

Rahmenkonzept Biosphärenreservat Rhön – Tourismus 1995

1. Fremdenverkehr und Erholung	2
2. Ziele eines Umweltschonenden Fremdenverkehrs	4
2.1. Allgemeine Trends auf der Nachfrageseite	5
2.2. Relevante Gästepotentiale für die Rhön	7
2.3. Grundzüge einer Entwicklungskonzeption für den Fremdenverkehr	8
2.3.1. Vorschläge zum Beherbergungsangebot	9
2.3.2. Vorschläge zur Gastronomie	13
2.3.3. Vorschläge zur Infrastruktur	14
2.3.4. Vorschläge zu Fremdenverkehrs-Marketing und Organisation	15

1. Fremdenverkehr und Erholung

Mittelgebirgslandschaften sind traditionell beliebte Erholungsziele für breite Schichten der Bevölkerung. Das gilt auch für die Rhön, die bereits seit dem vorigen Jahrhundert von Urlaubern und Ausflüglern aus dem umliegenden Regionen gern aufgesucht wird, wie die Existenz des Rhönklubs belegt. Der **Rhönklub** arbeitet seit 118 Jahren mit 91 Ortsgruppen aktiv in den Bereichen Fremdenverkehr, Wanderwegebetreuung, Brauchtum und Naturschutz.

So hat der Ausflugs- und Urlaubsverkehr im Biosphärenreservat Rhön eine gewisse wirtschaftliche Bedeutung erreicht, ergänzt durch Kur- und Rehabilitationsaufenthalte. Beherbergungswesen und Gastronomie stellen - neben anderen Wirtschaftsbereichen - eine wichtige Erwerbsgrundlage für die Regionsbevölkerung dar.

Eine Stärkung der Erwerbsfunktion des Fremdenverkehrs ist aus regionalwirtschaftlicher Sicht unbedingt erforderlich, da die regionale Branchenstruktur entsprechend übergeordneten Trends insgesamt ungünstig ist.

Mit der Anerkennung der Rhön als Biosphärenreservat und u.a. verstärkten Marketing-Anstrengungen im Fremdenverkehrsbereich auch in Richtung auf einen den Zielen in besonderem Maße entsprechenden "sanften" Tourismus kann die Bedeutung des Fremdenverkehrs in der Rhön gesteigert werden.

Die Intensivierung bei der Gästewerbung dürfte zu einem Zuwachs der Zahl der Ausflügler führen. Da beim Ausflugsverkehr heute bereits an einigen Wochenenden Probleme durch die Vielzahl der mit dem eigenen PKW anreisenden Ausflügler auftreten, müssen die Bemühungen um eine Ausweitung des Fremdenverkehrs mit einer Verbesserung der Besucherlenkung im Biosphärenreservat und seinen Randbereichen einhergehen.

Vor dem Hintergrund eines sich verschärfenden Wettbewerbs der Fremdenverkehrsgebiete im In- und Ausland kommt der marktgerechten Gestaltung des touristischen Angebots in der Rhön eine zentrale Rolle zu. Das Prädikat Biosphärenreservat unterstützt das Profil einer Urlaubsregion mit einer intakten Kulturlandschaft.

Zusammenfassung:

Die Rhön soll weiterhin der Erholung dienen. Anzustreben sind Erholungsformen, die die Ökosysteme möglichst wenig belasten und die Erholungsqualität der Landschaft (Landschaftsbild, Ruhe, Naturnähe, Vielfalt) erhalten. Die intakte Natur und Landschaft der Rhön ist das wichtigste Kapital für die weitere Entwicklung des Fremdenverkehrs. Die Rhön muß ihre **individuellen landschaftlichen Eigenarten** und Qualitäten bewahren und konsequent pflegen, wenn sie im Wettbewerb der Erholungsräume bestehen will ("Land der offenen Fernen").

Der Urlauber soll die Landschaft, die Natur, die Kultur und die Menschen in der Rhön kennenlernen. Daher soll die vorhandene Vielfalt im Beherbergungs- und Gastronomiebereich erhalten, qualitativ verbessert und quantitativ auf mittlerem Betriebsgrößenniveau ausgebaut werden. Mit dem Prädikat Biosphärenreservat sollen umweltorientierte Qualitätsstandards auch für Infrastruktur und überbetriebliche Angebote auf der Ebene von Gemeinde und Region gesetzt werden (vgl. Kap. 14). **Der Beitrag des Fremdenverkehrs zur regionalen Wertschöpfung ist zu erhöhen**, insbesondere durch stärkere Vernetzung des gastronomischen Angebots mit Produkten aus der Region.

Konflikte durch Ausflugsverkehr und umweltbeeinträchtigende Freizeitbetätigungen sollen durch gezielte Informations-, Lenkungs- und Verlagerungsmaßnahmen vermieden werden. Sensible Bereiche mit hoher Bedeutung für den Naturschutz sind von der Erholungsnutzung möglichst freizuhalten. Freizeitnutzungen, die die Ökosysteme, das Landschaftsbild oder die ruhige, naturgebundene Erholung stark belasten, sind in der Rhön nicht anzustreben und - wenn sie nicht vermieden werden können - besonders sorgfältig zu lenken.

Die Freizeit- und Fremdenverkehrsinfrastruktur ist vorrangig auf die zentralen Fremdenverkehrsorte und die überörtlich bedeutsamen Freizeit- und Erholungsschwerpunkte zu konzentrieren. Der Fremdenverkehrsbereich soll mit den Leistungen ansässiger Betriebe aus Landwirtschaft, Handwerk und Handel stärker vernetzt werden. Die Erschließung der Rhön für den Fremdenverkehr soll mit möglichst umweltverträglichen Verkehrssystemen erreicht werden.

Zur Fremdenverkehrsentwicklung werden vor allem folgende Maßnahmen vorgeschlagen:

- Verbesserung bzw. Aufbau des touristischen Angebotes, besonders durch Verbesserung der Betriebsgrößenstruktur, Vergrößerung des Angebotes bei Ferienwohnungen, Ausbau und Qualitätsverbesserung in Tagungsstätten sowie stärkere Profilierung im Gastronomiebereich (regionale Küche).
- Verstärkung des Fremdenverkehrsmarketings zur besseren regionsinternen Kooperation zwischen den Anbietern sowie zur Gewinnung von Urlaubern, insbesondere zur Erschließung neuer Zielgruppen im Bereich des "sanften Tourismus".
- Profilierung des Fremdenverkehrsgebietes Rhön durch Herausstellung der intakten Kulturlandschaft,
- verbessertes Bildungs- und Informationsangebot in den Bereichen Naturschutz, Landschaftspflege, Landwirtschaft, Herausstellen von Standards einer umweltgerechten Gastronomie (insbesondere regionaltypische Küche mit Produkten aus heimischer, naturverträglicher Landwirtschaft).
- Lenkung des Ausflugsverkehrs durch breite Öffentlichkeitsarbeit, Besucherlenkung, ÖPNV-Angebote.

