

3.4. Themenfeld Tourismus, Gastronomie und Erholung

3.4.1. Einleitung

Die aktuellen touristischen **Trends „Regionalität“, „Nachhaltigkeit“ und „Natur erleben“** (vgl. BMUB 2016) sind maßgeschneidert für die Rhön. Das große Potenzial der Rhön als UNESCO-Biosphärenreservat wird nach wie vor in diesen zentralen Bereichen nicht ausgeschöpft. Der anhaltende Trend zu kürzeren und häufigeren Reisen und der Aufschwung der letzten Jahre im Deutschland-Tourismus sprechen für das UNESCO-Biosphärenreservat Rhön, liegt es doch zentral in Deutschland und ist von fast allen ICE-Bahnhöfen in weniger als fünf Stunden nach Fulda erreichbar.

Leider ist es bislang nicht gelungen, die gestellten Anforderungen für eine erfolgreiche Bewerbung der Rhön bei „Fahrtziel Natur“ zu erfüllen. Da das Projekt seitens der Bahn fortgeführt wird, sollten weitere Anstrengungen zur Aufnahme unternommen werden. Die Verknüpfung von Mountain-Bike und E-Bike ist seit Neuestem ein zusätzlicher Trend, so dass davon auszugehen ist, dass noch mehr Mountainbiker in Zukunft in der Rhön unterwegs sein werden.

Neben angesprochenen Defiziten bei der **Produkt- und Angebotsentwicklung** konnte sich die Rhön bislang z. B. deutschlandweit noch nicht als die führende Destination beim Thema Wandern etablieren. Auch die Themen „UNESCO-Biosphärenreservat“ und „Dachmarke Rhön“ (inkl. regionaler Produkte, Produzenten und Gastronomiebetriebe) waren bislang nur unzureichend in der Öffentlichkeitsarbeit und Angebotsentwicklung des Rhön-Tourismus verankert und kommuniziert. In den zurückliegenden Jahren hat sich die Entwicklung von buchbaren und attraktiven (Pauschal-) Angeboten bspw. in den Bereichen Wandern, Radfahren, Wassertourismus (Bootswandern, Bäder), Sternepark oder Naturerleben aufgrund unklarer Zuständigkeiten und offener rechtlicher Fragen als besonders schwierig herausgestellt. Die Zertifizierung durch das Deutsche Wanderinstitut wird in der Kommunikation und Bewerbung der Wanderwege (Hochrhöner und Extratouren) bislang nur sehr eingeschränkt genutzt.

Die **gastronomische Landschaft** der Rhön hat sich bereits in den zurückliegenden Jahren stark ausgedünnt. Ohne Trendwende in naher Zukunft wird sich der Besitz mit Gastronomie, insbesondere qualitativ guter und regionaler, in der Fläche zu einem massiv begrenzenden Faktor für den Tourismus in der Rhön entwickeln.

Die Professionalisierungsinitiative der Fa. Rhönsprudel mit der Rhön GmbH, Bereich Dachmarke Rhön, „*Rhöner Genussakademie*“ kommt der Nachfrage nicht nach. Professionalisierung ist jedoch der Schlüssel für eine Verbesserung der gastronomischen Situation. Selbst gut gehende und professionell geführte Gastronomie leidet unter akutem Mangel an Servicekräften. Die fehlende Logistikköpfung für die Gastronomie bildet eine große Hürde für einen höheren regionalen Wareneinsatz in der Küche. Auf der anderen Seite bilden die vom Lebensmittelgroßhandel für eine Listung geforderten Zertifizierungen hohe Hürden für kleine und mittlere Rhöner Produzenten.

