

Hochschule Ostwestfalen-Lippe
Fachbereich Landschaftsarchitektur und Umweltplanung, Studiengang Landschaftsarchitektur

Entwicklung eines naturbezogenen Tourismus am Beispiel der Senne

Diplomarbeit zur Erlangung des akademischen Grades:
Diplom-Ingenieurin der Landschaftsarchitektur (FH)
an der Hochschule Ostwestfalen-Lippe, Standort Höxter

Erstprüferin:
Frau Prof. Dr.-Ing. Angelika Wolf

Zweitprüfer:
Herr Prof. Dr. Ulrich Harteisen

vorgelegt von:

Anika Jungk,

Höxter, am 20.08.2008

Abbildungsverzeichnis

Abb. 1: Wacholderheide bei Alendorf in der Eifel.....	S. 8
Abb. 2: Trekking in den Bergen.....	S. 14
Abb. 3: Weserradweg.....	S. 18
Abb. 4: Bauernhofurlaub.....	S. 22
Abb. 5: Nationalpark De Hoge Veluwe.....	S. 25
Abb. 6: Altmühltal.....	S. 30
Abb. 7: Touristinformationen im Altmühltal.....	S. 32
Abb. 8: Kletterfelsen im Altmühltal.....	S. 35
Abb. 9: Logo Emsland.....	S. 40
Abb.10: Der Untersuchungsraum Senne.....	S. 43
Abb. 11: Heidefläche und Kiefernbestand in der Moosheide.....	S. 44
Abb. 12: Landschaft in der Unteren Senne.....	S. 45
Abb. 13: Das Sandbett der Ems nahe der Quelle.....	S. 46
Abb. 14: NSG Steinhorster Becken.....	S. 48
Abb. 15: Die Henkenmühle aus dem 17. Jhd.	S. 49
Abb. 16: Informationstafel im NSG Moosheide.....	S. 56
Abb. 17: Historisches Ortsbild in Delbrück.....	S. 82
Abb. 18: Der Jägerkrug.....	S. 85
Abb. 19: Typischer Radweg in der Senne.....	S. 87
Abb. 20: Wanderweg im NSG Moosheide entlang der Wildbahn der Senner Pferde.....	S. 88
Abb. 21: Gesperrter Wanderweg in der Moosheide.....	S. 89
Abb. 22: Unübersichtlicher Wegweiser.....	S. 94
Abb. 23: Fahrradparkplatz am Jägerkrug.....	S. 108
Abb. 24: Jagdschloss in Hövelhof.....	S. 109
Abb. 25: Dorfschulmuseum in Riege.....	S. 113

Abb. 26: Mögliches Logo für die Senne..... **S. 116**

Tabellenverzeichnis

Tabelle 1: Altersverteilung.....	71
Tabelle 2: Geschlechterverteilung.....	72
Tabelle 3: Herkunft der Nutzer	72
Tabelle 4: Aufenthalt in der Senne.....	72
Tabelle 5: Begleitung	73
Tabelle 6: Natur und Landschaft als Motivation.....	73
Tabelle 7: Aktivitäten der Nutzer.....	73
Tabelle 8: Aktivitäten in der Kategorie "Sonstiges"	74
Tabelle 9: erste Gedanken zur Senne	74
Tabelle 10: Wie sind Sie auf die Senne aufmerksam geworden?	75
Tabelle 11: Informationsstellen in der Senne.....	76
Tabelle 12: Informationsstellen in der Senne 2.....	76
Tabelle 13: Internetplattform	77
Tabelle 14: "Senne Original".....	77
Tabelle 15: Nutzung des Truppenübungsplatzes.....	77
Tabelle 16: Nutzung des Truppenübungsplatzes 2.....	77
Tabelle 17: Orientierung beim Radfahren und Wandern	78
Tabelle 18: Beurteilung der Wegeleitung	78
Tabelle 19: Rastplätze	79
Tabelle 20: Bewertung der Rad- und Wanderwege.....	79

Abkürzungsverzeichnis

- Abb.** - Abbildung
- BIT** - Borsa Internazionale del Turismo (Tourismus-Messe)
- bzw.** - beziehungsweise
- Chr.** - Christus
- EGFL** - Europäischer Garantiefonds für die Landwirtschaft
- EFRE** - Europäischer Fonds für regionale Entwicklung
- ELER** - Europäischer Landwirtschaftsfonds für die Entwicklung des ländlichen Raumes
- etc.** - et cetera (und andere)
- EU** - Europäische Union
- evtl.** - eventuell
- GAP** - Gemeinsame Agrarpolitik
- GPS** - Global Positioning System
- GT** - Gütersloh
- ha** - Hektar
- ILEK** - integriertes ländliches Entwicklungskonzept
- Jhd.** - Jahrhundert
- Jt.** - Jahrtausend
- km** - Kilometer
- m** - Meter
- NRW** - Nordrhein-Westfalen
- NSG** - Naturschutzgebiet
- OWL** - Ostwestfalen-Lippe
- PKW** - Personenkraftwagen
- PR** - Public Relation (Öffentlichkeitsarbeit)
- u.a.** - unter anderem