2. Ziele eines Umweltschonenden Fremdenverkehrs

Leitlinien Fremdenverkehr

Als richtungsweisend für die künftige Fremdenverkehrsentwicklung im Biosphärenreservat Rhön sollten die folgenden Leitlinien gelten:

1. Die vorhandene Vielfalt im Beherbergungs- und Gastronomiebereich (Betriebsstruktur) ist zu erhalten (bzw. in Thüringen zu entwickeln) und der Angebotsstandard zu verbessern. Es sollte eine mittlere Betriebsgrößenstruktur angestrebt und weder neue größere Projekte zugelassen, noch in größerem Umfang zusätzliche, schwieriger zu vermarktende Privatzimmer und Kleinbetriebe geschaffen werden. Stark zu entwickeln ist der Bereich "Urlaub auf dem Bauernhof", verbunden mit baulichen Verbesserungen auf den Höfen und Dörfern.
2. Auch die vielfältige Gästestruktur gilt es zu erhalten. Zusätzlich sollten umweltbewußte, anspruchsvolle Bevölkerungsschichten als neue Zielgruppe angeworben werden.
3. Um im Wettbewerb bestehen zu können, sollte der Fremdenverkehr ein unverwechselbares Außenimage entwickeln, das auf die mit dem Prädikat "Biosphären-reservat" verknüpfte besondere Umweltqualität gegründet ist. So müssen auch neue Qualitätsstandards für die fremdenverkehrsdienliche Infrastruktur und das überbetriebliche Angebot auf der Ebene von Region und Gemeinde gesetzt werden. Hierfür ist gezielte Informations- und Bildungsarbeit notwendig.
4. Um die regionale Wertschöpfung durch den Fremdenverkehr zu erhöhen, sollte die Auslastung von Betrieben und Einrichtungen verbessert werden. Für die Bereiche Urlaub, Kur/Rehabilitation und Tagungen/Seminare bestehen unverändert günstige Standortvoraussetzungen in der Rhön - sie leisten durch ihre teilweise saisonunabhängigen Arbeitsplätze einen wichtigen Strukturbeitrag für die Region.

Eine Saisonverlängerung kann u.a. durch Schlechtwetterangebote und die Bündelung von fremdenverkehrsrelevanten kulturellen Aktivitäten erreicht werden.

5. Um darüber hinaus mit dem Fremdenverkehr regionalwirtschaftliche Synergieeffekte zu erzielen, sind die vorhandenen Ansätze zur Vernetzung dieses Bereichs mit den Leistungen ansässiger Betriebe aus Landwirtschaft, Handwerk und Handel zu intensivieren. Auf diese Weise sollten auch die vorhandenen Großbetriebe des Beherbergungswesens einen stärkeren regionalen Bezug erhalten.

Eine solche Vernetzung in der Region erfordert die Kooperation der Beteiligten über administrative Grenzen hinweg. Gleichzeitig müssen jedoch mit dem Stichwort des aktiven "Innenmarketings" die ansässigen Betriebe aus den genannten Sektoren für die neue Aufgabe gewonnen werden, indem sie zielgerichtet informiert und beraten werden. Auf diese Weise kann auch eine verlässliche Qualität der mit dem Prädikat "Biosphärenreservat" angebotenen Leistungen sichergestellt werden.

6. Es ist anzustreben, das derzeitige erhebliche Ungleichgewicht im Entwicklungsstand innerhalb des Biosphärenreservats zumindest schrittweise dadurch zu verringern, daß private und öffentliche Investitionen schwerpunktmäßig auf besonders geeignete Teilregionen auf thüringischem Gebiet gerichtet werden. Dieses wird es ermöglichen, die Fremdenverkehrslandschaft der Rhön als Einheit nach außen zu vertreten und effizient zu vermarkten.

7. Beim Ausflugsverkehr sollte eine landschaftsverträgliche Verteilung der Besucher im Gesamtgebiet der Rhön erreicht werden. Sensible Landschaftsbereiche sollten durch gezielte Lenkungsmaßnahmen des Besucherverkehrs sowie den Einsatz umweltfreundlicher öffentlicher Verkehrsmittel von übermäßiger Beanspruchung und Individualverkehr entlastet werden. Freizeitbetätigungen, die am gegenwärtigen Standort umweltbeeinträchtigend wirken, sollten an weniger sensible Standorte im Biosphärenreservat verlagert werden.

2.1. Allgemeine Trends auf der Nachfrageseite

Sicherung und Ausbau der touristischen Marktposition erfordern, den Veränderungen auf der Nachfrageseite durch Anpassung der Angebote zu entsprechen. Dabei ist die jeweils spezifische Situation in den einzelnen touristischen Teilmärkten zu berücksichtigen. Dazu zählt insbesondere, daß sich die Tendenz zu einer weiteren Differenzierung auf der Nachfrageseite weiter fortsetzen wird.

Urlaubsreisen

Diese sind für die Rhön auch künftig das wichtigste Nachfragesegment. Im Zusammenhang mit dem künftigen Bevölkerungswachstum und der demografischen Umschichtung ist eine Zunahme der Nachfrage nach Urlaubsreisen zu erwarten. Dabei werden die **Kurzurlaubsreisen** weiter an Bedeutung gewinnen; sie treten damit neben die traditionellen längeren Urlaubsreisen. Bei Kurzurlaubsreisen werden Reiseziele mit kurzen Fahrtzeiten bevorzugt.

Bei der deutschen Bevölkerung werden sich die Urlaubserwartungen und -verhaltensweisen weiter differenzieren. Neben dem mehr passivem Urlaubsgenuß treten Wünsche nach **aktiver Urlaubsgestaltung** verstärkt in den Vordergrund.

Nach Erkenntnissen von Tourismusexperten erwartet das Reisepublikum zunehmend die Verbindung von Freizeit und Erlebnis. Dabei lassen sich mehrere Trends zu unterschiedlichen Formen von **Erlebnis-Freizeit** feststellen:

- Trend zum Bildungserlebnis,
- Trend zum Einkaufserlebnis,
- Trend zum Sporterlebnis,
- Trend zum Badeerlebnis,
- Trend zum Naturerlebnis,
- Trend zum multiplen Erlebnis,
- Trend zum handwerklichen Gestalten (nach FISCHER, 1992, ergänzt).

Ökologisches Denken gewinnt zunehmende Verbreitung, besonders bei höher gebildetem und kritischerem Publikum. Allerdings sollten daran nicht zu hohe Erwartungen hinsichtlich der individuellen Verhaltensweise geknüpft werden. Vielmehr ist davon auszugehen, daß nicht in allen Fällen Verständnis für ökologische und Umweltschutzziele auch mit einem entsprechend individuellen Verhalten einhergeht (OPASCHOWSKI, 1992).

Auch das Anspruchsniveau der Urlauber verändert sich, sie werden "immer anspruchsvoller, d. h. reiseerfahrener, qualitätsbewußter, kritischer und fordernder" (OPASCHOWSKI, 1992). Daraus folgt, daß viele Urlauber häufiger ihre Ziele wechseln und weniger einem Gebiet "treu" sind. Zugleich steigt auch das Interesse an profilierten Programmen, die auf ausgewählte Zielgruppen zugeschnitten sind.