Eine **länderübergreifende Zuordnung bzw. Aufgabenteilung** zwischen den Landesmarketingorganisationen (LMO) für eine gemeinsame touristische Vermarktung der Rhön inkl. des UNESCO-Biosphärenreservates Rhön auf der Länderebene existiert bislang nicht. Mit der neu geschaffenen Rhön GmbH sollte zumindest ein effizientes, abgestimmtes und erfolgreiches Arbeiten im UNESCO-Biosphärenreservat möglich werden. Die Zusammenfüh-

zung aller Tätigkeiten aus Tourismus und Dachmarke Rhön unter einem Dach ist daher aus Sicht des UNESCO-Biosphärenreservates ein vielversprechender Ansatz für die gesamte Rhön.

3.4.2. Leitbild Themenfeld Tourismus, Gastronomie und Erholung

Das UNESCO-Biosphärenreservat Rhön steht für einen nachhaltigen, ökologischen und sanften Tourismus in der Rhön. Das einzigartige Landschaftsbild, die besondere Naturlandschaft und kulturelle Vielfalt des UNESCO-Biosphärenreservates bieten die einzigartige Chance, einen **nachhaltigen Natur-, Gesundheits-, Kulturtourismus** im Herzen von Deutschland zu entwickeln und überregional, national und international zu vermarkten.

Besondere Informations- und Naturerlebnisangebote im UNESCO-Biosphärenreservat vertiefen das Erleben der Rhöner Natur und vermitteln die Ziele des Biosphärenreservates.

Dadurch können im UNESCO-Biosphärenreservat Rhön zusätzliche touristische Impulse innerhalb der Destination Rhön gesetzt und neue Angebote für Urlaub und Freizeitaktivitäten im UNESCO-Biosphärenreservat angestoßen und weiter ausgebaut werden. Die kulturelle Vielfalt und Angebote im Bereich Gesundheit werden aufgewertet und ausgebaut.

Touristische Angebote und Informationen im UNESCO-Biosphärenreservat bieten ein authentisches und qualitativ hochwertiges Erlebnis und dienen dazu, Leben und Wirtschaften im Einklang mit der Natur sowohl den Gästen als auch den Bewohnern zu vermitteln und damit zu zeigen, wie Nachhaltigkeit praktisch funktioniert und umgesetzt werden kann.

3.4.3. Ziele und Maßnahmen Themenfeld Tourismus, Gastronomie und Erholung

HAUPTZIEL: Etablierung eines naturschonenden und nachhaltigen Qualitätstourismus im UNESCO-Biosphärenreservat Rhön, insbesondere in den Bereichen Natur, Gesundheit, Kulinarik und Kultur

Tourismus ist ein wichtiger Wirtschaftsfaktor in der ländlich geprägten Rhön und sichert auch die Wohn- und Lebensqualität der Bürger in den Städten und Gemeinden (vgl. I.3.4. „Tourismus, Gastronomie und Erholung“). Nicht zuletzt erfüllt er eine wichtige Funktion als Bekanntheits- und Imageträger im regionalen Standortmarketing. Tourismusförderung und Tourismusentwicklung sind somit zentrale Instrumente, wenn es darum geht, die Region insgesamt zu stärken.

Die hiermit verbundenen Maßnahmen sollten in Zukunft stärker darauf ausgerichtet werden, die bislang mit hohem Aufwand etablierte touristische Infrastruktur im UNESCO-Biosphärenreservat Rhön zu erhalten, weiterzuentwickeln, strategisch effektiver einzusetzen und gewinnbringender zu vermarkten.

Akteure: Dachmarke Rhön e. V., Rhön GmbH und weitere Tourismusorganisationen wie touristische Arbeitsgemeinschaften (TAGs) und Tourist-Informationen (TI), Rhönklub e. V., Naturpark und Biosphärenreservat Bayerische Rhön e. V. (NBR e. V.), Naturpark Hessische Rhön, Landkreise, Kommunen, Naturschutzbehörden, Naturschutzverbände, Forstbehörden, Forstämter, Sportverbände und -vereine, Verwaltungsstellen des UNESCO-Biosphärenreservates Rhön, Kulturagenturen, Natur- und Landschaftsführer, touristische Leistungsträger, Verein Natur- und Lebensraum Rhön (VNLR), RAGs und LAGs LEADER, Umweltbildungsstätten, Bauernverbände, weitere Fachbehörden, Jagdgenossenschaften, Hochschulen/ Universitäten, zuständige Ministerien sowie nachgelagerte Behörden/Institute der beteiligten Länder

kurz- bis mittelfristige Maßnahmen

(Beginn innerhalb von 5 Jahren und fortlaufend):