Inhalt

Inhalt	1
1 Kurzfassung	3
2 Einleitung	5
3 Bedeutung von Natur und Landschaft für den Tourismus	7
4 Naturbezogener Tourismus – Definitionen und Rahmenbedingungen	11
5 Naturbezogener Tourismus als Beitrag zur eigenständigen Regionalentwicklung	18
6 Strukturentwicklung für einen naturbezogenen Tourismus	24
6.1 Positivbeispiele im naturbezogenen Tourismus	24
6.1.1 Positivbeispiel für das Natur- und Kulturpotential.....	24
6.1.2 Positivbeispiel für ein Tourismusleitbild.....	26
6.1.3 Positivbeispiel für den Aspekt Angebotsstruktur	29
6.1.4 Organisation und Vernetzung.....	37
6.1.5 Tourismusmarketing.....	38
7 Der Untersuchungsraum Senne.....	42
7.1 Lage und Struktur des Raumes	42
7.2 Ermittlung der Potentiale und Strukturen im naturbezogenen Tourismus.....	45
7.2.1 Natur- und Kulturpotential	45
7.2.2 Tourismusleitbild	49
7.2.3 Angebotsspektrum.....	51
7.2.4 Organisation und Vernetzung.....	59
7.2.5 Tourismusmarketing in der Senne.....	63
8 Beurteilung des Untersuchungsraums.....	67
8.1 Nutzerbezogene Bewertung des naturbezogenen Tourismus in der Senne	67
8.1.1 Methoden der nutzerbezogenen Bewertung	67

8.1.2	Entwicklung einer Methode für den Untersuchungsraum.....	69
8.1.3	Durchführung der nutzerbezogenen Bewertung.....	69
8.1.4	Auswertung	70
8.2	Beurteilung der Potentiale und Strukturen im naturbezogenen Tourismus	80
8.2.1	Natur- und Kulturpotential	80
8.2.2	Tourismusleitbild	82
8.2.3	Angebotsspektrum.....	84
8.2.4	Organisation und Vernetzung.....	92
8.2.5	Tourismusmarketing.....	95
8.3	Übersicht.....	96
9	Vorschläge zur verbesserten Entwicklung eines naturbezogenen Tourismus in der Senne....	98
9.1	Entwicklung eines Tourismusleitbildes	98
9.1.1	Die Vision	98
9.1.2	Handlungsfelder	100
9.1.3	Konkrete Aufgaben	106
10	Ausblick: Die Senne auf dem Weg zu einer naturbezogenen Urlaubsregion	118
11	Literaturverzeichnis	119
Anhang	132

1 **Kurzfassung**

Das Interesse dieser Arbeit gilt dem naturbezogenen Tourismus in ländlichen Gebieten Deutschlands. Naturbezogener Tourismus ist jeder Urlaub, der von einem bestimmten Grad an Naturinteresse geprägt ist und in naturnahe Regionen führt. Wenngleich noch Nischensegment, befindet sich diese Urlaubsform im Wachstum und kann wichtiger Bestandteil einer nachhaltigen Regionalentwicklung sein. Eine klare Zielgruppe kann für diese Tourismusform nicht definiert werden. Naturbezogene Touristen sind jedoch überdurchschnittlich aktiv und interessieren sich intensiver für die Natur, Kultur und regionstypische Bräuche und Spezialitäten. Die Fragestellung ist nun, was eine Region bieten und welche Schritte sie unternehmen muss, um erfolgreich einen naturbezogenen Tourismus zu entwickeln. Dies wird beispielhaft anhand eines Untersuchungsraums dargestellt.

Der Untersuchungsraum, die Senne, ist eine Region in Ostwestfalen-Lippe zwischen Bielefeld im Norden und Paderborn im Süden. Die abwechslungsreiche und teilweise einzigartige Landschaft wird bereits für Wochenendausflüge genutzt, die Senne ist jedoch noch weit davon entfernt eine Urlaubsregion zu sein. Bei der Analyse der Region fallen vor allem die guten Potentiale von Natur, Landschaft und Kultur auf der einen und die mangelnde Organisation sowie fehlendes Marketing auf der anderen Seite auf. Die Angebotsstruktur ist bereits auf einen naturbezogenen Tourismus ausgerichtet, weist jedoch oft Mängel in der Umsetzung auf und muss für eine erfolgreiche Entwicklung ergänzt werden. Eine nutzerbezogene Umfrage in der Senne zeigt auf, dass Radfahren inklusiv der Nutzung des gastronomischen Angebots die häufigste Aktivität der Besucher ist. Da im naturbezogenen Tourismus Radfahren und regionale Spezialitäten neben Natur und Kultur ebenso im Mittelpunkt stehen, sollte sich auch das touristische Leitbild der Senne an diesem Kernangebot orientieren. Die wichtigsten Schritte in der Senne sind eine bessere Zusammenarbeit der Gemeinden und darauf aufbauend eine einheitliche touristische Organisation der Region. Die Senne muss auch ein einheitliches Marketing betreiben, das sich aus Kommunikations-, Produkt-, Verkaufs- und Preispolitik zusammensetzt. Die Kommunikationspolitik gilt als Basis des Marketings und umfasst die Werbung, die Öffentlichkeits- und Imagearbeit. Die Senne muss sich durch gezieltes Marketing ein Image erarbeiten, das auf die Region neugierig macht und der realen Angebotsstruktur entspricht. Innerhalb der Angebotsstruktur müssen die Potentiale der kulturhistorisch gewachsenen Landschaft besser genutzt werden. Der wichtigste Punkt ist aber die mangelnde Besucherfreundlichkeit der einzelnen Angebote. Insgesamt kann sich die Senne im Hinblick auf

einen naturbezogenen Tourismus durchaus positiv weiterentwickeln, wenn die Probleme planvoll und mit der richtigen organisatorischen Methodik angegangen werden.

Abstract

The interest of this diploma thesis applies to the nature-related tourism in rural areas of Germany. Nature-related tourism is a kind of vacation which is marked by a certain degree of interest in nature and leads in rural regions. Although it is still a niche segment this holiday form grows and can be an important component of a lasting regional development. A clear target audience cannot be defined for this tourism form. Nature-related tourists are superior active and highly interested in the nature, culture and regional customs and specialities. The question is what a region has to offer and which steps are necessary to develop successfully a nature-related tourism. This is shown exemplarily with the help of an investigation space.