Ein kleines Segment innerhalb des stark differenzierten Urlauber-Potentials stellt die Gruppe der **"Ökotouristen"** dar. Wegen der von ihnen vertretenen Ziele eines sozial- und umweltverträglichen Tourismus ("sanfter Tourismus", ULBERTSON / MAZANEC, 1991) sind sie für das Biosphärenreservat Rhön eine besonders interessante Zielgruppe. Nach den bisherigen Erfahrungen einschlägiger Reiseveranstalter handelt es sich dabei insbesondere um jüngere Familien, die vor allem das gut gestaltete Angebot mit mittlerem bis gehobenem Komfort schätzen. Bei "Ökotouristen" besteht rege Nachfrage nach einwöchigen Veranstaltungen entweder in Form von ökologischem Aktivurlaub (z.B. Radtouren, Reiten, Kanuwandern) oder von Bildungsurlaub mit ökologischen Themen (z.B. Gewässerkunde, Wildkräuter, Öko-Höfe, vegetarische Schlemmerradtour).

Bildungstourismus

Unter diesem Begriff wird der Besuch von berufsbezogenen Tagungen, Seminaren u. ä. sowie von Bildungsurlaubsveranstaltungen verstanden. Statistisch handelt es sich hier um eine Teilmenge der Kurzaufenthalte, z.T. auch der längerwährenden Urlaubsaufenthalte. Es besteht die Möglichkeit einer stärkeren Zunahme aufgrund der bundesweit zu erwartenden Nachfrageexpansion und der zentralen Lage der Rhön mit günstiger Erreichbarkeit über Fernstraßen.

Geschäftsreisen

Weitere Nachfrage-Zunahme ist derzeit fraglich, dabei jedoch ohne nachhaltige Auswirkung auf die Rhön, da diese Reiseart eng von Größe und Entwicklung des produzierenden Gewerbes und des Dienstleistungsbereichs innerhalb der Rhön abhängig ist. Bisher schon im Wesentlichen auf den Raum Fulda beschränkt.

Kur/Rehabilitation

Kleines Segment im Biosphärenreservat, dagegen besteht wesentlich größere Bedeutung für die zahlreichen Heilbäder/Kurorte im Umkreis. Unter ihnen befinden sich einzelne von erheblichem Gewicht im deutschen Kurbäderangebot. Für die Rhön stellen die zahlreichen Kurgäste im Umkreis ein erhebliches Nachfragepotential für Tagesausflüge dar.

Die weitere Nachfrageentwicklung ist wegen möglicher Verschärfung bei der Gewährung von Kuren zur Zeit schwierig abzuschätzen.

Wochenendverkehr

Wichtiges Nachfragesegment in der Rhön, auch im Winter. Bundesweit ist mit einer Zunahme der Teilnahme an Wochenendausflügen aufgrund der steigenden privaten Motorisierung zu rechnen.

Die Bedeutung der Rhön als Zielgebiet für Wochenendausflüge ist abhängig vom Verkehrsaufkommen aus dem näheren und weiteren Umkreis (50 - 100 km) sowie von Zahl und Attraktivität konkurrierender Zielgebiete:

- Engerer Umkreis bis 50 km im Vergleich zum Bundesdurchschnitt unterdurchschnittlich bewohnt, überwiegend ländliche Siedlungsweise, daher relativ geringes Nachfragepotential (MÄCKE et al., 1977).

- Im weiteren Umkreis bis 100 km befinden sich als Quellgebiete Teile des Verdichtungsraums Rhein-Main sowie die Städte Kassel, Würzburg, Bamberg und Erfurt/Weimar. Nach Fertigstellung der A 66 verbessert sich für Ausflügler aus dem Rhein-Main-Gebiet die Erreichbarkeit der Rhön.
- Konkurrierende Zielgebiete im Umkreis bis zu 100 km um die Rhön sind: Thüringer Wald, Spessart, Vogelsberg, Hessisches Bergland, Haßberge und Steigerwald; aus der Perspektive des Rhein-Main-Gebiets: u. a. Taunus, Odenwald, Vogelsberg, Spessart, Westerwald.

Insgesamt ist von einer steigenden Nachfrage nach Ausflügen in die Rhön auszugehen, ähnliches ist auch für die Nachfrage nach Freizeit-Wohnen (am Wochenende) anzunehmen.

2.2. Relevante Gästepotentiale für die Rhön

Vor dem Hintergrund der dargestellten Trends auf der Nachfrageseite ergeben sich für die Rhön Ansatzpunkte, durch bedarfsgerechte Angebote Gäste aus den verschiedenen Nachfragepotentialen zu gewinnen. Günstige Voraussetzungen sind nach unserer Auffassung bei mehreren Zielgruppen gegeben. Mit Hilfe eines effizienten Marketings, das sich an den jeweiligen Bedürfnissen und Erwartungen der Gäste orientiert, ist es möglich, eine größere Zahl von Gästen zu gewinnen. Folgende Zielgruppen sind vorrangig anzusprechen:

Urlauber/Kurzurlauber

- Erholungsurlauber (überwiegend passives Urlaubsverhalten)
- Aktive Urlauber (Wandern, Sport-Hobby, Modellflug, Segelflug, Fahrrad-Urlauber), Urlauber mit künstlerischem Hobby (Malerei, Musik, Schauspiel, Erlebnis-Urlauber)
- Ökotourist ("sanfter Tourismus")
- Schüler-/Jugendgruppen (Teilnehmer an Jugendfreizeiten)
- Behindertengruppen

Teilnehmer an Bildungsveranstaltungen

- Seminar-/Tagungs-Teilnehmer (berufsbezogene Themen)
- Bildungsurlauber (allgemeinbildende Themen, Sprachkurse, Interesse an umweltbezogenen Themen)

Kurgäste/Rehabilitanten

- Kneippkurgäste
- Patienten in Rehabilitation

Die Aufstellung macht deutlich, daß von einem relativ breiten Spektrum beim Gästepotential ausgegangen werden kann. Zweifellos würde es den Zielen des Biosphärenreservats am ehesten

entsprechen, wenn der sog. "Ökotourist", der sich den Zielen des sanften Tourismus verpflichtet fühlt, das Gros der Rhön-Besucher stellte. Die Rhön bietet für diese Tourismus-Form besonders günstige Voraussetzungen, da sich ein schonender Umgang mit den natürlichen Ressourcen einer Region mit einem ausgeprägten Interesse an Informationen über diese Region, speziell hinsichtlich ihrer Flora, Fauna und ihres kulturellen Erbes verbindet. Einschränkend gilt jedoch, daß es sich bei dieser Zielgruppe um eine kleine, wenn auch voraussichtlich wachsende Zielgruppe handelt und auch andere Regionen diese Gruppe bewerben.

Daher ist es im Interesse der wünschenswerten Stärkung der Fremdenverkehrswirtschaft in der Rhön und der längerfristigen Sicherung von Arbeitsplätzen im Fremdenverkehr erforderlich, auf ein breites Gästespektrum abzustellen. Innerhalb dieses Gästespektrums dürften Urlauber des sanften Tourismus vor allem zukünftig in der Rhön eine größere, wenn auch nicht zu überschätzende Gruppe stellen. Würde man dagegen bestimmte, zum Teil quantitativ wichtige Gästegruppen von vorneherein als unerwünscht ausklammern, hätte das negative Folgen auf Beherbergungsvolumen, touristisches Arbeitsplatzangebot und Wirtschaftskraft der Region, nicht zuletzt auch auf ihr touristisches Image. Wichtig ist die weitere Verbesserung des Bekanntheitsgrades der Rhön, gerade hinsichtlich ihrer Qualitäten als intakter Naturraum. Letzteres wird durch die Anerkennung als Biosphärenreservat verstärkt.