- Konzeption und Umsetzung einer abgestimmten „**Gesamtstrategie natur-schonender und nachhaltiger Tourismus**“ im UNESCO-Biosphärenreservat Rhön inkl. Beauftragung eines integrativen Freizeit- und Naturschutzkonzeptes mit folgenden Bestandteilen:
 - Überprüfung der touristischen Nutzung im UNESCO-Biosphärenreservat Rhön und Evaluierung der bisherigen Ziele, insbesondere im Hinblick auf die aktuellen Anforderungen und Entwicklungen (z. B. Klimawandel, demografischer Wandel, bisherige Qualität von Infrastruktur und Angeboten auch im Hinblick auf die Eignung für und Vereinbarkeit mit nachhaltigen Naturschutzzielen, neue Trends im Tourismus)
 - Planung einer naturverträglichen räumlichen Verteilung der touristischen Freizeitnutzungen mit Fokussierung auf (verschiedene) touristische Schwerpunkträume hauptsächlich im Bereich der Pflege- und Entwicklungszonen (zusammen 97 % der Fläche des UNESCO-Biosphärenreservates)
 - Überprüfung von Eignung und Empfindlichkeit einzelner, ausgewählter Kernzonen für eine touristische Nutzung im Hinblick auf die Themen „Bildung für nachhaltige Entwicklung“ und „Naturerlebnis Wildnis“
 - Besondere Berücksichtigung der Themen „Barrierefreiheit“ bzw. „Angebote für alle“ bei künftigen Projekten zur Verbesserung der bisherigen Angebote unter quantitativen und qualitativen Aspekten
 - Erarbeitung eines länderübergreifenden Besucherlenkungskonzeptes für die gesamte Fläche mit Detailplanungen für touristische Hotspots (z. B. Wasserkuppe, Rotes Moor, Schwarzes Moor, Lange Rhön, Kreuzberg, Milseburg, Point-Alpha) unter besonderer Berücksichtigung der Kern- und Pflegezonen
 - Entwicklung eines Konzeptes „Erlebnis Wildnis light“ in geeigneten Kern- oder Pflegezonen (z. B. Natur-Trails, Kernzonen/ Urwaldpfade, Naturerlebnisstationen, Beobachtungsstationen, Rhön-Trekking-Zeltplätze)
 - Evaluierung und Weiterentwicklung des Wanderweltprojektes sowie Schaffung von Angeboten zu Spezial-Wanderthemen wie bspw. Gesundheitswandern, Kinder- und

- Familienwandern, Spazierwandern und Nachtwandern im Sternenpark; Fortsetzung und Ausweitung des Besucher-Monitorings am Premiumwanderweg „DER HOCHRHÖNER“ sowie den Extratouren unter Einbeziehung touristischer Hotspots inklusive Analyse der Auswirkungen des Tourismus auf Natur und Landschaft
- Einbringen der touristischen Ziele/ Planungen für Kern-, Pflege- und Entwicklungszonen in einen länderübergreifenden „Kulturlandschaft-Entwicklungsplan UNESCO Biosphärenreservat Rhön“ als Grundlage bzw. Empfehlung für kommunale und sonstige regionale und überregionale Planungen
 - Stärkere Bewerbung des UNESCO-Biosphärenreservates Rhön im Rahmen der touristischen Marketingaktivitäten der Destination Rhön speziell durch die neue Rhön GmbH und die regionalen TAGs
 - Fortführung bzw. weitere Professionalisierung des **Sternenparks Rhön**, bspw. durch die Schaffung weiterer touristischer Produkte bzw. Angebote (geführte Wanderungen, Vorträge) sowie durch neue Infrastruktur (Beobachtungsplätze, Sternenparkweg, Sternwarten)
 - Permanente Schulung und **Weiterbildung der touristischen Leistungserbringer**/Leistungsträger (z. B. Dachmarken-Betriebe, Hotels, Gaststätten, Museen, Natur- und Landschaftsführer) zu den Themen Nachhaltigkeit, sanfter Tourismus, Regionalvermarktung, UNESCO-Biosphärenreservat