The investigation space (Senne) is a region in Ostwestfalen-Lippe between Bielefeld in the north and Paderborn in the south. This varied and partly unique scenery is already used for weekend excursions but nevertheless Senne is still far away from being a holiday region. In the analysis of the region there are good potentials of nature, scenery and culture on one hand and the lacking organisation as well as missing marketing on the other hand. The structure of supply already caters to a nature-related tourism, but often there are faults in its implementation. So the structure of supply has to be supplemented for a successful development. A user-related survey in Senne indicates that riding a bike in connection with the use of the gastronomic offer is the most frequent activity of the visitors. Because in the nature-related tourism riding a bike and regional specialities stand beside nature and culture, the touristic role model of Senne should also orientate itself by this core offer. The most important steps for Senne are a better cooperation of the municipalities and a uniform tourist organisation of the region. Senne must also pursue a uniform marketing which consists of communication politics, product politics, sales politics and policy on prices. The communication politics is considered as the base of the marketing and encloses the advertisement, the public relations and image work. Senne has to pursue a specific marketing which makes curious on the region and corresponds to the offer structure. Within the offer structure the potentials of the cultural-historically grown scenery have to be used more efficiently. But the most important point is the lacking usability of the single offers. Overall Senne can make a favorable development in nature-related tourism if the problems are approached in a tactical manner and with the right organizational methodology.

2 Einleitung

Die folgende Diplomarbeit befasst sich mit der Entwicklung eines naturbezogenen Tourismus in landwirtschaftlich geprägten Regionen in Deutschland. Während die Bundesrepublik immer noch das Reiseziel Nummer 1 der Deutschen ist, verändern sich die Tourismusbranche und die Urlaubsvorlieben der Deutschen insgesamt. Tourismusformen, die auf Naturerlebnis und sanfte Erholung setzen, sind zwar immer noch Nischensegmente, befinden sich jedoch stark im Wachstum. So könnte der naturbezogene Tourismus für viele Regionen eine Chance sein, eine ganzheitliche Regionalentwicklung in Gang zu setzen, die aus der Region selbst kommt und die regionseigenen Potentiale nutzt. Die Fragestellung ist, für welche Regionen diese Entwicklung in Frage kommt, welche Voraussetzungen und Entwicklungsschritte notwendig sind, um sich erfolgreich im naturbezogenen Tourismus zu positionieren.

Als Untersuchungsraum wird für diese Arbeit die Senne herangezogen, um in dieser Region beispielhaft die Potentiale und Chancen im Hinblick auf die Entwicklung eines naturbezogenen Tourismus, insbesondere des Rad- und Bauernhofurlaubs zu erörtern. Die Senne ist eine trockene, sandige Region in Nordrhein-Westfalen zwischen Bielefeld und Paderborn. Heideflächen, Trockenrasen und Kiefernwälder auf der einen und eine strukturreiche, landwirtschaftlich geprägte Kulturlandschaft auf der anderen Seite prägen die Region. Schon heute wird die Senne an den Wochenenden von zahlreichen Tagesbesuchern für naturbezogene Aktivitäten genutzt und ist für ihre Heideflächen und den angrenzenden Naturpark Teutoburger Wald überregional bekannt. Trotzdem konnte die Senne bisher keine Strukturen für einen naturbezogenen Tourismus entwickeln oder sich als Tourismusregion etablieren.

Den Einstieg in die Arbeit bildet ein allgemeiner Teil, der darstellt, was unter naturbezogenem Tourismus zu verstehen ist, welche Zielgruppen angesprochen werden, welche Voraussetzungen und Potentiale in einer Region vorhanden sein müssen und inwieweit die Entwicklung eines naturbezogenen Tourismus einen Beitrag zur eigenständigen Regionalentwicklung der Region leisten kann. Diese Themenbereiche werden durch eine eingehende Literaturrecherche erarbeitet.

Anschließend folgt der Einstieg in das eigentliche Thema, der Entwicklung eines naturbezogenen Tourismus. Die wichtigsten Faktoren für eine sinnvolle Tourismusedwicklung sind die Potentiale in Natur und Landschaft, die touristische Organisation der Region, ein touristisches Leitbild, die Angebotsstruktur und das Marketing. Diese Themenkomplexe werden anhand von Fachliteratur und Positivbeispielen dargestellt.

Der Hauptteil der Arbeit beschäftigt sich mit dem Untersuchungsraum, der Senne. Das letztendliche Ziel ist hier, ein Tourismusleitbild für die Senne zu erstellen, das in verschiedenen Handlungsfeldern Maßnahmen für eine sinnvolle touristische Entwicklung der Angebotsstruktur, der Organisation und des Marketings aufzeigt. Nachdem die allgemeine Lage und Struktur des Raumes erläutert wurden, werden die oben genannten Aspekte Natur und Landschaft, Organisation, Leitbild, Angebotsstruktur und Marketing eingehend untersucht und

dargestellt. Dies geschieht in Zusammenarbeit mit der AubE-Umweltakademie, durch Geländebegehungen und Literaturrecherche. Anschließend folgt die Beurteilung dieser Gesichtspunkte. Um die Beurteilung argumentativ zu unterstreichen, werden die Positivbeispiele zum Vergleich herangezogen und eine nutzerbezogene Befragung durchgeführt, deren Ergebnisse in der Argumentation wieder aufgegriffen werden. Abschließend entsteht auf Basis dieser Stärken-Schwächen-Analyse ein touristisches Leitbild. Das Leitbild zeigt die zukünftige Entwicklung der Tourismusregion in einer Vision, die die wichtigsten Angebote, das Image der Region sowie die Art und Organisationsform des Tourismus in der Senne enthält. Die aus dieser Vision entwickelten Handlungsfelder enthalten Leitlinien und Ziele, die den Rahmen für die konkreten Aufgaben und Maßnahmen festlegen.

Abschließend gibt die Arbeit einen zusammenfassenden Überblick über die Chancen der Senne als naturbezogene Tourismusregion.