2.3. Grundzüge einer Entwicklungskonzeption für den Fremdenverkehr

Ausgangspunkt für die Konzipierung spezifischer Maßnahmen zur Entwicklung des Fremdenverkehrs im Biosphärenreservat Rhön sind:

- Ergebnisse der Strukturanalyse.
- Künftige Entwicklungstrends im Tourismus.
- Entwicklungsanforderungen im Rahmen der Zielvorstellungen für das Biosphärenreservat.

Aus regionalpolitischer Perspektive gilt es, Bedingungen für die langfristige Existenzfähigkeit der Fremdenverkehrswirtschaft in der Rhön zu sichern. Das bedeutet zu-nächst, für den Bereich des Fremdenverkehrs solche Formen zu entwickeln, die sich an den ökologischen Ressourcen dieses Raums orientieren und keine nennenswerten Belastungen für den Natur- und Kulturraum zur Folge haben, sondern im Gegenteil sein naturräumliches und kulturelles Potential nutzen.

Ferner sind alle Optionen zu vermeiden, die zu einer Entwicklung zum Massentourismus führen könnten. Aus der bereits dargestellten Wettbewerbslage der Rhön ist jedoch Ähnliches für die Zukunft nicht zu erwarten. Dieses gilt zumindest für den Übernachtungsfremdenverkehr. Dagegen sind im Bereich des Wochenendverkehrs, der z. T. erhebliche Belastungen für den Raum zur Folge hat, besondere Maßnahmen zur Lenkung und regionalen Verteilung des Besucherzustroms erforderlich.

Die künftigen Veränderungen auf dem touristischen Markt erfordern es jedoch, daß sich die Fremdenverkehrswirtschaft der Rhön diesem anpaßt - einerseits um die derzeitige Marktposition zu erhalten oder ggf. noch weiter auszubauen, andererseits um den regionalpolitisch erforderlichen Einkommenseffekt zu sichern. Dementsprechend geht es künftig darum,

- neue spezifische Formen des Fremdenverkehrs für die Rhön zu entwickeln (sanfter Tourismus, Landtourismus),

- für die bisher hier vertretenen Nachfragegruppen weiterhin Angebote bereitzuhalten, soweit dieses von der ökologischen Belastung her vertretbar ist, sowie
- die Entwicklungskonzeption insgesamt auf ein differenziertes, vielfältig strukturiertes Gästepotential abzustellen.

2.3.1. Vorschläge zum Beherbergungsangebot

Die Veränderungen auf dem Tourismusmarkt und die Möglichkeit, für die Rhön neue, ökologisch orientierte Gästegruppen zu gewinnen, machen eine Anpassung des Beherbergungsangebots erforderlich:

- quantitativ durch Aufstockung der Bettenzahl in bedarfsgerechten Betriebsarten,
- qualitativ durch Modernisierung in vorhandenen Betrieben sowie durch Umstrukturierung zugunsten bedarfsgerechter Betriebsarten und
- funktional durch Übertragung neuer Aufgaben an bestehende Einrichtungen (Vermittlung ökologischer Ziele z. B. in Zusammenarbeit mit den Verwaltungsstellen des Reservats).

Weiterentwicklung von Fremdenverkehrsorten

Wie im Kap. 6.4 verdeutlicht, ist die Rhön durch ein Ungleichgewicht in der räumlichen Verteilung des Bettenangebots gekennzeichnet. Wenigen Orten mit sehr hoher Bettenzahl (unter den vier Orten mit mehr als 500 Betten wird allein in drei Orten das Beherbergungswesen durch je einen beherrschenden Großbetrieb bestimmt) stehen viele stark ländlich geprägte Orte mit einem nur sehr schmalen Bettenkontingent gegenüber. Daher besteht ein weiteres wichtiges Ziel der Fremdenverkehrsentwicklung darin, einige Fremdenverkehrsorte zu besonders leistungsfähigen Orten mit einem breiten und differenzierten Angebot zu entwickeln, das durch mehrere mittelständische Beherbergungs- und gastronomische Betriebe getragen wird.

Für das **thüringische Gebiet** hat der Aufbau kleinerer leistungsfähiger Fremdenverkehrsorte besondere Wichtigkeit. Bei der Bestimmung der vorrangig zu entwickelnden Orte sollten folgende Kriterien gelten:

- Lage in einem Gebiet mit besonderer landschaftlicher Attraktivität,
- Ansätze einer positiven Fremdenverkehrsentwicklung.

Als zusätzliche, nicht in allen Fällen bereits jetzt erfüllbare Kriterien können gelten:

- Ausstattung mit einzelnen zentralen Einrichtungen,
- besondere Attraktivität der Siedlung aufgrund vorhandener Baudenkmäler oder historischer Ortskerne,
- Erschließung mit ÖPNV.

Auf Grundlage der vom Büro Grebe erstellten Gemeindeblätter dürften folgende Orte auf thüringischem Gebiet günstige Voraussetzungen für eine vorrangige Entwicklung zu Fremdenverkehrsorten bieten:

Wartburgkreis:

- Brunnhartshausen/Zella
- Dermbach
- Geisa
- Kaltennordheim
- Wiesenthal

Kreis Schmalkalden-Meiningen:

- Erbenhausen zusammen mit Kaltensundheim
- Kaltenwestheim
- Helmershausen

Es ist davon auszugehen, daß der weitere Ausbau dieser Orte auch auf benachbarte Orte positive Impulse hat, deren Fremdenverkehrsbereich derzeit noch nicht oder nur sehr schwach entwickelt ist.

Betriebsarten mit besonderer Eignung für Urlauber/Kurzurlauber

An der Beherbergung von Urlaubern/Kurzurlaubern in der Rhön waren bisher relativ viele Betriebsarten beteiligt: insbesondere Privatquartiere, Pensionen, Gasthöfe, kleine Hotels, in jüngster Zeit vermehrt auch Ferienwohnungen. Vor dem Hintergrund einer bundesweit steigenden Nachfrage von Inlandsurlaubern nach Ferienwohnungen ist es sinnvoll, das Beherbergungsangebot in der Rhön schwerpunktmäßig durch zusätzliche Kapazitäten in dieser Betriebsart zu vergrößern. Wegen der besonderen Bedingungen für bauliche Veränderungen im Reservat im Zusammenhang mit Standortwahl, Flächenbedarf und Dimensionierung für neue Projekte, auch im Hinblick auf die Erhaltung des Ortsbildes, werden die Möglichkeiten für die Schaffung marktgerechter zusätzlicher Beherbergungskapazitäten eingengt. Daher werden folgende Lösungsmöglichkeiten zur Bereitstellung eines zusätzlichen Bettenangebots vorgeschlagen, die zugleich zur Kompensation des rückläufigen Bettenangebots in Kleinbetrieben und Privatquartieren dienen:

- Schaffung von Ferienwohnungen in landwirtschaftlichen und Wohngebäuden in bereits entwickelten Fremdenverkehrsorten im bayerischen und hessischen Reservatsteil sowie in geeigneten Orten auf thüringischem Gebiet.
- Umwandlung/Zusammenlegung von geeigneten Gästezimmern in Privatquartieren zu Ferienwohnungen in bereits entwickelten Fremdenverkehrsorten auf bayerischem und hessischem Gebiet sowie in geeigneten Orten auf thüringischem Gebiet.
- Förderung des ländlichen Tourismus (Urlaub auf dem Bauernhof).