langfristige Maßnahmen

(Beginn innerhalb von 10 Jahren und fortlaufend):

- **Aufbau eines dezentralen Netzes an Biosphärenzentren, Infohäusern, Infostellen und Infopunkten** sowohl innerhalb des UNESCO-Biosphärenreservates Rhön als auch an den Außengrenzen bzw. den Haupteinfallstrecken und ggf. Optimierung und Vernetzung bestehender Einrichtungen
 - Etablierung von weiteren Info-Einrichtungen im bayerischen Erweiterungsgebiet
 - Verbesserung des Informationsangebots in der Kuppenrhön (Bereich Lkr. Hersfeld-Rotenburg) bzw. im Hessischen Kegelspiel
 - Ausbau und Professionalisierung des Infozentrums „Groenhoff-Haus“ auf der Wasserkuppe (Lkr. Fulda)
 - Wiedereröffnung eines Infopunkts in der „Fasanerie Hermannsfeld“ (Lkr. Schmalkaden-Meinigen) sowie weiterer Infopunkte
- **Weiterer, länderübergreifender Ausbau des Radwegenetzes** für unterschiedliche Nutzergruppen (z. B. Mountainbiker, Touren-Fahrer, Familien) und Verknüpfung der Infrastruktur zu touristisch relevanten Angeboten
 - Berücksichtigung der zunehmenden E-Bike-Nutzung bei Tourenradfahrern und Mountainbikern (z. B. Ladestationen für E-Bikes und E-Autos, Eignung der ÖPNV-Busanhänger für E-Bikes)
 - Vernetzung von Radwegeinfrastruktur mit Nahverkehrsangeboten

- **Auszeichnung "Rhöner Qualitätsdorf/ Wanderdorf" bzw. „Rhöner Qualitätsstadt"** (Schaffung eines touristisch nutzbaren Gütesiegels unter Berücksichtigung folgender Kriterien: historische Bausubstanz, gewachsene Strukturen bzw. Ortsränder, Gastronomie und touristische Infrastruktur)
- Verknüpfung natur- und kulturhistorischer Aspekte bei der Entwicklung touristischer Produkte und Erlebnisangebote zum **Thema Nationales Naturmonument „Grünes Band"** unter Voraussetzung einer gezielten Besucherlenkung
- Weiterentwicklung des Segments **„Urlaub auf dem Bauernhof/ Lande"** in allen drei Landesteilen der Rhön sowie Gewinnung weiterer Betriebe (insbesondere Erlebnisbauernhöfe)

Ziel 3.4.-1: Aufbau einer engen Kooperation in der touristischen Zusammenarbeit zwischen Anbietern, touristischen Strukturen und öffentlichen Verwaltungen

Im Sinne der Bündelung von Kräften und einer einheitlichen und abgestimmten Außendarstellung sollte die Zusammenarbeit von Leistungsträgern und Institutionen verbessert werden. Hierbei geht es nicht um die Reduzierung der Eigenständigkeit, sondern in erster Linie um die Vermeidung von unkoordiniertem Handeln oder von doppelten bzw. parallelen Strukturen. Notwendig sollten klare Definitionen von Aufgaben und Zuständigkeiten sowie die bessere Abstimmung gemeinsamer Ziele und Strategien sein.