3 Bedeutung von Natur und Landschaft für den Tourismus

Die deutsche und auch weltweite Tourismusbranche ist ein breit gefächertes Feld mit vielen verschiedenen Urlaubsformen, den unterschiedlichsten Reisemotiven und Zielgruppen. Die beliebtesten Urlaubsarten sind nach wie vor der Bade- und Strandurlaub und der reine Aushurlaub. Als häufigste Aktivitäten im Urlaub wurden das Kennen lernen von landestypischen Spezialitäten, Baden, Ausruhen und Ausflüge in die Umgebung angegeben¹. Doch welchen Stellenwert nimmt der Aspekt Natur und Landschaft im Tourismus ein? Welche Ansprüche stellen Urlauber an die sie umgebende Umwelt und für welche Urlaubsformen ist eine intakte Natur besonders wichtig? Ist die Tourismusbranche auf die Natur angewiesen oder kann sie letztendlich durch andere Faktoren ersetzt werden?

Umfragen ergeben, dass die Natur einen nicht zu unterschätzenden Aspekt für den Tourismus darstellt. Eine schöne Landschaft und intakte Natur sind für 80% der Deutschen entscheidende Kriterien zur Wahl des Reiseziels. Mehr als 50% wünschen sich Naturerlebnisse. 36% wandern gerne im Urlaub und sogar 33% wollen an ihrem Urlaubsort die Möglichkeit zur Tierbeobachtung haben. Dagegen werden 75% der Befragten von Tourismusorten mit verbauter Landschaft abgeschreckt.²

Diese Zahlen zeigen, dass Natur und Landschaft für nahezu alle Tourismusarten eine wichtige Rolle spielen und Grundlage für die Entwicklung eines Urlaubstourismus sind. Das grundlegende touristische Attraktivitätspotential wird durch die landschaftlichen Gegebenheiten bestimmt und somit stellen sie die Angebotsbasis eines Tourismusstandortes dar.³ So werden eine schöne Landschaft und saubere Umwelt bei vielen Tourismusarten eher als Voraussetzung denn als Attraktion gesehen⁴. Sie dienen oftmals als Kulisse für einen harmonischen Urlaub. Dennoch muss eine reizvolle Landschaft, die Möglichkeiten zur Erholung bietet, als maßgebendes touristisches Absatzpotential angesehen werden⁵.

Die Wichtigkeit des Erlebens einer schönen Landschaft im Urlaub basiert auf verschiedenen Bedürfnissen des Menschens. In der Landschaft werden die **Bedürfnisse** ausgelebt, die sich im Alltag entwickelt haben und so bewirkt die Naturentfremdung vor allem im städtischen Alltag ein zunehmendes Bedürfnis nach Kontrasten wie Natur- und Landschaftserlebnissen im Urlaub.⁶ Dieses Grundverlangen impliziert jedoch nicht die Notwendigkeit einer vollkommen intakten Natur aus ökologischer Sicht. Eine schöne Landschaft ist aus der Sicht des Urlaubers nicht automatisch gleichzusetzen mit einer möglichst unberührten Natur. So erzeugt weder

¹ vgl. GÜNTHER / MÜNNEKHOFF (2003), S. 15 - 16

² vgl. SPITTLER (2001), S. 2

³ vgl. LUFT (2004), S. 19

⁴ vgl. GÜNTHER / MÜNNEKHOFF (2003), S. 21

⁵ vgl. LUFT (2004), S. 19

gänzlich unberührte Natur noch die intensiv genutzte Agrarlandschaft allgemeines touristisches Interesse. Der Urlauber sucht vielmehr eine vom Menschen beeinflusste, jedoch harmonisch anmutende Kulturlandschaft mit lockerem Baumbestand. Dichte Urwälder werden sogar



Abb. 1: Wacholderheide bei Alendorf in der Eifel (Wikimedia, 2008)

teilweise als bedrohlich empfunden und so wundert es nicht, dass Almen mit schütterem Baumbestand und Wacholderheiden zu den beliebtesten Landschaften der Deutschen zählen.⁷ Im Idealfall weisen Elemente in dieser Landschaft auf Landwirtschafts-, Forstwirtschafts-, Handwerks- und Produktionsformen hin, die typisch für diese Region sind und in einem historischen Kontext stehen⁸. Neben diesen kulturellen und historischen Elementen tragen auch soziokulturelle Verhältnisse wie Brauchtum und Mentalität zur Landschaftswahrnehmung bei⁹. NOHL schreibt in diesem Zusammenhang folgendes:

„Antrieb für das ästhetische Erleben von Landschaft [...] sind [...] grundlegende menschliche Bedürfnisse, deren Befriedigung immer auch Zweck eines Landschaftsbesuches ist. Diese ästhetischen Bedürfnisse finden ihre Erfüllung vorzugsweise in Landschaften, die

- *vielfältig strukturiert sind,*
- *sich durch Naturnähe auszeichnen, sowie*
- *geringe Eigenartsverluste aufweisen.“¹⁰*

Das Bedürfnis nach einer kulturhistorisch harmonisch gewachsenen Landschaft und gewachsenen soziokulturellen Verhältnissen findet sich hier in der Eigenart wieder. Die Eigenart gewichtet NOHL besonders stark. In ihr spiegelt sich das Bedürfnis nach Heimat¹¹ und typischen Wiedererkennungswerten wider, die auf den Menschen beruhigend wirken.

⁶ vgl. SPITTLER (2001), S. 2

⁷ vgl. KOBBE (2007), S. 76

⁸ vgl. SPITTLER (2001), S. 3

⁹ vgl. LUFT (2004), S. 20

¹⁰ NOHL (1993), S. 7

¹¹ vgl. NOHL (1993), S. 7

Die positive Gewichtung der Vielfalt kommt durch das Bedürfnis nach Orientierung in und Wissen über die Landschaft zu Stande. Gemeint ist sowohl eine Strukturvielfalt in der Landschaft insgesamt, als auch eine Formenvielfalt in den einzelnen Struktureinheiten¹². Die höchste landschaftliche Reizvielfalt bietet ein häufiger Wechsel von Wald-, Wasser-, Wiesen- und landwirtschaftlichen Nutzflächen¹³.

