied in der Arbeitsgemeinschaft fußgänger- und fahrradfreundlicher Städte, Gemeinden und Kreise in NRW e. V. (AGFS), bei der die nachhaltige und gesundheitsfördernde Nahmobilität im Fokus steht. Das Angebot für Radfahrende wird immer weiter ausgebaut. Dazu gehört die Erweiterung des Radwegenetzes durch die Anbindung an den „EmsRadweg“ und die „LandesGartenSchau-Route“. Beide Radwege führen zu einer Vielzahl an Attraktionen, die ein breites Besucherspektrum ansprechen.

Neben den umfangreichen Bildungs- und Erlebnisangeboten übernimmt der Klimapark Rietberg, der

übrigens unter der Schirmherrschaft des Bundesumweltministeriums steht, eine wichtige Vorreiterrolle in verschiedenen Bildungs- und Forschungsprojekten: Der Klimapark Rietberg wurde 2013 offiziell als Projekt der UN-Dekade „Bildung für nachhaltige Entwicklung“ ausgezeichnet. Er ist Partner der Kampagne „Schule der Zukunft – Bildung für Nachhaltigkeit“, bei der NRW-Ministerien Projektträger sind, und wurde 2013 als „Ort des Fortschritts“ durch das Ministerium für Innovation, Wissenschaft und Forschung des Landes NRW ausgezeichnet. Darüber hinaus ist der Klimapark der 55. Schritt der Kampagne „1.000 Schritte in die Zukunft“ der Klima.Expo NRW, die von der Landesregierung getragen wird. Auch in der Politik ist der Klimapark bekannt. Zu Gast waren bereits die Bundespolitiker Peter Altmaier (CDU), Dr. Barbara Hendricks (SPD), Renate Künast (Bündnis 90/Die Grünen) und Svenja Schulze (SPD) sowie der Europaabgeordnete Elmar Brok (CDU).

Klimaschutz kommunal verstetigen

Die Stadt Rietberg ist Ideengeberin des Klimaparks und wirkte als Initiatorin bei der Umsetzung und Planung von Beiträgen und Stationen mit. In verschiedenen Abteilungen der Stadtverwaltung wie dem Bürgerbüro, der Touristikinformation sowie der Abteilung „Räumliche Planung & Entwicklung, Umwelt, Klimaschutz, Abfallwirtschaft“ ist geschultes Fachpersonal mit der zentralen Planung und Unterhaltung der Parkanlage beschäftigt. Federführend bei der Pflege und Weiterentwicklung der einzelnen Projektbeiträge für den Klimapark ist das Klimaschutzmanagement der Rietberger Kommunalverwaltung. Dieses besteht aus einem Team von engagierten und abteilungsübergreifend zusammenarbeitenden Mitarbeiterinnen und Mitarbeitern, die seit 2012 von einer eigens für den Klimaschutz eingestellten Vollzeitstelle unterstützt werden. Bis 2016 wurde diese Stelle über das Förderprogramm zum Klimaschutzmanagement in Kommunen kofinanziert. Seit 2016 bis 2020 erfolgt diese Finanzierung über das Förderprogramm „Masterplan 100% Klimaschutz“ der Nationalen Klimaschutzinitiative. Im Klimaschutzmanagement laufen alle Inhalte, Planungen, Projekte und Veranstaltungsformate der lokalen Akteurinnen und Akteure im Klimapark und darüber hinaus zusammen und werden aufeinander abgestimmt. Das Klimaschutzmanagement ist auch für die Vernetzung mit den anderen Abteilungen der

städtischen Verwaltung, der Gartenschaupark Rietberg GmbH sowie den externen Aktiven in Rietberg und Umgebung verantwortlich.

Die Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter des Gartenschauparks sind im Klimaschutzmanagement in besonderem Maße engagiert. Denn sie sind für die Planung und Durchführung des „Grünen Klassenzimmers“ und des „Klimaklassenzimmers“ verantwortlich. Jährlich prüfen sie die Angebote und Kurse auf Inhalte, Aktualität und Beliebtheit. Dabei arbeiten sie die Materialien und Programminhalte so auf, dass aktuelle Erkenntnisse und Themen aufgegriffen und in das Lehrangebot integriert werden. Durch die genaue Kenntnis der Zielgruppen und somit der Interessen von Nutzerinnen und Nutzern können wertvolle Synergien für die Programm- und Kursplanung genutzt werden.

Der Weg zum Klimapark – zum Nachmachen empfohlen

Der Rietberger Klimapark, mit der besonderen Ausgestaltung als Kooperationsprojekt und Ort der Bildung für nachhaltige Entwicklung, ist bundesweit einmalig. Sicherlich lässt sich ein solches Konzept jedoch auch gut auf andere Kommunen übertragen. Eine Voraussetzung ist, dass regionale und kommunale Akteure sowie Anbieter von Klimaschutztechnologien für das Projekt gewonnen werden. Denn ein solches steht und fällt immer mit dem Engagement der einzelnen Beteiligten. In Rietberg war von Beginn an ein enormer Aufwand nötig, da beispielsweise auch eine Finanzierung unabhängig von Fördermitteln gewährleistet werden musste. Neben der Klärung der Rechtsform und der Eigentumsverhältnisse war auch die Berücksichtigung umfangreicher Bauvorschriften notwendig: seien es die Vorgaben des Bergamtes bezüglich einer Tiefenbohrung oder rechtliche Vorgaben, die eine europaweite Ausschreibung im Wettbewerb erforderlich machten, um die Aussteller zu gewinnen. Zum erfolgreichen Betrieb eines solchen Parks zählen unter anderem die Einrichtung eines Wachdienstes sowie eines Pflege- und Reparaturdienstes. In Rietberg werden diese Aufgaben zum Teil von externen Dienstleistern übernommen, zum Teil auch durch die Angestellten des Bauhofes der Stadt.