Auf **thüringischem Gebiet** hat die Entwicklung einer touristischen Basisausstattung von mittelständischen Hotels und Pensionen Vorrang. Um eine ungeordnete Entwicklung zu vermeiden, sind Investitionsvorhaben nach Möglichkeit in solche Teilregionen und Orte zu lenken, die nach Anbindung und Lage (außerhalb der Kernzone), infrastrukturellem Ausstattungsniveau (bei einem Bestand von zwei bis drei Gaststätten) und nach Attraktivität des Ortsbildes die günstigsten Voraussetzungen für diese erste Entwicklungsphase erfüllen. Der Schaffung einer touristischen Basisausstattung sollte Vorrang vor einer Fortsetzung im Ausbau des Privatzimmer-Angebotes gegeben werden. Für Hotel- und Pensionsbetriebe sollten jeweils wettbewerbsfähige Größenordnungen angestrebt werden. Für Hotels dürfte dies die Größenordnung ab 50 Betten sein, für Pensionen mindestens 20 Betten. Großanlagen (z.B. geplanter Center-Park bei Hermannsfeld) entsprechen nicht dem Fremdenverkehrsleitbild der Rhön.

Im Hinblick auf steigende Anforderungen an die Qualität der Unterkünfte ist in den Betrieben möglichst **mittleres Ausstattungsniveau** anzustreben. Dies gilt insbesondere für Privatquartiere,

Pensionen und Gasthöfe und beinhaltet die Bereitstellung ausreichend großer Gästezimmer, die Schaffung einer wohnlichen Atmosphäre, die Einrichtung einer Naßzelle und einen gästefreundlichen Hausservice.

Ein besonderer Bedarf wird in der Bereitstellung von Behinderten-Pensionen oder -Hotels für die Aufnahme von Behindertengruppen und ihre Betreuer gesehen. Um eine Ausgrenzung Behinderter zu vermeiden, sollten darüberhinaus auch in herkömmlichen Betrieben verstärkt behindertengerechte Einrichtungen geschaffen werden.

"Ländlicher Tourismus" (Urlaub auf dem Bauernhof)

In der Zunahme der Beherbergung von Urlaubs- und Kurzurlaubsgästen auf bäuerlichen Betrieben wird ein sinnvoller und zukunftsweisender Weg gesehen, die Verbesserung der Einkommenslage der Landwirte mit der Vermittlung von Kenntnissen über die besonderen Bedingungen der landwirtschaftlichen Produktion in der Rhön an Gäste und dem Direktabsatz landwirtschaftlicher Produkte zu verknüpfen (vgl. Kap. 12).

Schwerpunkt dabei sollte die Errichtung von Ferienwohnungen auf Bauernhöfen in jeweils unterschiedlicher Größenordnung (teils für 2 Personen, teils für Familien mit Kindern sein. Auch für Nebenerwerbsbetriebe kann sich hierdurch mit der Umstellung auf extensive Tierhaltungsformen ("Erlebnishöfe") eine sinnvolle Zukunftsperspektive ergeben.

Für interessierte Landwirte sollten weiterhin Informationsveranstaltungen oder Informationsbroschüren vorbereitet werden. Diese sollten unter anderem Informationen enthalten über

- betriebliche Voraussetzungen für die Einrichtung der Gästeunterkünfte,
- Gestaltung der Unterkünfte,
- Gästebewirtung (u. a. Absatz von Lebensmitteln aus eigener Erzeugung),
- Vermittlung von Kenntnissen über die Rhön-Landwirtschaft,
- Möglichkeiten der Mitarbeit an der Entwicklung von spezifischen Freizeitprogrammen für die Urlauber.

Im hessischen Teil erfolgt dies durch den Urlaubsring Rhön seit Jahren sehr erfolgreich, hier sollte das bereits bestehende Unterkunftsangebot durch weitere neue Ferienwohnungen vergrößert werden.

Im bayerischen Teilraum ist diese Urlaubsform noch erheblich auszudehnen. Hier sollten ebenfalls Ferienwohnungen beim Ausbau im Vordergrund stehen. Obwohl im thüringischen Teilraum die Voraussetzungen vergleichsweise am wenigsten günstig zu sein scheinen, sollten auch hier Möglichkeiten der Schaffung von Unterkünften in landwirtschaftlichen Anwesen in Ortslagen geprüft werden.

Betriebsarten für Tagungen/Schulungen/Seminare

Im Hinblick auf die zu erwartende weitere Steigerung des Bedarfs an beruflicher Fortbildung und innerbetrieblichem oder zwischenbetrieblichem Informationsaustausch könnte für die Rhön an die bisherigen positiven Entwicklungen auf diesem Sektor angeknüpft werden. Ihre zentrale Lage erweist sich dabei als besonderer Standortvorteil. Eine behutsame Aufstockung der Kapazität könnte

zunächst in Form der Sanierung historischer Bausubstanz zugunsten von Seminar- oder Tagungseinrichtungen (vgl. Kap. 19.3), in einem späteren Schritt nach Vorliegen positiver Erfahrungen in Form eines Tagungshotels in verkehrsgünstiger Lage an der West-Ost-Achse, etwa in Dermbach, Kaltennordheim oder Kaltensundheim erfolgen. Für die erste Phase ist zu prüfen, wieweit entsprechende Voraussetzungen im **Kloster Zella** gegeben sind.

Betriebsarten für Schüler-/Jugend- und Bildungstourismus

Aufgrund der allgemein wachsenden Resonanz auf ökologische Themen an den Schulen und bei einzelnen speziellen Verbänden oder Vereinen sowie wegen der steigenden Nachfrage nach nicht berufsbezogenen Bildungsurlaubs-Veranstaltungen ergeben sich auch für die Rhön Möglichkeiten, verstärkt auf diesem Feld tätig zu werden. Durch Seminare u. ä. ließen sich ökologische Ziele einem breiten Publikum vermitteln. Dies könnte um so erfolgreicher sein, je mehr es mit praktischer Arbeit (ökologisches Labor, ökologische Exkursionen, landschaftspflegerische Mitarbeit, Mitarbeit in bäuerlicher Landwirtschaft und Produktveredelung) kombiniert würde. Die Einrichtung ökologisch orientierter Beherbergungs- und Bildungsstätten könnte wesentlich zur Vermittlung der Ziele für das Biosphärenreservat beitragen und bei Bevölkerung und Besuchern eine große Akzeptanz für gewisse Nutzungsrestriktionen erreichen. Dabei ist enger Kontakt zu den Informationszentren im Biosphärenreservat erforderlich (vgl. Kap. 19.1).