Die Naturnähe einer Landschaft lässt den Menschen das Bedürfnis nach Freiheit und Zwanglosigkeit ausleben.¹⁴

Diese Gewichtungen, wann eine Landschaft schön ist, können jedoch nur als intersubjektiv betrachtet werden, das heißt der „durchschnittliche“ Urlauber wird eine oben genannte Landschaft positiv bewerten. Da aber eine **Landschaftswahrnehmung** immer auch im Kopf eines Betrachters entsteht und durch eigene Erfahrungen und Sehnsüchte beeinflusst wird, kann auch eine reine Wildnis oder beispielsweise eine Wüstenlandschaft auf einen einzelnen Betrachter positiv wirken.¹⁵ Dennoch stimmen die oben genannten Kriterien mit dem Landschaftsempfinden der Mehrheit der Deutschen überein. Die wichtigsten naturgeografischen Aspekte sind das Relief, die hydrologischen Verhältnisse, Flora und Fauna und das den Körper beeinflussende Klima¹⁶. So wird im Allgemeinen „eine vielfältige Natur- und Kulturlandschaft mit Kuppen, Felsen, Quellen, Wasserflächen und Tälern“¹⁷ als attraktiv angesehen. Wichtig für eine attraktive Landschaft sind auch naturnahe Waldbilder und extensive Wirtschaftsweisen, die auf traditionelle Landnutzungsformen hinweisen. Sehr negativ werden hingegen Monokulturen bewertet.

Neben der ästhetischen Wahrnehmung und den Einflüssen auf den Organismus ist die **Nutzbarkeit einer Landschaft** essentiell für den Touristen, da nur durch eine Nutzung die Landschaft auch erlebbar wird. Hier sind die Wegeverbindungen von hoher Bedeutung, aber auch der freie Zugang zu Wiesen und Wäldern fördert die Erlebbarkeit einer Landschaft. Darüber hinaus ist eine Landschaft nur dann für den Tourismus relevant, wenn sie eine gewisse Mindestgröße für Aktivitäten wie Radfahren und Wandern aufweist, die Lärmimmissionen niedrig sind und eine gute Erreichbarkeit mit unterschiedlichen Verkehrsmitteln gegeben ist.¹⁸

Unter Berücksichtigung der genannten Voraussetzungen kann eine Landschaft in der Tourismusbranche als das wesentliche Grundkapital einer Region gelten.¹⁹ Naturgebundene Tourismusformen sind nach wie vor im Aufwind und insbesondere für den Inlandstourismus

¹² ebd.

¹³ vgl. LUFT (2004), S. 21

¹⁴ vgl. NOHL (1993), S. 7

¹⁵ vgl. WÖBSE (2002), S. 13

¹⁶ vgl. LUFT (2004), S. 20

¹⁷ SPITTLER (2001), S. 6

¹⁸ vgl. SPITTLER (2001), S. 6 - 7

¹⁹ vgl. SPITTLER (2001), S. 1

spielt die Natur eine wichtige Rolle.²⁰ Denn die Einstellung der Urlauber zu einer „natürlichen“ Landschaft hat sich in den letzten Jahren gewandelt. Zum einen wird die Sehnsucht nach Ursprünglichem in einer zunehmend technisierten Zivilisation immer stärker. Zum anderen dient die Landschaft verstärkt als Aktionsfeld für naturverbundene Tätigkeiten und immer seltener als reine Kulisse.²¹ So avancieren landschaftliche Vorzüge zum Mittelpunkt der Werbung für Urlaubsregionen. Tourismusregionen, die vorrangig mit der Ressource Natur werben, erfreuen sich wachsender Beliebtheit.²² Vor allem große Schutzgebiete, die mit besonderen Naturattraktionen aufwarten, haben positiven Einfluss auf die touristische Entwicklung einer Region. Das belegen die Zahlen für die österreichischen Nationalparke, wo 33% der gesamten Wertschöpfung im Übernachtungstourismus allein auf die Existenz der Nationalparke zurückzuführen ist.²³ Für diesen Zuwachs sind in Nationalparks die naturinteressierten Urlauber ausschlaggebend, die hier Aktivitäten wie Wanderungen, Naturbeobachtung, Trekking etc. nachgehen. Immer mehr Reisende fordern jedoch ein aktionsbezogenes Landschaftserleben mit entsprechenden Angeboten und eine Vernetzung mit Kulturangeboten²⁴. So gilt vor allem für Regionen, die nicht mit überragenden Naturattraktionen aufwarten können, dass die Natur alleine nicht ausreicht, um als Urlaubsregion attraktiv zu werden.²⁵ Sie kann hier vielmehr als wichtige Komponente im Zusammenhang mit naturorientierten Urlaubsformen wie Aktiv- oder Wellnessurlaub gesehen werden.²⁶ Ob eine Landschaft zum Publikumsmagneten wird, hängt dann zu einem großen Teil von ihrer Einbindung in die regionale oder überregionale Tourismus-Infrastruktur und weiteren standortfördernden touristischen Angeboten ab.