„Lokal wirken – global gewinnen“! Der Leitspruch des Klimaparks steht damit auch dafür, dass Engagement vor Ort weitreichende Erfolge nach sich ziehen kann. Für das gute Gelingen und einen anhaltenden

Zuspruch durch die Besucherinnen und Besucher wird sich der Klimapark immer weiterentwickeln und beständig erneuern. Ziel ist es, die Gäste dazu anzuregen, in angenehmer, öffentlicher Umgebung über den persönlichen Beitrag zum Klima- und Umweltschutz nachzudenken. Damit wirbt der Park zugleich für individuelles Engagement und ein nachhaltig positives Miteinander in einer lebenswerten Kommune. ■

Weiterführende Informationen

www.rietberg.de

www.klimapark-rietberg.de

Quellenangaben

[1] Statista Inc, Statista –

The Portal for statistics, o. J.

Download unter: www.statista.com



RÜDIGER ROPINSKI

Abteilungsleiter Räumliche Planung & Entwicklung – Umwelt, Klimaschutz und Abfallwirtschaft

Als Mitarbeiter der Stabsstelle „Klimaschutz“ und Demografiebeauftragter der Stadt Rietberg initiierte und begleitete Rüdiger Ropinski als Projektleiter die Planung und den Bau des Klimaparks. Andere Tätigkeitsbereiche, wie die Zertifizierung von Rietberg zur „Ausgezeichneten Wohlfühlstadt“ und zum staatlich anerkannten Erholungsort, begleitete er in der Stabsstelle des Bürgermeisters. Seit 2015 verfolgt Ropinski weitere kommunale Projekte zu Klima-, Ressourcen- und Planungsthemen und koordiniert das Klimaschutzmanagement in Rietberg.



SVENJA SCHRÖDER

Klimaschutzmanagerin
Stadt Rietberg

Vor ihrer Tätigkeit in Rietberg arbeitete sie im Projektmanagement eines Wirtschaftsunternehmens und in der Unternehmensberatung zu den Themen „Mitarbeiterbeteiligung und Klimaschutz“. Beim Kreis Steinfurt betreute sie im Amt für Klimaschutz und Nachhaltigkeit mehrere Projekte mit Fokus auf die Beteiligung der Bürgerschaft an der dezentralen Energiewende. Svenja Schröder hat Geographie mit dem Schwerpunkt „Nachhaltige Entwicklung“ sowie Betriebswirtschaftslehre und Soziologie studiert.

Der Klimaturm Melle-Buer – innovatives Schulausflugs- und Freizeitziel, um Klimawissen zu erlangen und zu vertiefen

Im März 2015 ist der Lernstandort „Klimaturm Melle-Buer“ eröffnet worden und erfreut sich seitdem als Ort für interaktives, nachhaltiges und informelles Lernen zum Thema „Klimaschutz“ großer Beliebtheit. Die Zusammenhänge von Klima, Wald und Mensch werden verständlich präsentiert, um im Rahmen eines Familien- oder Schulausflugs gemeinsam erarbeitet zu werden. Eingebunden in das lokale Wanderroutennetz, soll der Klimaturm vorbeikommende Menschen auf Spaziergängen, Wanderungen oder bei Radtouren in der Nähe ansprechen, das Informationsangebot zu nutzen.

Die Stadt Melle liegt im südwestlichen Niedersachsen an der Grenze zu Nordrhein-Westfalen. Sie hat rund 48.000 Einwohnerinnen und Einwohner und besteht aus acht Stadtteilen. Im Stadtteil Melle-Buer befindet sich der 1988 erbaute Aussichtsturm „Friedenshöhe“. Mitten im Wald erhebt er sich mit einer Höhe von fast 30 Metern weit über die Baumwipfel und präsentiert – umrahmt von Wiehengebirge und Teutoburger Wald – eine herrliche Aussicht auf Melle und den Stadtteil Buer. Im Januar 2012 fielen im Rahmen einer Begehung Hohlstellen an den tragenden Holzstützen des Turms auf. Dies schränkte die statische Tragsicherheit so stark ein, dass die Benutzung des Turmes unterbunden werden musste. Nun stand die Frage im Raum: Den Turm abreißen oder umfangreich sanieren? Um einen Abriss zu verhindern, schlossen sich Bürgerinnen und Bürger des Stadtteils Melle-Buer zur „Förderinitiative zum Erhalt des Friedenshöheturmes Melle-Buer“, kurz „Turminitiative“, zusammen. Die Initiative sammelte Unterschriften gegen den Abriss und vergab gegen eine Spende Stufen und Plattformen des Turmes, auf denen seit der Sanierung der Name des jeweiligen Sponsors steht.

Auch seitens der Stadtverwaltung Melle wurden Optionen für den Erhalt des Turmes geprüft. In Gesprächen mit der Deutschen Bundesstiftung Umwelt (DBU) entstand die Idee, den Aussichtsturm durch die Umsetzung eines neuen Nutzungskonzepts zu erhalten und zu einem innovativen Lernstandort mit Ausflugs- und Freizeitcharakter für Kinder und Jugendliche unter dem Aspekt Klimaschutz zu erweitern. Die Idee für das Projekt „Klimaturm Melle-Buer – Der Lernstandort“ war geboren. Mit Unterstützung einer regionalen Werbeagentur wurde eine Projektskizze erstellt und bei der DBU als Projektantrag auf Fördermittel eingereicht. Mit Erfolg: In der Zeit von 2013 bis 2015 stellte die DBU 80.000 Euro Fördermittel zur Verfügung. Bis zum Sommer 2014 erfolgte die Sanierung und Nutzbarmachung des Aussichtsturms. Gleichzeitig wurde mit einem eigens gegründeten Projektteam konzeptionell und zielführend an den Inhalten für den Lernstandort und der ergänzenden Internetpräsenz gearbeitet. Bei der Entwicklung des Nutzungskonzeptes wurde besonderer Wert darauf gelegt, Handlungsoptionen aufzuzeigen, die dazu anregen, das alltägliche Verhalten zu überdenken und durch einfache Änderungen im Alltag die Umwelt positiv zu beeinflussen. Im Mittelpunkt sollte die Botschaft stehen: Klimaschutz kann jede und jeder! Und das jeweils zielgruppengerecht formuliert. Da gerade Kinder und Jugendliche neues Wissen nach Hause zu ihren Eltern tragen, kann sich hier zusätzlich eine hohe Multiplikationswirkung ergeben.