Geeignete Ansatzpunkte stellen **Schullandheime, Jugendherbergen** und spezielle Bildungsstätten von Vereinen/Verbänden dar, soweit sie sich mit der Umweltthematik bereits befassen. Die in der Rhön bereits zahlreich vorhandenen Einrichtungen bieten gute Ansätze (Kap. 19.4). Auf bayerischem, hessischem und thüringischem Gebiet sollte je eine Einrichtung zu einem **regionalen ökologischen Bildungszentrum** ausgebaut werden. Diese Einrichtungen sollten die Voraussetzungen für Unterbringung und Unterrichtung von Jugend- und Erwachsenengruppen erfüllen. Dazu gehören Seminarräume, ein kleines Labor, eine ökologische Dokumentations- und Lehrmittelsammlung sowie ein qualifizierter Mitarbeiter. Zusätzlich sollte geprüft werden, welche Einrichtung die günstigsten Voraussetzungen für die Unterbringung von Behindertengruppen erfüllt.

Freizeit-Wohnen

In absehbarer Zeit dürfte die Rhön als Standort für Freizeit-Wohnen an Wochenenden an Bedeutung gewinnen. Dieses resultiert zum einen aus der künftig besseren Erreichbarkeit der Rhön. Zum anderen dürfte es in einigen Orten ein zunehmendes Angebot an leerstehenden landwirtschaftlichen Betriebsgebäuden geben.

Die Einrichtung von Freizeit-Wohnsitzen in leerstehender landwirtschaftlicher Bausubstanz in den Ortslagen ermöglicht es, ländliche Ortschaften vor dem Verfall eines Teils ihrer Bausubstanz zu bewahren und damit zur Erhaltung des Ortsbildes und zur Wohnqualität für die Ortsbevölkerung beizutragen. Derartige Umnutzungen dienen auch der Förderung der touristischen Attraktivität und können im Rahmen der Dorferneuerung gefördert werden. Bedingung ist die Erhaltung der regionspezifischen Bauweise (Verwendung von Baumaterialien, Anpassung an die orts- und regionsübliche Fassadengestaltung). **In jedem Fall ist dieser Form des Freizeit-Wohnens der Vorzug vor dem Verfallenlassen bäuerlicher Bausubstanz in der Ortslage oder dem Neubau von Freizeitunterkünften an anderer Stelle innerhalb des Reservats zu geben.**

Verbesserung der Betriebsgrößenstruktur

Ein Schwerpunkt der Entwicklungsmaßnahmen auf der Angebotsseite besteht in der Überwindung der relativ ungünstigen Betriebsgrößenstruktur; denn kleine Beherbergungsbetriebe sind in einer wesentlich ungünstigeren Wettbewerbslage als größere. Zudem belastet das Übergewicht kleiner Betriebe die Vermarktungschancen der gesamten Region. Deshalb ist es vordringlich, auf thüringischem Gebiet mittelgroße Hotels und Pensionen zu errichten sowie auf bayerischem und hessischem Gebiet geeignete Kleinbetriebe zu größeren Einheiten zu entwickeln.

2.3.2. Vorschläge zur Gastronomie

Das gastronomische Leistungsniveau bestimmt zusammen mit der Qualität im Beherbergungswesen maßgeblich die touristische Attraktivität einer Region. Deshalb kommt der Gastronomie eine wichtige **imageprägende Funktion** für ein Urlaubsgebiet zu. Diese wird auch nicht dadurch gemindert, daß ein Teil der Urlauber sich ausschließlich oder überwiegend selbst verpflegt, wie es z. T. in der Rhön der Fall sein dürfte (FREITAG, 1986).

Es ist davon auszugehen, daß die Anforderungen der Gäste an Qualität, Preis-Leistungs-Verhältnis und Behaglichkeit/Komfort weiter steigen werden. Nach den bisherigen Erfahrungen ist jedoch zu erwarten, daß sich der gastronomische Bereich in der Rhön aufgrund seiner spezifischen Betriebsstruktur den Nachfrageveränderungen schneller und flexibler anpassen kann als das Beherbergungsgewerbe. Für die Ausrichtung des gastronomischen Angebots sind folgende künftige Anforderungen von Bedeutung:

- Entsprechend den zu erwartenden steigenden Ansprüchen der Gäste ist in der Rhön eine Betriebsstruktur mit differenziertem Angebotsniveau anzustreben.
- Es ist erforderlich, daß einige Betriebe eine Führungsrolle in der Rhön übernehmen, um einerseits die touristische Attraktivität eines Urlaubsorts zu steigern und andererseits im innerörtlichen Wettbewerb zu einer allgemeinen Leistungssteigerung beizutragen.
- Diese Führungsrolle kommt in einer besonderen gastronomischen Profilierung zum Ausdruck:
 - ein gutes, der Region angepaßtes äußeres Erscheinungsbild,
 - behagliche Innenausstattung, nach Möglichkeit Dekoration mit geeigneten historischen landwirtschaftlichen oder hauswirtschaftlichen Geräten,
 - Angebot von und besondere Hervorhebung **regionspezifischer Gerichte** (auf der Speisekarte durch einen Aufkleber mit dem Rhön-Logo gekennzeichnet),
 - Verwendung landwirtschaftlicher Erzeugnisse aus der Rhön (Fleischprodukte, Gemüse, Milchprodukte, Kräuter, Obst, Säfte, Apfelwein, Bier aus den Rhönbrauereien).
 - Werbung zugunsten landwirtschaftlicher Produkte aus der Rhön durch Hinweise auf Bezugsquellen bei Landwirten in der Umgebung.
- Neben der Durchführung länderbezogener gastronomischer Wettbewerbe sollten auch rhönspezifische Wettbewerbe veranstaltet werden. Als Bewertungskriterien sollten das äußere und innere Erscheinungsbild und die Qualität, insbesondere der rhönspezifischen Gerichte, zugrundegelegt werden.
- In jedem mittleren und größeren Fremdenverkehrsort sollte mindestens ein Betrieb über behindertengerechte Einrichtungen verfügen. Grundsätzlich sollten jedoch

Behinderte und Nichtbehinderte in den gleichen Häusern Urlaub machen, um ein selbstverständliches Zusammenleben zu fördern.

2.3.3. Vorschläge zur Infrastruktur

Maßnahmen zum Ausbau der Beherbergung und zu ihrer Qualitätssteigerung müssen durch Ausbaumaßnahmen bei der fremdenverkehrsdienlichen Infrastruktur flankiert werden. Hierzu tragen sowohl die öffentliche Hand als auch private Investoren bei. Vergleiche innerhalb des Biosphärenreservats haben gezeigt, daß das bayerische und hessische Gebiet über eine relativ günstige und vielseitige Ausstattung verfügen, hinter der das thüringische Gebiet noch deutlich zurücksteht.

Der Entwicklungsrückstand in Thüringen sollte schrittweise verringert werden. Zu-nächst sollten Infrastrukturinvestitionen vorrangig in jenen Gebieten vorgenommen werden, die nach Lage, landschaftlicher Attraktivität und positiven Fremdenverkehrsansätzen im privaten Sektor die günstigsten Voraussetzungen in der ersten Phase bieten.