Akteure: Dachmarke Rhön e. V., Rhön GmbH und weitere Tourismusorganisationen wie touristische Arbeitsgemeinschaften (TAGs) und Tourist-Informationen (TI), Verein Naturpark und Biosphärenreservat Bayer. Rhön (NBR e. V.), Naturpark Hessische Rhön, Rhönklub e. V., Verwaltungsstellen des UNESCO-Biosphärenreservates Rhön, Kommunen, Landkreise, touristische Leistungsträger

kurz- bis mittelfristige Maßnahmen

(Beginn innerhalb von 5 Jahren und fortlaufend):

- Initiierung eines „Tourismusnetzwerk Rhön“ zur Intensivierung der länder- und institutionsübergreifenden Zusammenarbeit und Vernetzung der vielfältigen sowie insbesondere der biosphärenspezifischen Angebote in enger Abstimmung mit bzw. unter Federführung der Rhön GmbH
- Koordinierung einer überregionalen, gemeinsam abgestimmten Präsentation der Destination Rhön (sowie UNESCO-Biosphärenreservat) und der Verwaltungsstellen, Trägervereine des UNESCO-Biosphärenreservates auf Messen und Großveranstaltungen (z. B. Hessentag, Landesgartenschauen)
- Erfassung und Einbeziehung des touristischen Potentials von Naherholungsgebieten (auch auf ehemaligen Rohstoffgewinnungsflächen, z.B. Baggerseen)
- Erfassung und Einbeziehung des touristischen Potentials der zahlreichen Hütten in der Rhön (Untermaßnahme: Entwicklung eines Hüttenkonzepts)

Ziel 3.4.-2: Inwertsetzung der Rhön als kulinarische Genussregion

Eine tragende Säule bei der Wahrnehmung regionaler Identität ist das Thema „Kulinarik“. Hier sollte gelten, die Möglichkeiten aus traditioneller Küche, regionalen Produkten und innovativen Angeboten zu einem positiven und einzigartigen Image zu verdichten.

Akteure: touristische Leistungsträger, Dachmarke Rhön e. V., Rhön GmbH und weitere Tourismusorganisationen wie touristische Arbeitsgemeinschaften (TAGs) und Tourist-Informationen (TI), Verwaltungsstellen des UNESCO-Biosphärenreservates Rhön, Verein Naturpark und Biosphärenreservat Bayerische Rhön e. V. (NBR e. V.), Naturpark Hessische Rhön, Rhönklub e. V., Aus der Rhön – für die Rhön e.V., Rhöner Charme e.V.

kurz- bis mittelfristige Maßnahmen

(Beginn innerhalb von 5 Jahren und fortlaufend):

- Bereitstellung touristischer Angebote (z. B. Führungen) zum Thema „Erzeugung regionaler landwirtschaftlicher Produkte“, um die positiven Auswirkungen auf die Erhaltung der Rhöner Kulturlandschaft erkennbar werden zu lassen (z. B. Streuobstprodukte, Rhöner Bier, Destillate, Wein aus dem Fränkischen Saaleetal, Weide- bzw. Biosphärenrind, Rhöner Käse, Rhönschaf-Produkte)
- Stärkere Vernetzung touristischer Infrastruktur mit regionalen, kulinarischen Angeboten (z. B. Gastronomie, Regionalläden)
- Stärkung, Ausbau und Ergänzung regionaler Märkte wie Rhöner Wurstmarkt in Ostheim, Brot- und Biermarkt in Poppenhausen, Wein- und Genussmarkt in Elfershausen, Milch- und Honigmarkt in Gersfeld
- Stärkere Bewerbung von regionalen Festen, Märkten und sonstigen Veranstaltungen als temporäre Ergänzung des gastronomischen Angebots
- Ausstattung von Wanderwegen/Sehenswürdigkeiten mit digitalen Infotafeln oder alternativ QR-Codes, die aktuelle Informationen auch zu nächsten Einkehrmöglichkeiten (einschl. Festen/ Märkten) bieten und dadurch Gäste und Wanderer direkt zur nächsten geöffneten Gaststätte bzw. Gastronomie lotsen ("Wandern 4.0").
- Etablierung eines „Agrikultur-Restaurants“ angebunden an einen Bauernhof oder einen Wildpark mit unmittelbarem Tiererlebnis (z.B. Streicheln und Füttern) inkl. eines regionalen Speisenangebotes und ggf. Übernachtungsmöglichkeiten