Das Projektteam, das sich regelmäßig traf, austauschte und am Projekterfolg arbeitete, bestand aus Mitarbeiterinnen und Mitarbeitern der Stadtverwaltung Melle, der beauftragten Werbeagentur und Akteuren aus Melle-Buer, hier vor allem aus dem Heimat- und Verschönerungsverein Buer. Die

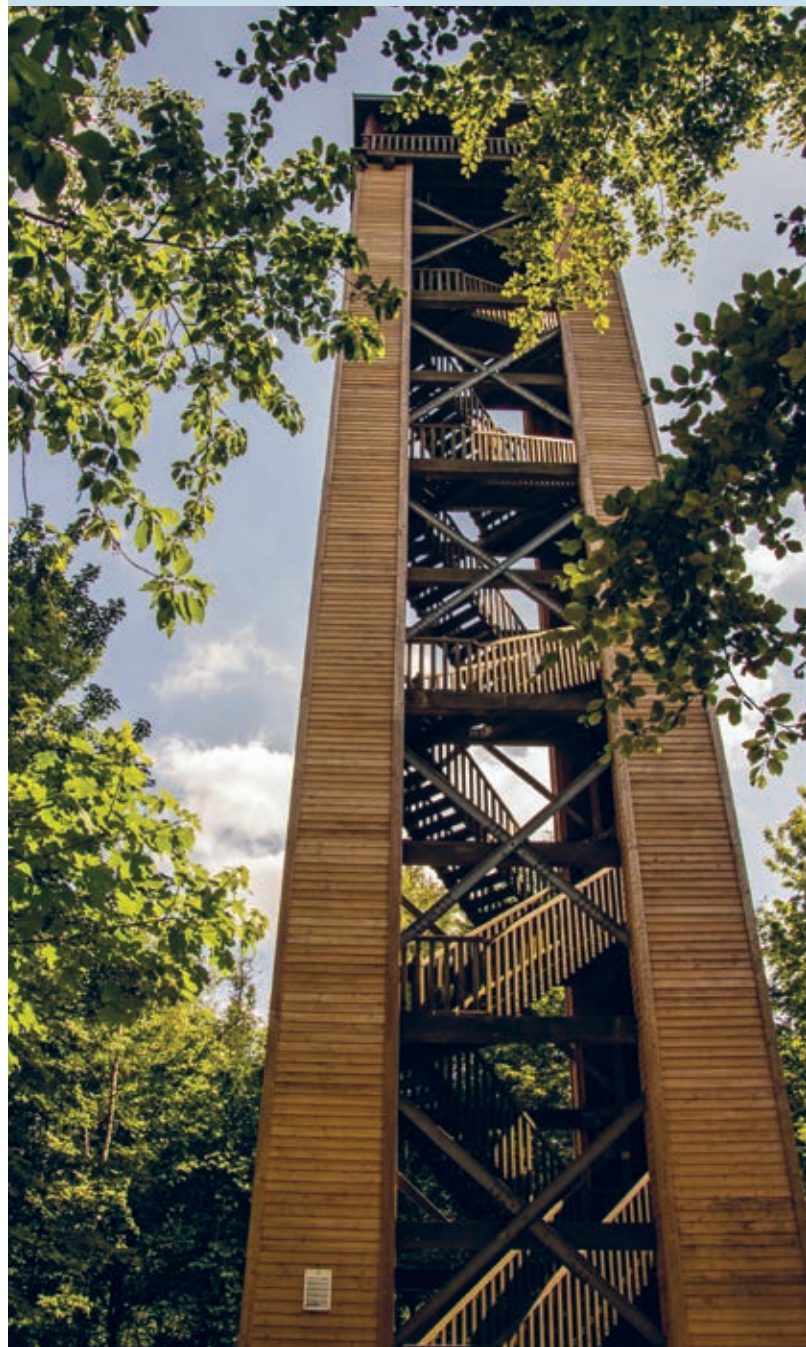
Zielsetzung des Klimaturms:

- Sanierung und Nutzbarmachung des Aussichtsturms
- Schaffung eines Ortes für nachhaltiges, informelles Lernen rund um den Klimaschutz
- Zielgruppenkonzepte für Kinder und Jugendliche als Zukunftsgestalter, Familien, Schulklassen, Natur- und Umweltschutzgruppen erarbeiten, um Interesse an den Themen Natur und Klimaschutz zu wecken
- Mittels moderner Technik sollen die komplexen Zusammenhänge von Klima, Wald und Mensch verständlich und nachvollziehbar gemacht werden
- Das Aufzeigen von Handlungsalternativen dient dem Zweck, das alltägliche Verhalten mit dem Schutz der Umwelt und des Klimas in Einklang zu bringen [1]

Thematische Ausrichtung der Inhalte des Lernstandortes:

- Klimawandel – was ist das?
- Wie verändern wir Menschen das Klima?
- Was kann ICH für unser Klima tun?
- Wo finde ich klimafreundliche Angebote?

Mitglieder der Stadtverwaltung erarbeiteten die Inhalte und übernahmen die Koordination der Kommunikation mit der Politik, den Akteuren und der Öffentlichkeit. Ebenso fand hier die Organisation und Durchführung der gesamten Öffentlichkeitsarbeit und der dazugehörigen Veranstaltungen statt. Darüber hinaus wurden die administrativen Aufgaben gemäß der Fördermittelgeber bearbeitet. Auch die Mitglieder des Heimatvereins waren an der inhaltlichen Erarbeitung beteiligt und stellten ein wichtiges Bindeglied zum Ortsteil Buer und den



Mitten im Wald erhebt sich der Klimaturm Melle-Buer

dortigen Akteuren dar. Die Werbeagentur befasste sich mit der Konzeption und Umsetzung des Projektantrags, schuf die technischen Voraussetzungen und war für die Evaluation und Abschlussdokumentation verantwortlich.

Zur Sicherung der Finanzierung wurden politische Beschlüsse herbeigeführt. Zudem wurde während des Projektzeitraums regelmäßig in unterschiedlichen politischen Gremien über den Projektfortschritt informiert. Die Finanzierung der Sanierung und die Umsetzung des Klimaturms erfolgten mit Mitteln der

Stadtverwaltung Melle, mit Fördermitteln der Deutschen Bundesstiftung Umwelt und der Stiftung der Sparkassen im Landkreis Osnabrück.