Dabei sollten folgende Maßnahmen im Vordergrund stehen:

- Weitere Verbesserung des Ortsbildes als wesentlicher Beitrag zur generellen Steigerung der Attraktivität des thüringischen Gebiets (Sanierungen von privaten und öffentlichen Bauten).
- Weiterer Ausbau des Wanderwegenetzes, Verstärkung des Angebotes "Wandern ohne Gepäck".
- Einrichtung von Radwanderwegen (vgl. Abschnitt 5.5).
- Schaffung von privaten Einrichtungen für Reiterurlaub (Reiterhöfe - möglichst in Verbindung mit Bereitstellung von Unterkünften, Reitplätze, Reitwege) in Gebieten, in denen keine Konflikte mit dem Arten- und Biotopschutz bestehen aufgrund der allgemein steigender Nachfrage nach dieser Urlaubsform.
- Aufwendige öffentliche Investitionen (wie Freibäder) sollten sich auf solche Gemeinden konzentrieren, die nicht in der Nähe hessischer oder bayerischer Gemeinden mit entwickelter Freizeitinfrastruktur liegen und diese Einrichtungen von übergemeindlicher Bedeutung sollten in der Trägerschaft eines Zweckzusammenschlusses sein, um steueraufkommensschwache Gemeinden vor hohen Folgekosten zu bewahren.
- Räumliche Entflechtung zur Verminderung von Konflikten zwischen verschiedenen Nutzergruppen. Dazu gehören insbesondere:
 - Bereitstellung geeigneter und ausreichend dimensionierter Flächen für den Flugsport in Abstimmung mit den Erfordernissen des Naturschutzes und der Landschaftspflege,
 - ausreichendes Angebot von Wanderwegen und Loipen zur Lenkung des Besucherverkehrs innerhalb solcher Areale der Kernzone, in denen dieses mit den Naturschutzerfordernissen vereinbar ist.

Für das bayerische und hessische Gebiet sollten wegen der schon vorhandenen infrastrukturellen Ausstattung nur in Ausnahmefällen größere Einrichtungen mit hohem Flächenbedarf geschaffen werden, besonders der hessische Teil ist sehr gut erschlossen.

Zugleich sollte davon abgesehen werden, weitere größere Flächen für den Abfahrts-Skilauf zu reservieren. Die Witterungsvoraussetzungen in der Rhön sind zumeist nicht für einen längerfristigen und zugleich planbaren Wintersport-Skibetrieb geeignet (vgl. Kap. 4.3).

2.3.4. Vorschläge zu Fremdenverkehrs-Marketing und Organisation

Eine wesentliche Aufgabe der Verkaufsförderung besteht darin, ein breites Spektrum marktgängiger Angebotsprogramme für die speziellen Zielgruppen zu entwickeln und diese auf den jeweils geeigneten Vertriebswegen bekanntzumachen. Diese Aufgabe stellt sich für den einzelnen Betriebsinhaber wie auch für eine Organisation auf der Verbandsebene.

Aufgrund der weiter ansteigenden Ansprüche und Erwartungen der Urlauber ist es vermehrt erforderlich, neben der **Information** über verfügbare Unterkünfte spezielle **Freizeitprogramme** zu entwickeln. Durch Freizeitprogramme kann dem Wunsch vieler Gäste nach einer aktiven Gestaltung ihres Urlaubs entsprochen werden. Dabei sollte sich das Spektrum von Betätigungsangeboten an den zunehmend differenzierten Interessen der verschiedenen Zielgruppen orientieren.

Zu den Zielgruppen, für die ein höherer Marketing-Aufwand erforderlich ist und die zugleich für die Rhön ein wichtiges und voraussichtlich wachsendes Gästepotential darstellen, zählen Urlauber mit dem Wunsch, ihre Urlaubs-Freizeit mit speziellen Erlebnissen zu verbinden - etwa in Form einer sportlichen Aktivität oder als Teilnehmer einer Gruppe mit speziellem Interesse an allgemeinbildungsfördernden oder sonstigen Themen (Bildungsurlaub) oder aber mit besonderem Interesse für künstlerische, handwerkliche und ökologische Tätigkeiten.

Es ist weiter davon auszugehen, daß innerhalb des zu aktivierenden Gästepotentials **Reisegruppen** eine wachsende Bedeutung bekommen werden. Dementsprechend sind spezielle Überlegungen über Programme und geeignete Vertriebswege anzustellen.

Aufgrund der zu erwartenden zunehmenden Differenzierung im Gästepotential und der wachsenden Ansprüche der Urlauber ist es künftig erforderlich:

- differenzierte marktgängige Angebotspakete zu erarbeiten,
- diese von Zeit zu Zeit zu aktualisieren durch Anpassung an veränderte Bedürfnisse und Austausch einzelner Angebotselemente,
- geeignete Vertriebswege zu erschließen,
- zusätzliche Gäste (z. B. Kurzurlauber) in der Vor- und Nachsaison zu gewinnen, um so zu einer besseren Auslastung freier Kapazitäten zu kommen,
- Urlaubsgäste auf Möglichkeiten des Direktbezugs landwirtschaftlicher Produkte aufmerksam zu machen (Zusammenstellung von Bezugsquellen für die verschiedenen landwirtschaftlichen Produkte, Verteilung an Beherbergungsbetriebe und Gaststätten).

Im Folgenden werden anhand von drei beispielhaft ausgewählten Zielgruppen die Kombinationsmöglichkeiten von Urlaub, umweltorientierten Aktivitäten (Landschaftspflege) und Absatz landwirtschaftlicher Produkte aufgezeigt:

Zielgruppe: Urlauber mit Wunsch nach Erlebnisurlaub

Anknüpfung: Wunsch nach körperlicher Betätigung, Gemeinschaftserlebnis, Erfolgserlebnis (eigener Beitrag zur Umweltgestaltung)

Inhalt: Mitarbeit an landschaftspflegerischen Maßnahmen (BAYERISCHES LANDWIRTSCHAFTLICHES WOCHENBLATT, 1992)
entweder während der gesamten Aufenthaltsdauer oder für einzelne Tage des Urlaubs
geführte Wanderungen mit Naturinformationen, z. B. Birkwild, Schmetterlinge
parallel dazu Angebote für Kinderbetreuung, Kinder-Abenteuerurlaub

abends: Grillfest (Rhönrind, Rhönschaf)

Programmvertrieb: 1. Spezialveranstalter (insb. für ökologisch Interessierte)
2. Annoncen in Fachzeitschriften
3. Örtl. Verkehrsverein: Veranstaltungen für Urlauber am Ort

Beherbergungstyp: Gasthöfe, Hotels, Pensionen, Ferienwohnungen u. ä.

Zielgruppe: Bildungsurlauber, Schüler-/Jugendgruppen, ökologisch besonders interessierte Erwachsene

Anknüpfung: Interesse am Urlaub in der Gruppe (Gruppenerlebnis), Interesse an ökologischen Themen im Rahmen von Bildungsurlaub, Wunsch nach aktiver Mitwirkung bei Landschaftspflege, Erfolgserlebnissen, Naturinformationen

Inhalt: Seminare zu ökologischen Themen in Verbindung mit Mitarbeit an landschaftspflegerischen Maßnahmen und Beschilderung von Wanderwegen, Einzäunungen

Wettbewerb: Sammeln von Müll in der Landschaft und Auslosung für Sammelwettbewerb

abends: Lagerfeuer, Schlachtfest (Rhönrind, Rhönschaf)

Programmvertrieb: 1. Bildungsveranstalter
2. Umweltverbände, Naturschutzverbände u. ä.
3. Schulen

Beherbergungstyp: Bildungsstätten, Jugendherbergen u. ä.