Ziel 3.4.-3: Weiterentwicklung des Angebots an öffentlichen Verkehrsmitteln und alternativen Mobilitätsangeboten im Hinblick auf eine bessere Erreichbarkeit touristischer Infrastruktur

Der öffentliche Personennahverkehr (ÖPNV) genügt im UNESCO-Biosphärenreservat Rhön derzeit nur teilweise den touristischen Anforderungen in Hinsicht auf räumliche und zeitliche Verfügbarkeit. So sind zahlreiche Buslinien primär auf die Erfordernisse des Schülerverkehrs ausgerichtet. Das Auto ist sowohl für Einheimische als auch Touristen das notwendige Verkehrsmittel, um schnell und ohne Umwege das Ziel zu erreichen. Durch ergänzend ver-

kehrende Freizeitbusse wie z. B. *Kreuzbergbus*, *Bäderlandbus* oder *Hochrhönbus* entsteht ein touristisch relevantes Angebot, welches aber oft durch Landkreisgrenzen eingeschränkt wird und sich bisher weitestgehend auf den bayerischen Teil beschränkt. Die Qualität und Leistungsfähigkeit des ÖPNV in der Rhön länderübergreifend zu optimieren und langfristig zu sichern, sollte daher grundlegendes Anliegen und größte Herausforderung zugleich sein (vgl. Kapitel II.4.3. „Mobilität und Verkehr“).

Akteure: Bundesländer, Landkreise, Regionaler Planungsverband Region Main-Rhön, Verkehrsunternehmen, Verkehrsverbände, Dachmarke Rhön e. V., Rhön GmbH und weitere Tourismusorganisationen wie touristische Arbeitsgemeinschaften (TAGs) und Tourist-Informationen (TI), touristische Leistungsträger, private Taxiunternehmen, Deutsche Bahn AG (DB), Verwaltungsstellen des UNESCO-Biosphärenreservates

kurz- bis mittelfristige Maßnahmen

(Beginn innerhalb von 5 Jahren und fortlaufend):

- Verbesserung der Kommunikation (z. B. über Mobilitäts-App bzw. Biosphären-App) und Optimierung der Nutzbarkeit bestehender Angebote (länderübergreifendes Tarifsystem, einfache Fahrpläne) und Kombination mit sonstigen touristischen Angeboten in einer Rhön-Card (als Freizeit- und Gästekarte)
- Beauftragung und Umsetzung einer **länderübergreifenden Mobilitätsstrategie** mit touristischem Bezug für das UNESCO-Biosphärenreservat Rhön
 - Bedarfsgerechter Ausbau der bestehenden bzw. Schaffung neuer Mobilitätsangebote unter Berücksichtigung von Aspekten der Elektromobilität (z. B. Sammelruftaxen, Mietwagen (e-mobil), Rufbusse, Bürgerbusse, Wanderbusse, Shuttleservices und Zubringerlinien zu den Hauptachsen) zur besseren und regelmäßigen Erreichbarkeit touristischer Hotspots und Anlaufpunkte)
 - Optimierung der Fahrpläne und Tarife (länderübergreifend) nach den Bedürfnissen von Gästen und Leistungsträgern
 - Weiterer Ausbau von Fahrradmitnahmemöglichkeiten und Kombinationsangeboten mit Bus & Bahn
- Teilnahme der Rhön am Kooperationsprojekt „Fahrtziel Natur“ der Deutschen Bahn (in Kooperation mit VCD und Naturschutzverbänden)
- Etablierung eines barrierefreien/-armen Tourismusangebotes in der Rhön als „Reisen für alle“ (Querschnittsthema für alle Zielgruppen und touristischen Themenbereiche)