Seit Projektende besteht eine dauerhafte Kooperation der Stadt Melle mit den Akteuren vor Ort, besonders mit dem Heimatverein. Dabei geht es schwerpunktmäßig um die Unterhaltung des Umfeldes und der Hinweisschilder vor Ort.

Kontinuierliche Information und Einbeziehung der Menschen vor Ort

Ein wichtiger Part der Öffentlichkeitsarbeit waren Presseberichte in den lokalen Medien, die die Bürgerinnen und Bürger regelmäßig über den aktuellen Sachstand informierten.

Die erste öffentliche Veranstaltung war die Feierstunde am noch baufälligen Aussichtsturm im August 2013, in deren Verlauf der ehemalige Generalsekretär der DBU, Dr.-Ing. E. h. Fritz Brickwedde, die Zusage zur Projektförderung an den damaligen Bürgermeister der Stadt Melle, Dr. André Berghegger, übergab.

Da für den erfolgreichen und dauerhaften Betrieb eines solchen Lernstandortes die Einbindung von Akteuren vor Ort und der Öffentlichkeit unabdingbar ist, wurde im September 2013 zu einer öffentlichen Auftaktveranstaltung im Ortsteil Melle-Buer eingeladen. Dabei zeigten viele Personen aus ganz verschiedenen Institutionen ihr Interesse und ihre Bereitschaft, zum Gelingen des Projektes beizutragen. Dazu zählten unter anderem auch der Heimat- und Verschönerungsverein Buer und die Initiative zur Erhaltung der Friedenshöhe.

Ende August 2014 wurde die erfolgreich durchgeführte Sanierung des eigentlichen Aussichtsturms „Friedenshöhe“ mit einem öffentlichen Richtfest gefeiert. Initiiert wurde dies durch den Ortsbürgermeister aus Buer und den Bueraner-Mitgliedern des Projektteams.

Bei der offiziellen Eröffnungsfeier des Lernstandortes Klimaturm im März 2015 wurde ein buntes Familienprogramm angeboten, das die lokale Presse und ein lokaler TV-Sender begleiteten.

Mit der Entscheidung für einen Lernstandort mitten im Wald fiel auch der Startschuss zur Ausarbeitung eines neuen Nutzungskonzeptes für den sanierungsbedürftigen Aussichtsturm. Dabei sollten sehr unterschiedliche und bis dahin stark voneinander abgegrenzte Erfahrungsräume zu einem neuen verknüpft werden – Natur, Klimaschutz und Jugend. Als Bindeglied wurde der Einsatz modernster Technik gewählt: Smartphones und Tablets. Mit dem Einsatz dieser Medien können vor Ort unterschiedlich aufbereitete Informationen per App und QR-Code aufgerufen, „entdeckt“ und zusätzlich mittels eines Tests das eigene Verhalten ausgewertet werden. Aber auch „altbewährte“ Infotafeln sind vor Ort zu finden. Sie sollen das eigene klimarelevante Handeln auf anschauliche Weise bewusst machen, alltagstaugliche Möglichkeiten für Änderungen aufzeigen, zu Aktivitäten aufrufen und die Klimaschutzaktivitäten vor Ort sichtbar machen. Das Angebot des Klimaturms Melle richtet sich insbesondere an Kinder und Jugendliche – als DIE Klimagealter der nächsten Generation. Aber auch Lehrerinnen und Lehrer sowie (Groß-) Eltern und natürlich Touristinnen und Touristen, die im Rahmen eines Schul- oder Familienausflugs auf einfache Weise mehr über die komplexen Zusammenhänge von Klima, Klimaschutz und Mensch erfahren wollen, werden gezielt angesprochen. Das Besondere am Einsatz der modernen Technik ist auch der Aspekt, dass die Kinder und Jugendlichen mit ihrer Bedienung vertraut sind und den Erwachsenen Hilfestellung bei der Nutzung geben.

Vier Stationen machen das Thema Klima zum Erlebnis

Das Konzept des Klimaturms beinhaltet vier Stationen, die aufeinander aufbauend den Besucherinnen und Besuchern das Thema Klimaschutz näherbringen:

- Infostation
- Klima-Camp und Klimaschautafel
- Klimaturm-App mit Panoramastation auf dem Turm
- KlimaKing-Quiz



Die Logos des Klimaturms Melle-Buer und der Fördermittelgeber

Die Infostation

Am Parkplatz werden alle Ankommenden mit einer Infotafel willkommen geheißen. Sie bietet eine kurze Einführung, welche Auswirkungen das eigene Handeln auf das Klima hat. Es gibt offene Fragen, die zum Nachdenken und Diskutieren anregen und die Besucherinnen und Besucher auf den Weg zum ca. 600 Meter entfernten Turm schicken. Auch wird der Einsatz der App und der QR-Codes für die Nutzung der interaktiven Stationen erläutert.

Das Klima-Camp und die Klimaschautafel

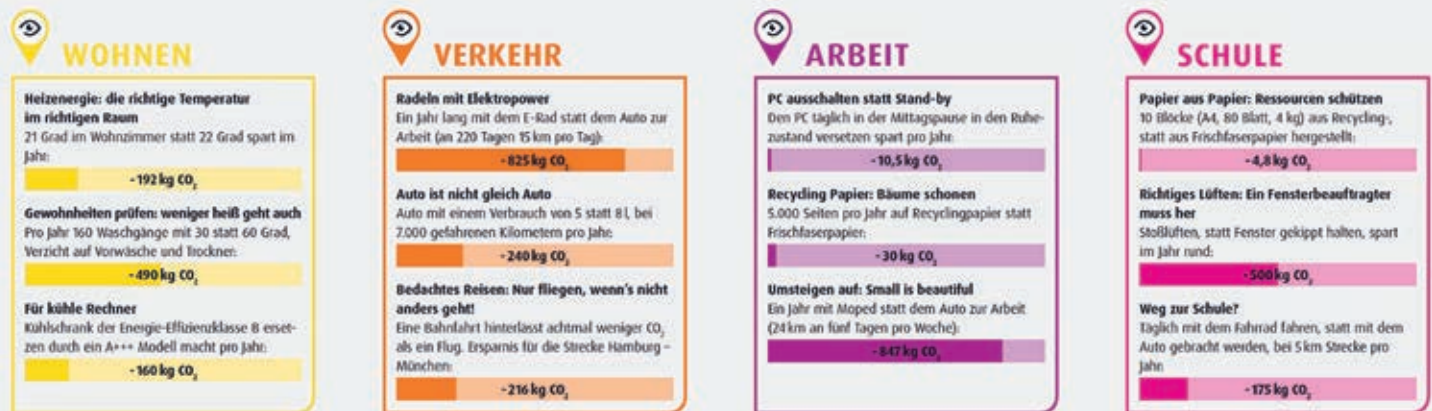
Am Fuß des Turms befindet sich das „Klima-Camp“, ein zentraler Sammelpunkt, der in gemüthlicher Atmosphäre unter anderem zum Picknicken einlädt. Eine große Klimaschautafel informiert anhand einer Infografik und zusätzlicher Sachinformationen über die Ursachen und Zusammen-