Zielgruppe: Kurgäste der Kurkliniken in den Heilbädern im Umkreis der Rhön

Anknüpfung: Wunsch nach Abwechslung während der 4-Wochen-Kur (Vortrag, Ausflug)

Inhalt:

- Lichtbildervorträge über Rhön (landschaftsökologischer Schwerpunkt)
- Tagesausflug in die Rhön
- Gerichte aus Agrarprodukten der Region (z. B. Rhönschaf oder Rhönrind) aus der Küche der Kurklinik
- Verteilung von kleinen Werbegeschenken (Rhön-Leberwurst, Rhön-Käse o.ä.)

Beherbergungstyp: Kurkliniken, Sanatorien

Programmvertrieb: 1. Kurverwaltung: Veranstaltungsangebote
2. Größere Sanatorien/Kurkliniken

Zielgruppe: Ökotouristen, Naturkundler (Gestein, Pflanzen, Tiere)

Anknüpfung: Interesse an ökologischen Themen und Wunsch nach aktiver Mitwirkung an der Umsetzung von umweltschutzorientierten Zielen

Inhalt:

- geführte Wanderungen, dabei Vermittlung der besonderen Lebensbedingungen der Pflanzen- und Tierwelt
- Diskussionsrunden der Teilnehmer über geeignete Maßnahmen zur Erhaltung von Kulturlandschaft und Biotopen
- praktische Mitarbeit an speziellen Maßnahmen (Beschilderung von Lehrpfaden, Flächenpflege)
- naturgesetzliche Zusammenhänge auf spielerische Art erschließen

Beherbergungstyp: alle Unterkunftsarten, vor allem Urlaub auf dem Bauernhof, ökologisch profilierte Gasthöfe, Wanderherbergen Rhönklub.

Programmvertrieb: Umweltverbände, Naturschutzverbände, Forstämter

Es ist zu erwarten, daß diese Programme auch eine erzieherische Funktion haben und damit der Verbreitung ökologischer Zielvorstellungen dienen.

Die große Zahl von Kurgästen in den Heilbädern im Umkreis der Rhön stellt ein beachtliches Nachfragepotential für das Biosphärenreservat dar - als Tagesbesucher, wie als Konsumenten von Rhön-Agrarprodukten. Im Hinblick auf die erwünschte Steigerung des Direktabsatzes landwirtschaftlicher Produkte (vgl. Kap. 12.3) ist daher speziell zu prüfen, inwieweit hierfür die im Umkreis des Biosphärenreservats zahlreich vertretenen Kurkliniken und Sanatorien in Frage kommen. Unter ihnen befindet sich eine Anzahl größerer Häuser, die als Großabnehmer zu betrachten sind.

Anhand einer Modellrechnung lassen sich die ungefähren Größenordnungen des Bedarfs für die Gesamtheit der Häuser (1991 insgesamt 6.268 Betten, 43.252 Gäste) bestimmen. Alternativ wird die Zahl der Mahlzeiten ermittelt, die, je nachdem wie häufig ein Gast während seines 4wöchigen Kuraufenthaltes eine Mahlzeit ausschließlich mit Rhön-Agrarprodukten (von Schaf oder Rind) erhält, in der Küche zuzubereiten sind.

Beziehen alle Sanatoriumsküchen einmal wöchentlich für ihre Kurgäste Fleischprodukte aus der Rhön, dann ergibt sich ein Bedarf für rd. 173.000 Fleischportionen im Jahr. Erhält der Gast dagegen während seines 4-wöchigen Aufenthaltes nur einmal eine Mahlzeit mit Fleisch aus der Rhön, dann sinkt der Bedarf auf rd. 43.000 Portionen. In ähnlicher Weise läßt sich das Absatzpotential auch für andere landwirtschaftliche Produkte aus der Rhön (Kartoffeln, Milchprodukte u. ä.) bestimmen.

Marketing-Organisation

Die bisherigen Ausführungen haben deutlich gemacht, daß qualifizierte Fachkräfte zur Wahrnehmung des Rhön-Marketings unerlässlich sind. Damit stellt sich zugleich die Frage der effizientesten Form der Organisation.

Ziel muß es sein, eine **zentrale, länderübergreifende Organisationsform** (z. B. Rhönagentur, vgl. Kap. 23.2) zu entwickeln, die zum einen die Belange der Fremdenverkehrswirtschaft in der Region qualifiziert vertritt (Wahrnehmung der Interessen gegenüber Landwirtschaft, gewerblicher Wirtschaft, Kommunalverwaltung, Naturschutz im Biosphärenreservat Rhön), und die zum anderen das Tourismus-Marketing nach außen betreibt. Gleichzeitig ist die Vermittlung für naturnahe Erholung und Umweltbildung erforderlich.

Der erste wichtige Schritt ist bereits durch die Gründung der **Arbeitsgemeinschaft "Gesamtrhön"** geschehen. Hieran sind die mit Fremdenverkehr befaßten Verwaltungsstellen der Kreise Bad Kissingen, Rhön-Grabfeld, Fulda, Meiningen, Schmalkalden und Bad Salzungen beteiligt. Ihr Arbeitsprogramm besteht in der Erstellung gemeinsamen Werbematerials, gemeinsamer Repräsentanz auf Messen und anderen verkaufsfördernden Maßnahmen.

Mittelfristig muß es das Ziel sein, diese Kooperationsform ebenso wie den Naturpark in die Betriebsgesellschaft oder einen Verein Biosphärenreservat Rhön einzubinden.

Als nächstes sollte die Entwicklung von **Angebotspaketen** für unterschiedliche Zielgruppen (z. B. Wanderer, Erlebnisurlauber, Radtouristen, Kunstinteressierte) im Vordergrund stehen, in einem weiteren Schritt die Erarbeitung eines gemeinsamen Unterkunftsverzeichnisses.

Zu der Anregung, eine **zentrale Zimmervermittlung** für die Rhön einzurichten, ist aufgrund der bisher vorliegenden Erfahrungen aus anderen Regionen festzustellen:

- Die dortigen Pilotprojekte erforderten jeweils hohe Anlaufkosten und arbeiteten mit starker Kostenunterdeckung (WILLICH-MICHAELIS et al., 1986).

- Die Funktionsfähigkeit einer zentralen Vermittlung setzt voraus, daß die Vermieter selbst ihre freien Kapazitäten laufend aktualisieren, nachdem bei ihnen direkt gebucht worden ist. Dieses wird jedoch nur teilweise praktiziert.

Daher wird hier vorgeschlagen, Möglichkeiten einer zentralen Beherbergungsdatei zu prüfen, die Informationen über bestimmte Angebotssegmente in der vom Kunden gewünschten Art (differenzierte Aufbereitung aus dem Beherbergungs-Katalog) vermittelt. In einem zweiten Schritt könnte daraus eine ständig zu aktualisierende Übersicht über mögliche freie Kapazitäten entsprechend der vom Kunden genannten Wünsche (Art der Unterkunft, Zeit) entwickelt werden.

In einem dritten Schritt ist danach zu prüfen, inwieweit die Bedingungen für die Installation einer zentralen Zimmervermittlung und ihre längerfristige Wirtschaftlichkeit gegeben sind.