Ziel 3.4.-4: Entwicklung und Vermarktung von Gesundheitsangeboten

Durch den demografischen Wandel und das zunehmende Gesundheitsbewusstsein der Bevölkerung sollte insbesondere das Thema „Gesundheitstourismus“ künftig eine größere Bedeutung erlangen. Die große Herausforderung besteht v. a. darin, sich als Region mit innovativen Produkten auf diesem schnell wachsenden Markt zu positionieren.

Akteure: touristische Leistungsträger, Landkreise, Kommunen, Dachmarke Rhön e. V., Aus der Rhön – für die Rhön e.V., Rhöner Charme e.V., Rhön GmbH und weitere Tourismusorganisationen wie touristische Arbeitsgemeinschaften (TAGs) und Tourist-Informationen (TI), Verwaltungsstellen des UNESCO-Biosphärenreservates, Naturpark und Biosphärenreservat Bayerische Rhön e. V. (NBR e. V.), Vereine, Verbände

kurz- bis mittelfristige Maßnahmen

(Beginn innerhalb von 5 Jahren und fortlaufend):

- Umsetzung von Modellprojekten zur Etablierung bzw. Weiterentwicklung der Rhön als Region für Wellness- und Gesundheitstourismus (z. B. Bäderland Bayerische Rhön); Berücksichtigung von Themen, die sich mit Zielstellungen aus anderen Bereichen verknüpfen lassen (z. B. Sternenpark Rhön: gesunder Schlaf)
- Berücksichtigung aktueller Entwicklungen im Bereich „Ernährung“ (z. B. vegane Angebote/ vegetarische Produkte mit der Gastronomie und dem Verein Dachmarke Rhön e. V. und der Rhön GmbH weiter entwickeln)
- Ausbau, Verbesserung und Unterstützung der regionalen Gastronomie unter Auslobung spezieller, publikumswirksamer Auszeichnungen für gute und gesunde Rhöner Küche

Ziel 3.4.-5: Entwicklung und Vermarktung von Kulturangeboten im UNESCO-Biosphärenreservat Rhön

Eine lebendige Kultur ist das prägende Element im sozialen Miteinander und wichtiger Faktor zur Förderung des gesellschaftlichen Zusammenhalts. Sowohl für Einheimische als auch für Gäste sollte das Vorhandensein entsprechender Angebote wichtig für die Beurteilung der Lebensqualität in einer Region sein (vgl. II.4.4. „Kultur“).

Akteure: RAGs und LAGs LEADER, Landkreise, Kommunen, ARGE Rhön, Dachmarke Rhön e. V., Rhön GmbH und weitere Tourismusorganisationen wie touristische Arbeitsgemeinschaften (TAGs) und Tourist-Informationen (TI), Kulturagenturen, Kulturschaffende, Kreativwerkstätten, Betreiber von Kulturzentren (z.B. Stadthallen), Verwaltungsstellen des UNESCO-Biosphärenreservates Rhön, Natur- und Landschaftsführer, Umweltbildungsteams (Ranger), Umweltbildungsstätten, außerschulische Bildungseinrichtungen wie z. B. Holzbildhauerschulen, regionale Kunstschaffende

kurz- bis mittelfristige Maßnahmen

(Beginn innerhalb von 5 Jahren und fortlaufend):

- Erstellung eines länderübergreifenden Konzeptes für die touristische Vermarktung des kulturellen Potenzials im UNESCO-Biosphärenreservat Rhön (z. B. Laienspiel, Fasching/Fastnacht, Hutzelsonntag, Kirmes, Trachtenfest)
- Entwicklung bzw. Aufwertung von Angeboten zu kulturhistorisch bedeutsamen Themen, (z. B. Rhöner Mundart, Fastnachtmasken, Rhöner Barock, Bildstöcke)