hänge des Treibhauseffektes, aber auch über die Auswirkungen des Klimawandels und die Notwendigkeit, Kohlenstoffdioxid-(CO₂-)Emissionen zu reduzieren. Angeboten werden Handlungsbeispiele in acht verschiedenen Kategorien: Alltag, Energie, Umwelt, Ernährung, Wohnen, Verkehr, Arbeit und Schule. Es gibt darüber hinaus praxisnahe Anregungen, um durch kleine Veränderungen im eigenen Verhalten positiven Einfluss auf die eigenen CO₂-Emissionen zu nehmen. Die möglichen Einsparungen sind konkret mit Kilogramm beziffert und auf einer Skala dargestellt. So erkennen schon junge Betrachterinnen und Betrachter, dass einfache Maßnahmen zu Einsparungen führen und somit zum Klimaschutz beitragen. Die gesamte Schautafel ist groß genug, so dass eine ganze Schulklasse sich davor einfinden und über die Inhalte diskutieren kann.

Die Infostation am Eingang bietet alle wichtigen Informationen auf einen Blick

Die Klimaschautafel sichert die Aufmerksamkeit großer Gruppen





Auszug aus der Klimaschautafel: Konkrete Zahlen, wieviel CO₂-Emissionen durch Handeln im Alltag eingespart werden können

Die Klimaturm-App und die Panoramastation auf dem Turm

Von der Panorama-Station oben im Turm aus haben die Besucherinnen und Besucher einen wunderschönen Blick über Melle und Melle-Buer. Der besondere Clou dieses Aussichtspunktes: die Nutzung der eigens für diesen Standort gestalteten Klimaturm-App für mobile Endgeräte. Die App verfügt über interaktive Inhalte, bei denen die sogenannte „Augmented Reality“-Tech-

nologie zum Einsatz kommt. „Augmented Reality“ ist eine Erweiterung der Realität unter Verwendung der Kamerafunktion eines mobilen Endgerätes, wodurch die Darstellung der sichtbaren Realität um eine zusätzliche Informationsebene ergänzt wird.

Diese Technologie wird in der App in den Bereichen „Information“ und „Spiel“ eingesetzt. Zur Präsentation von Informationen über Klimaschutz in der Region „ploppen“ beim Schwenk

Oben auf dem Turm bietet sich ein beeindruckender Blick in die Ferne



Von der Panorama-Station auf dem Turm ermöglichen zwei Apps besondere „Einblicke“ zum Thema Klima





Wer ist wo in Melle im Klimaschutz aktiv?



Vom Klimaturm aus „Jagd auf Klimakiller“ machen

über das Meller Panorama auf dem mobilen Endgerät „Blasen“ auf. Bei Berührung werden sie geöffnet und stellen vor, was sich an diesem Ort befindet, beispielsweise Gebäude, die mit erneuerbaren Energien beheizt werden, E-Bike-Tankstellen, die moderne Straßenbeleuchtung in Melle oder Meller Firmen, die aktiv Klimaschutz betreiben. Hier können sich Kinder, Jugendliche und Erwachsene gleichermaßen über die Vielfalt der regionalen Klimaschutzprojekte informieren und Anregungen und Ansätze zum eigenen Handeln bekommen.

Beim Spiel „Jagd auf Klimakiller“ steht dagegen vor allem der Spaß im Vordergrund. Dabei werden über dem Himmel des Klimaturms „KlimaKiller“ eingeblendet, die durch Schnelligkeit und Geschick zu bekämpfen sind. Als „Waffen“ stehen Verhaltensweisen zur Auswahl, mit denen CO₂ eingespart werden kann. Sie werden durch fünf verschiedene Symbole auf dem oberen Bildrand dargestellt, zum Beispiel Nutzung des Fahrrades oder Einkauf von regionalem Obst und Gemüse. Am Ende des Spiels werden den Nutzerinnen und Nutzern die erreichte Punktzahl und eine Übersicht über die verwendeten Mittel angezeigt.

Das KlimaKing-Quiz

Beim KlimaKing-Quiz lernen die Kinder und Jugendlichen auf spielerische Weise und können ihr Wissen rund um den Klimaschutz testen. Um herauszufinden, ob sie das Zeug zum „KlimaKing“

haben, müssen sie mit einem mobilen Endgerät den QR-Code von einem der insgesamt acht Schilder einscannen, die sich auf dem Gelände rund um den Turm befinden. Auf jedem Schild steht eine Frage zu einem Themenbereich aus dem alltäglichen Leben, wie zum Beispiel: Wie kommst du zur Schule? Wie feierst du deinen Kindergeburtstag? Auf dem Smartphone werden dann mehrere Verhaltensbeispiele als Antwort angeboten. Mit der Beantwortung folgt direkt ein Feedback, das bewusst in jugendlicher Sprache gehalten ist. Es zeigt, in welchen Bereichen die Quiz-Spielerin oder der Quiz-Spieler beziehungsweise die Gruppe schon KlimaKing ist und welche klimafreundlichen Alternativen es beim eigenen Verhalten noch gibt. Um sicherzustellen, dass das Klima-Quiz den richtigen Ton gegenüber Kindern und Jugendlichen zwischen acht und 14 Jahren trifft, haben Schülerinnen und Schüler einer Schule in Buer es im Vorfeld auf seine Zielgruppengerechtigkeit getestet [2].