²⁰ vgl. SCHULZ (2006), S. 4

²¹ vgl. LUFT (2004), S. 21

²² vgl. SPITTLER (2001), S. 2

²³ vgl. Lebensministerium Österreich (2008)

²⁴ vgl. LUFT (2004), S. 43

²⁵ vgl. GÜNTHER / MÜNNEKHOFF (2003), S. 21

²⁶ vgl. AUbE-Umweltakademie (2003), S. 5

4 Naturbezogener Tourismus – Definitionen und Rahmenbedingungen

Unter naturbezogenem Tourismus werden im Zusammenhang mit dieser Arbeit alle Urlaubsformen verstanden, die von einem gewissen Naturinteresse geprägt werden. Dieses Interesse kann verschieden stark ausgebildet sein, was sehr unterschiedliche Ausformungen zur Folge hat. Im Folgenden wird zunächst die Gruppe der Naturinteressierten näher definiert und so die Zielgruppe für naturbezogenen Tourismus eingegrenzt. Im Anschluss wird erörtert, welche Tourismusformen zum Segment des naturbezogenen Tourismus gehören und welche Aktivitäten kennzeichnend sind. Des Weiteren ist zu klären, welche Regionen sich für naturbezogenen Tourismus besonders eignen.

Die Naturinteressierten

78% der Gesamtbevölkerung in Deutschland halten unmittelbare Naturerlebnisse im Urlaub für sehr wichtig²⁷ und können als naturinteressiert angesehen werden. Das Interesse am Erleben der Natur im Urlaub ist innerhalb der nachfragenden Gruppe jedoch sehr unterschiedlich. Die folgende Übersicht versucht das Naturinteresse in Interessengruppen einzuteilen.²⁸

- 1. spezialisiertes Naturinteresse:** hierzu zählen (Hobby-)Wissenschaftler, Freizeitjäger und –angler und teilweise Natursportler, die sich vertiefend mit einem Bereich der Natur beschäftigen und eine wissenschaftliche Sichtweise verfolgen;
- 2. engagiertes Naturinteresse:** auch hier besteht noch großes Interesse an der wissenschaftlichen Sichtweise und somit an ökologischen Zusammenhängen. Das Erleben von Natur ist jedoch ganzheitlicher orientiert. Vertreter dieser Gruppe haben oft den Anspruch intakte Natur ohne zu viele andere Touristen zu erleben. Auch über den Urlaub hinaus sind sie teilweise in Naturschutzorganisationen aktiv oder beschäftigen sich auf andere Weise mit Naturschutz und nachhaltiger Nutzung;
- 3. allgemeines Naturinteresse:** wie bei der vorhergehenden Gruppe ist das Erleben von Natur ganzheitlich orientiert. Interesse an Umweltbildung ist ebenfalls vorhanden, das Erleben von Natur ist jedoch mehr genuss- und sinnesorientiert und das

²⁷ vgl. CIPRA (2007)

²⁸ vgl. STRASDAS (2001), S. 119 - 120

Hauptaugenmerk liegt auf der Beobachtung interessanter Tiere und Naturphänomene. Weniger interessant sind ökologische Zusammenhänge und komplexere Probleme des Naturschutzes. Intakte Natur wird von dieser Gruppe zwar als positiv angesehen, kann jedoch aufgrund des fehlenden Hintergrundwissens nicht immer richtig eingestuft werden. Dieser Gruppe kann die Mehrzahl der naturinteressierten Touristen zugeordnet werden.

- 4. beiläufiges Naturinteresse:** Interesse an Natur besteht in dieser Gruppe eher in einer Kulisse für einen schönen Urlaub und die dortigen Aktivitäten. Ökologische Zusammenhänge und Fragen des Naturschutzes stehen hier im Hintergrund und können nur in Form von „leicht verdaulicher Unterhaltung“²⁹ nahe gebracht werden. Vertreter dieser Gruppe besuchen besonders gern bekannte Naturphänomene oder beobachten außergewöhnliche Tierarten. Hierbei sind sie wenig empfindlich gegenüber hohem Besucheraufkommen.

Je geringer das Interesse für die Natur ausfällt, desto höher wird der Anteil an Tätigkeiten außerhalb dieses Themenbereichs. So verbringen Urlauber der Gruppe 3 und 4 häufig nicht in erster Linie Natururlaube, sondern genießen „Auch-Natururlaube“. So gab 2002 jeder 4. Reisende an einen „Auch-Natururlaub“ verbracht zu haben, jedoch nur jeder 15. war in erster Linie Natururlauber.³⁰ Das zeigt, wie schon oben erwähnt, dass die Gruppe der allgemein und auch der beiläufigen Naturinteressierten am größten ist. So fordert ein Großteil der naturbezogenen Urlauber eine gut ausgebaute allgemeine touristische Infrastruktur und weitere touristische Qualitäten wie Sonne, Strand oder Kultur. Die gesamte Gruppe der Naturinteressierten verhält sich im Vergleich zu allen anderen Urlaubern sehr aktiv. Diese Aussage bezieht sich dabei nicht nur auf naturbezogene Tätigkeiten. Naturinteressierte unternehmen insgesamt mehr Ausflüge in die Umgebung, gehen häufiger zum Einkaufsbummel oder in Museen, besuchen Kureinrichtungen, sind sportlich aktiv und haben größeres Interesse an landestypischen Spezialitäten.³¹ Darüber hinaus ist es naturinteressierten Urlaubern besonders wichtig Abstand vom Alltag zu bekommen und bei schönem Wetter und gesundem Klima frische Kraft zu sammeln. Diese Tendenzen zeigen, dass im naturbezogenen Urlaub keineswegs eine „schöne Landschaft“ ausreicht, um Gäste zu locken. Der naturinteressierte

²⁹ STRASDAS (2001), S. 120

³⁰ vgl. GÜNTHER / MÜNNEKHOFF (2003), S. 7

³¹ vgl. GÜNTHER / MÜNNEKHOFF (2003), S. 16

Urlauber fordert vielseitige Angebote und ist eher in qualitätsorientierten Urlaubssegmenten zu Hause.³² Daher kennzeichnen diese heterogene Zielgruppe folgenden Faktoren:

- eher älter als jünger;
- Schwerpunkt auf jungen Familien und älteren Paaren;
- sehr aktiv;
- an Kultur und Bildung interessiert;
- oft eigenständige Organisation und direkte Buchung.³³