- Organisation eines interkulturellen und internationalen Festivals mit Beteiligten aus deutschen und internationalen Biosphärenreservaten

Ziel 3.4.-6: Stärkung der Zusammenarbeit bei der Entwicklung und Vermarktung von Naturerlebnis- und Bildungsangeboten im UNESCO-Biosphärenreservat Rhön

Dem Wunsch der Urlauber nach „Natur erleben“ können Großschutzgebiete wie das UNESCO-Biosphärenreservat Rhön auf Grund ihrer landschaftlichen und naturräumlichen Ausstattung grundsätzlich in besonderem Umfang entsprechen. Durch die Bereitstellung von Naturerlebnisangeboten kann ein intensiver Bezug zur Natur hergestellt werden, welche dann nicht mehr nur primär als Kulisse für sonstige Freizeitaktivitäten wahrgenommen wird. In diesem Zusammenhang sollte die Entwicklung spezieller, touristischer Produkte eine große Rolle spielen, da insbesondere im Bereich „Naturerlebnis“ bislang ein großer Mangel auf der Angebotsseite innerhalb der Kulisse des UNESCO-Biosphärenreservates Rhön existiert (vgl. II.5.1. „Bildung“).

Akteure: Dachmarke Rhön e. V., Rhön GmbH und weitere Tourismusorganisationen wie touristische Arbeitsgemeinschaften (TAGs) und Tourist-Informationen (TI), Verwaltungsstellen des UNESCO-Biosphärenreservates Rhön, NBR e. V., VNLR, Verein Sternenpark Rhön e. V., Rhönklub e. V., Landkreise, Kommunen, Umweltbildungsstätten, Naturschutzverbände

kurz- bis mittelfristige Maßnahmen

(Beginn innerhalb von 5 Jahren und fortlaufend):

- Entwicklung abgestimmter Naturerlebnisangebote für Kern-, Pflege- und Entwicklungszonen im UNESCO-Biosphärenreservat Rhön
- Durchführung regelmäßiger Gästeführungen durch Ranger und zertifizierte Natur- und Landschaftsführer oder auch weitere Dienstleister
- Entwicklung konkreter Vorschläge und Angebote im Hinblick auf die Themen „Wildnis erleben“ und „Wildnis verstehen“ in geeigneten Kernzonen bzw. angrenzenden Pflegezonen
- Angebotsentwicklung im Bereich Bildungsurlaub mit externen Einrichtungen
- Entwicklung und Umsetzung eines länderübergreifenden Konzeptes zur Betreuung, Ausbildung und Zertifizierung eines Netzwerks von Rangern, Natur- und Landschaftsführern, Wanderführern, Sternenführern sowie Gästeführern

langfristige Maßnahmen

(Beginn innerhalb von 10 Jahren und fortlaufend):

- Stärkung des Begriffs „UNESCO-Biosphärenreservat Rhön“ als wichtigen Zusatz innerhalb der Destinationsmarke „Rhön“ (vgl. II.5.3. „Öffentlichkeitsarbeit, Kommunikation und Marketing“)

- Etablierung der Naturerlebnis- und Bildungsangebote im UNESCO-Biosphärenreservat Rhön als festen Bestandteil des touristischen Angebots der Destination Rhön
- Einbindung in die Angebote der Dachverbände der Nationalen Naturlandschaften (EUROPARC und VDN) sowie der Landesmarketingorganisationen in Bayern, Hessen und Thüringen (vgl. II.6.2. „Zusammenarbeit national“)
- Einbindung in die internationalen Angebote der Deutschen Zentrale für Tourismus (DZT) (vgl. II.6.1 „Zusammenarbeit international“)