Die Internetpräsenz zum Lernstandort ergänzt das Angebot vor Ort. Grundsätzlich empfehlenswert ist es, sich vor dem Besuch des Lernstandortes auf der Webseite www.klimaturm.de über das Angebot zu informieren. Hier gibt es Hinweise zu den technischen Voraussetzungen für die Nutzung der interaktiven Stationen vor Ort, Informationen zur Geschichte des Turms und zum Klimaschutz in der Region sowie Veranstaltungshinweise, weiterführende Links und



Klimawissen testen mit dem KlimaKing-Quiz

vieles mehr. Sonderseiten richten sich gezielt an Schülerinnen und Schüler bzw. Lehrerinnen und Lehrer oder Eltern, die einen Ausflug zum Klimaturm planen. Für Gäste ohne mobile Endgeräte stehen auf der Homepage Angebote zum Herunterladen und Ausdrucken bereit. So kann beispielsweise das KlimaKing-Quiz auch problemlos „offline“ gespielt werden. Um Rückmeldungen und Verbesserungsvorschläge einzuholen, gehören Feedbackbögen für Erwachsene und Kinder als direkte Onlinebefragung bzw. im PDF-Format zum Angebot der Website. Bei schönem Wetter sind besonders an Wochenenden und Feiertagen junge Familien aus der Region bei einem Ausflug am Klimaturm anzutreffen. Da der Turm frei zugänglich ist, können allerdings nur schwer exakte Besucherzahlen und direkte Reaktionen ermittelt werden.

Bereits nach Projektende wurden Ideen entwickelt, die zur Weiterführung des Lernstandortes und zur Erhöhung des Bekanntheitsgrads beitragen sollen.

Aus diesem Fundus wurden folgende Ideen bereits umgesetzt:

- Einbindung in das touristische Konzept durch die Erweiterung der lokalen Wanderrouen und Ergänzung der Informationen zum Klimaturm. Darüber hinaus Platzierung von Hinweisschildern zum Lernstandort auf den Wanderrouen
- Entwicklung eines Informationsflyers, der die Neugierde für den Lernstandort weckt
- Gezielte Ansprache von Schulen/Kindergärten/ Vereinen und Verbänden in und um Melle
- Überregional die Bekanntheit erhöhen (Presseberichte, Fachberichte in ausgewählten Zeitschriften/Magazinen usw.), denn zurzeit ist der Turm hauptsächlich lokal bekannt
- Pflege der Internetseite, weitere Vernetzung mit lokalen Akteuren

Aktuell wird ein Konzept zur Ausbildung von „Klimalotsen“ erarbeitet. Die Zielgruppe hier sind wieder Schülerinnen und Schüler, mit denen konkrete Handlungsmöglichkeiten für ihren Alltag erarbeitet werden sollen. Der Klimaturm als Lernstandort wird dabei in das Konzept mit eingebunden.

Fazit und zukünftige Projekte

Der Klimaturm ist ein zeitgemäßes Beispiel, wie Klimaschutz heute kommuniziert werden kann. Informieren – motivieren – aktivieren: Der innovative Lernstandort schafft öffentliches Bewusstsein für den Klimaschutz und motiviert Jung und Alt, selbst aktiv zu werden. Die Ziele, die mit dem Projekt und dem dazugehörigen Förderantrag verfolgt wurden, konnten erfolgreich umgesetzt werden:

- Der Aussichtsturm kann wieder genutzt werden,
- es ist ein innovativer Lernstandort des nachhaltigen und informellen Lernens rund um den Klimaschutz entstanden und

- das Ganze wurde zielgruppengerecht umgesetzt.

Zudem steht der gesamte Ortsteil hinter der neuen Nutzung des Turms und die Identifikation mit dem Wahrzeichen wurde weiter gesteigert. Von allen Beteiligten wird außerdem als Erfolg angesehen, gemeinsam ein nicht alltägliches nachhaltiges Projekt umgesetzt zu haben. Als besonderer Aspekt ist wohl hervorzuheben, dass Klimaschutz an einem Ort thematisiert wird, an dem er so bisher nicht stattfand und im Allgemeinen auch nicht erwartet wird. Ein Aussichtsturm hat auf den ersten Blick keinen Bezug zum Klimaschutz. Doch durch das neue Nutzungskonzept wird eine Brücke von einem ortsprägenden Bauwerk über die Natur zu den modernen Medien geschlagen. Es wäre schön, wenn das Projekt auch andere dazu animiert, Klimaschutz mit Orten zu verknüpfen, an denen er nicht vertreten ist oder erwartet wird. ■

Weiterführende Informationen

www.klimaturm.de

Quellenangaben

[1] Stadt Melle, Meldung vom 07.08.2014.

Download unter: www.melle.info/portal/meldungen/projekt-klimaturm-melle-buer-nimmt-zusehends-gestalt-an-919001673-20301.html

[2] Stadt Melle/Die Etagen,
„Klimaturm Melle-Buer. Der Lernstandort“,
Dokumentation, 2015



MAXI HASE

Klimaschutzmanagerin
der Stadt Melle

Maxi Hase hat an der Universität Osnabrück Geographie studiert. Seit Februar 2017 ist sie beim Klimaschutzmanagement im Umweltbüro der Stadt Melle für den Bereich Öffentlichkeitsarbeit tätig.

BIRGIT BRÜGGEMANN

Projektmitarbeiterin im
Umweltbüro der Stadt Melle

Birgit Brüggemann hat das Projekt Lernstandort Klimaturm Melle-Buer als Mitarbeiterin im Umweltbüro der Stadt Melle von 2013–2015 maßgeblich durchgeführt.

Klimaschutz in der kommunalen Praxis: Information, Motivation, Vernetzung

Immer stärker verankern Kommunen das Thema Klimaschutz in ihrem Aufgabenspektrum und setzen in ihrem Wirkungskreis zunehmend vorbildliche Maßnahmen um. Das Projekt „KlimaPraxis“ – Klimaschutz in der kommunalen Praxis: Information, Motivation, Vernetzung – beim Deutschen Institut für Urbanistik möchte diese positiven Prozesse befördern, Impulse aufnehmen und auf andere Kommunen übertragen. So sollen Kommunen bei den Anforderungen und Belangen des Klimaschutzes umfassend unterstützt werden, um die Ziele zur Reduzierung der Treibhausgasemissionen erreichen zu können.