Naturtourismus

Als Naturtourismus wird hier jeder Urlaub bezeichnet, bei dem das Naturerleben im Vordergrund steht. Natururlauber können so der Gruppe 1 und 2, teilweise auch der Gruppe 3 der oben genannten Naturinteressierten angehören. Naturtourismus darf nicht mit dem Ökotourismus gleichgesetzt werden, der zusätzlich den Ansprüchen des umweltfreundlichen und nachhaltigen Reisens gerecht wird. Naturtourismus hingegen „[...] ist eine Form des Reisens in naturnahe Gebiete, bei dem das Erleben von Natur im Mittelpunkt steht“.³⁴ Die ökologischen Auswirkungen der Reise stehen nicht im Vordergrund. Daher birgt Naturtourismus für die Natur sowohl Chance als auch Risiko in sich. Auf der einen Seite kann ökologisch unüberlegtes Nutzen der Natur zu erheblichen Schäden führen, andererseits sind Natururlauber aber offen für Umweltbildungsangebote und interessieren sich für ökologische Zusammenhänge, was eine stärkere Sensibilisierung für Umweltfragen bewirken kann.

Insgesamt liegt der Anteil von Natururlauben an allen Reiseformen 2004 bei nur 7%³⁵. Naturtourismus ist ein Nischensegment, verzeichnet jedoch im Jahr 2006 mit 36% die zweitgrößte Zuwachsrate unter allen Urlaubsformen³⁶. Fast die Hälfte der Natururlaube werden im Inland verbracht, was bedeutend über dem Durchschnittswert aller Reiseformen (31%)

³² vgl. WILKEN/ BAUSCH/ BRITTNER (2005), S. 7

³³ vgl. WILKEN/ BAUSCH/ BRITTNER (2005), S. 9

³⁴ STRASDAS (2001), S. 6

³⁵ vgl. Reiseanalyse 2004

³⁶ vgl. Reiseanalyse 2006

liegt³⁷. So genannte „Leuchttürme“ für den Naturtourismus sind Großschutzgebiete wie National-, und Naturparke sowie Biosphärenreservate³⁸.

Im Naturtourismus existieren unterschiedliche Aktivitätsfelder, die von den Touristen ausschließlich oder kombiniert wahrgenommen werden. Die erste Form des Naturtourismus umschreibt das Feld der Natur- und Tierbeobachtung. Die Landschaft wird sehr intensiv wahrgenommen und durch Wanderungen, Naturführungen oder Expeditionen erschlossen. Die zweite Ausprägung stellt der Bereich des Natursports dar.



Abb. 2: Trekking in den Bergen
(BfN, 2008)

Auch hier sind Wanderungen eingeschlossen, vor allem aber werden erlebnisorientierte Sportarten wie Radfahren, Mountainbiken, Walking, Trekking, Canyoning oder Gleitschirmfliegen ausgeübt. Die dritte Ausprägung bezieht sich auf die direkte Nutzung der Natur durch Jagd, Angeln oder Pilzsammeln.³⁹

Obwohl das Naturinteresse bei Natururlaubern im Mittelpunkt steht, werden auch in diesem Segment Angebotskombinationen mit Aktiv- und Kulturelementen verlangt⁴⁰. Auch die Natur selbst muss durch Angebote wie geführte Wanderungen und Radtouren, Themenführungen, Wildtiererlebnisse und Kanutouren erlebbar gemacht werden⁴¹. So muss eine Region ein Bündel an Voraussetzungen für die Entwicklung eines Naturtourismus erfüllen:

³⁷ vgl. GÜNTHER / MÜNNEKHOFF (2003), S. 14

³⁸ vgl. SCHULZ (2006), S. 6

³⁹ vgl. ZEPPENFELD (2006), Folie 5

⁴⁰ vgl. ZAHL / BEER (2005), S. 15

⁴¹ vgl. SCHULZ (2006), S. 8

1. **Natürliche und kulturelle Voraussetzungen:** eine im Sinne des Tourismus positive Landschaft (vgl. Kapitel 2), beobachtbare interessante und seltene Tierarten, traditionelle Kulturlandschaft mit regionaltypischen Produkten;
2. **Infrastruktur zur Geländeerkundung:** Wegenetz, Aussichtspunkte, Informationseinrichtungen, Ankunftsräume, sanitäre Anlagen, etc.;
3. **Zielgruppenspezifische Erlebnisangebote:** Naturerlebnis mit allen Sinnen, Führungen, GPS- Routen, Filmvorführungen, etc.;
4. **Allgemeine touristische Infrastruktur:** Gastronomie, Beherbergung, Souvenirläden, Tourist-Information, Gästen angepasste Servicezeiten, etc.;
5. **Vorhandensein von Anbietern und Veranstaltern:** Zusammenarbeit von privaten und öffentlichen Anbietern, gemeinsame Vermarktung.

Wie bei allen anderen Tourismusformen ist es auch beim Naturtourismus von großer Bedeutung, dass eine Vielzahl von Akteuren wie Einzelunternehmer, Gastgeber, Reiseveranstalter, Gemeinden, Tourismusorganisationen und Schutzgebiets-Verwaltungen kooperierend und erfolgreich zusammen arbeiten.⁴²