Hinter den Schlagworten Information, Motivation und Vernetzung stehen drei Kernziele:

- Klimaaktive Kommunen erhalten eine „Bühne“, um ihre vorbildlichen Aktivitäten bekannt zu machen und zu zeigen, welche Möglichkeiten Kommunen haben, den Klimaschutz voranzubringen.
- Replikationen guter Beispiele werden forciert und andere Kommunen entsprechend motiviert bzw. unterstützt, diese Ideen aufzugreifen und von den Erfahrungen anderer zu profitieren.
- Kommunen werden stärker vernetzt, um Bedarfe und Herausforderungen sowie Zielsetzungen und Vorgehensweisen gemeinsam zu erörtern.

Wettbewerb

Kommunen, die besonders vorbildliche und effektive Maßnahmen im Bereich Klimaschutz oder Klimaanpassung umgesetzt haben, können am Wettbewerb „Klimaaktive Kommune“ (vormals Wettbewerb „Kommunaler Klimaschutz“) teilnehmen, bei dem jährlich Projekte mit Modell- und Vorbildfunktion ausgezeichnet werden. Neben dem Preisgeld von insgesamt 225.000 Euro verschafft eine Prämierung den Kommunen und ihren Klimaaktivitäten öffentliche Aufmerksamkeit und Anerkennung. Ausgelobt wird der Wettbewerb gemeinsam mit dem Bundes-

umweltministerium. Kooperationspartner sind der Deutsche Städtetag, der Deutsche Landkreistag und der Deutsche Städte- und Gemeindebund.

Veranstaltungen

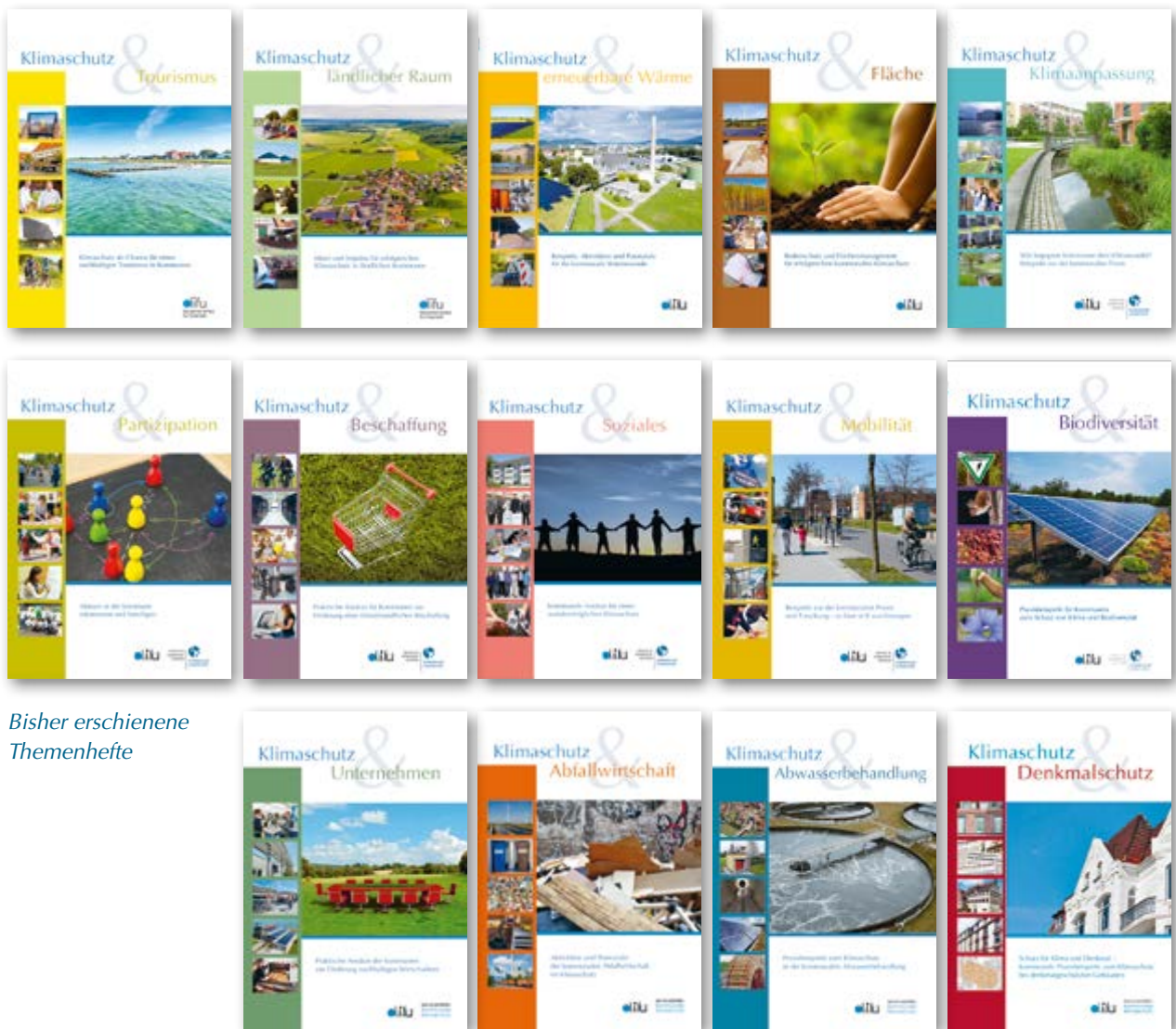
Ganzjährig und deutschlandweit werden zahlreiche Fachveranstaltungen und Praxiswerkstätten zu unterschiedlichen Themen angeboten. Kommunen haben hier die Möglichkeit, sich praxisnah und auf Augenhöhe auszutauschen, und profitieren so von den Erfahrungen andernorts. Zusätzlich lädt das Difu zusammen mit dem Bundesumweltministerium einmal im Jahr zu einer „Kommunalen Klimakonferenz“ ein, auf der auch die Preisträger im Wettbewerb „Klimaaktive Kommune“ prämiert werden.

Arbeitskreis

Der Arbeitskreis Kommunaler Klimaschutz institutionalisiert den kontinuierlichen Austausch vorbildlicher und kreativer klimaaktiver Kommunen. Ziel ist es, Know-how zu bündeln, Erfahrungen zu reflektieren, neue Herausforderungen im kommunalen Klimaschutz zu identifizieren und anderen Kommunen wichtige Impulse für Klimaschutzaktivitäten zu geben. Im Arbeitskreis bringen Kommunalvertreterinnen und -vertreter ihre Erkenntnisse zu unterschiedlichen Themenschwerpunkten ein und leiten daraus Empfehlungen für den kommunalen Klimaschutz ab, die veröffentlicht werden. Der Arbeitskreis bildet ein Netzwerk für den konkurrenzfreien Fach- und Erfahrungsaustausch zu allen Themen des Klimaschutzes.

Veröffentlichungen

Abgerundet wird das Angebot durch themenspezifische Veröffentlichungen. Kommunale Fachbeiträge und aufbereitete Praxisbeispiele informieren und regen zur Nachahmung an. Die Veröffentlichungen in der Reihe Themenheft sind als Online- und Printfassung kostenfrei erhältlich.



*Bisher erschienene
Themenhefte*

Bisher sind erschienen:

- Klimaschutz & Tourismus
- Klimaschutz & ländlicher Raum
- Klimaschutz & erneuerbare Wärme
- Klimaschutz & Fläche
- Klimaschutz & Klimaanpassung
- Klimaschutz & Partizipation
- Klimaschutz & Beschaffung
- Klimaschutz & Soziales
- Klimaschutz & Mobilität
- Klimaschutz & Biodiversität
- Klimaschutz & Unternehmen
- Klimaschutz & Abfallwirtschaft
- Klimaschutz & Abwasserbehandlung
- Klimaschutz & Denkmalschutz

Alle Publikationen, Praxisbeispiele sowie Informationen zu Veranstaltungen und dem Wettbewerb „Klimaaktive Kommune“ unter www.klimaschutz.de.

Nationale Klimaschutzinitiative

Gefördert wird das Vorhaben „KlimaPraxis“ vom Bundesumweltministerium im Rahmen der Nationalen Klimaschutzinitiative (NKI). Mit der NKI initiiert und fördert das Bundesumweltministerium seit 2008 zahlreiche Vorhaben, um Energie effizienter zu nutzen und Emissionen zu mindern. Ziel der Bundesregierung ist es, bis zum Jahr 2050 weitgehend treibhausgasneutral zu werden. Mittelfristziel ist das Senken der Treibhausgasemissionen in Deutschland bis 2030 um mindestens 55 Prozent gegenüber dem Niveau von 1990. ■

Bildnachweis

Stadt Melle/Die Etagen: Umschlagvorderseite (li., 1. v. o.), S. 95
Celle Tourismus und Marketing GmbH (CTM): Umschlagvorderseite (li., 2. und 5. v. o.), S. 14–15, 18 o., u. re., 19, 21–23
Congress Union Celle (CUC): Umschlagvorderseite (li., 3. v. o.), S. 17, S. 18 u. li.
Stadt Rietberg: Umschlagvorderseite (li., 4. v. o.), S. 78–79, 81–82, 83 u., 84–85, 87, 89 li.
Tourist-Service Ostseebad Schönberg, Foto: Oliver Franke: Umschlagvorderseite (re.), S. 45
Pixabay: S. 4, 6, 8–9, 101
Difu: S. 5
Timo Brandt, Difu: S. 10
Charlotte Hogrewe: S. 13 li.
Marco Peters, Difu: S. 13 re.
Khai-Nhon Behre: S. 25
TourCert gGmbH: S. 26
Naturpark Nordeifel e. V.: S. 28, 30–31, 33, 36–39
F. Schmidt: S. 29
Verkehrsverbund Rhein-Sieg (VRS)/Aachener Verkehrsverbund (AVV): S. 34
Kompetenzcenter Integraler Taktfahrplan NRW (KC ITF NRW): S. 35
Kurverwaltung Juist: S. 40
Inselgemeinde und Kurverwaltung Juist: S. 41
Landeshauptstadt Kiel/Annika Loewe: S. 42
Klimabündnis Kieler Bucht: S. 44, 46 o., 47
Klimabündnis Kieler Bucht/Thomas Christiansen: S. 46 u.
Gesa Gaedeke: S. 49 li.
Jens-Peter Koopmann: S. 49 re.
Schwarzwald Tourismus GmbH (STG): S. 50–56, 58–62
Wolfgang Weiler: S. 63
Freiburg Wirtschaft Touristik und Messe GmbH & Co. KG (FWTM)/Schoenen: S. 64–65
Projektgruppe „Erneuerbare Energien“: S. 66, 68 o., 69
Planungsbüro KoRiS – Kommunikative Stadt- und Regionalentwicklung: S. 68 u., 70
Zweckverband Aller-Leine-Tal: S. 71, 74
Lühning: S. 72
Forum Rethem: S. 73
Dethard Hilbig/Tanja Frahm: S. 75 li.
Dethard Hilbig/Jeanett Kirsch: S. 75 mi.
Jörg Zöllner: S. 75 re.
Deutscher Tourismusverband e. V. (DTV): S. 76–77
Gartenschaupark Rietberg GmbH: S. 80
Stadt Rietberg/Peter Smiatek: S. 83 o.
Michael Gottschalk/photothek.net: S. 86
Wiebke Schröder: S. 89 re.
Stadt Melle: S. 91, 93 o. li., u. li., u. re., 94, 96
DBU: S. 93 o. mi.
Stiftung der Sparkassen im Landkreis Osnabrück: S. 93 o. re.
Maxi Hase: S. 97



Gefördert durch:



Bundesministerium
für Umwelt, Naturschutz
und nukleare Sicherheit

aufgrund eines Beschlusses
des Deutschen Bundestages

NATIONALE
KLIMASCHUTZ
INITIATIVE