„Auch-Natururlaube“

Die beiläufig und teilweise auch die allgemein Naturinteressierten verbringen häufiger „Auch-Natururlaube“, bei denen das Naturerlebnis ein wichtiges Element darstellt, jedoch nicht die Hauptmotivation des Urlaubs ist. Andere Aktivitäten wie Baden, Rad fahren, Kultur, Ausruhen oder Sport treiben stehen im Vordergrund und die Landschaft nimmt häufiger den Stellenwert einer Kulisse ein, die einen harmonischen und erholsamen Urlaub ermöglicht. Zusätzlich werden öfter einzelne Naturattraktionen besucht. Dazu gehören Urlaubsformen wie Strand-, Camping-, Gesundheits-, Bauernhof- oder Radurlaub⁴³. Auch diese Tourismusarten verzeichnen wie der Naturtourismus im Jahr 2005 hohe Zuwächse bis zu 30%⁴⁴. Die Zielgruppe für einen „Auch-Natururlaub“ ist nicht eindeutig abzugrenzen und hängt stark von der jeweiligen Urlaubsform ab. Sowohl Jugendgruppen und Aktiv-Urlauber als auch Familien und die Generation 50+ verbringen derartige Urlaube⁴⁵. Festzuhalten ist, dass diese Gruppe von

⁴² vgl. ZEPPENFELD (2006), Folie 9 - 16

⁴³ vgl. GÜNTHER / MÜNNEKHOFF (2003), S. 15

⁴⁴ vgl. Reiseanalyse 2006

⁴⁵ vgl. ZAHL (2005), S. 15

beiläufigen Naturinteressierten zumeist mittlere bis hohe Komfortansprüche an den Urlaub stellt⁴⁶. Im Folgenden wird beispielhaft auf die Urlaubsform Radurlaub eingegangen.

Radtourismus

Der Radtourismus bezeichnet den Urlaub mit dem Fahrrad, bei dem der Tourist entweder täglich Touren von einem festen Ausgangspunkt unternimmt oder aber verschiedene an einer ausgewählten Strecke liegende Übernachtungsmöglichkeiten nutzt. Dabei transportiert er sein Gepäck entweder selbst oder nimmt dafür einen Gepäckservice von Reiseveranstaltern in Anspruch.

Auch der Fahrradtourismus verzeichnet in den letzten Jahren starke Zuwächse. 1,8 Millionen Deutsche führen 2001 eine mehrtägige Radreise durch. Ca. 50% dieser Radurlaube werden in Deutschland verbracht, was wiederum stark über dem Durchschnitt aller Urlaubsformen (31%) liegt. Die favorisierten Bundesländer sind NRW, Bayern, Niedersachsen und Schleswig-Holstein. Das touristische Radfernwegenetz in Deutschland ist dementsprechend in den letzten Jahren kontinuierlich ausgebaut worden, sodass seit 2002 190 Radfernwege mit einer Gesamtlänge von rund 40.000km existieren.⁴⁷



Abb. 3: Weserradweg
(Ferienhof Sander, 2008)

Eine eindeutige Zielgruppe kann auch im Fahrradtourismus nicht definiert werden. Die Urlauber sind überwiegend männlich, gehören eher der Altersgruppe der 25 – 45-Jährigen an und stammen vermehrt aus der Mittelschicht. Die Haupturlaubsmotive für einen Radurlaub sind das Erleben schöner Landschaft, Bewegung in der freien Natur, Sport und Fitness. Radtouristen

⁴⁶ vgl. ZEPPENFELD (2006), Folie 8

⁴⁷ vgl. LIEBSCH (2003), S. 142 - 143

reisen zumeist in Gruppen und übernachten überwiegend in Hotels und Pensionen, aber auch im Wohnwagen.⁴⁸

Für den Radtourismus ist die Grundvoraussetzung ein attraktives Radroutennetz mit guter Beschilderung und miteinander verknüpften Wegen auf Orts-, Landes- und auch Bundesebene⁴⁹. Das heißt der Anschluss an einen Radfernweg kommt dem Radtourismus in einer Region sehr zu Gute. Die Beschilderung sollte optisch einheitlich sein und somit einen hohen Wiedererkennungswert aufweisen. Sie sollte Nah- und Fernziele, sowie die wichtigsten Sehenswürdigkeiten enthalten und die Logos der regionalen und überregionalen Radwege integrieren. Das regionale Radroutennetz sollte weitgehend autofrei und ganzjährig befahrbar sein⁵⁰, um möglichst viele Touristen anzulocken. An den Strecken muss fahrradtouristische Infrastruktur in Form von Rastplätzen, Schutzhütten und Abstellanlagen vorhanden sein. Auch fahrradfreundliche Beherbergungsbetriebe und Gastronomie sollen sich in direkter Nähe zur Strecke befinden, um eine unkomplizierte Versorgung und Übernachtung zu ermöglichen. Darüber hinaus wird ein Radweg erst für Urlauber attraktiv, wenn er durch eine abwechslungsreiche, schöne Landschaft führt und interessante touristische Ziele auf der Strecke liegen, die als Motivation für die Radtour und Etappenziel dienen können.⁵¹ Ferner ist wünschenswert, dass eine radtouristische Region fahrradfreundliche Verkehrsmittel wie Regionalbahn oder Busse mit Fahrradträgern bereithält, um eine unkomplizierte Anreise oder Überbrückung von Strecken zu gewährleisten. Jede Fahrradregion muss eine Radwanderkarte mit einfacher Handhabung anbieten, die im Idealfall auch weitere Informationen zu Sehenswürdigkeiten und Unterkünften enthält. Weitere standortfördernde Angebote sind beispielsweise geführte Themenradtouren oder Fahrradservicestationen mit Reparatur und Verleih.⁵²

⁴⁸ vgl. LIEBSCH (2003), S. 144 - 145

⁴⁹ vgl. LIEBSCH (2003), S. 145

⁵⁰ vgl. LIEBSCH (2003), S. 146

⁵¹ ebd.

⁵² vgl. LIEBSCH (2003), S. 160 – 172

5 Naturbezogener Tourismus als Beitrag zur eigenständigen Regionalentwicklung

Tourismus kann einen Beitrag zur wirtschaftlichen Entwicklung einer Region leisten. Vor allem in ländlichen Problemgebieten kann er eine wichtige Rolle einnehmen.⁵³ Welche Tourismuskonzepte langfristig einen positiven Einfluss auf eine Region haben und welche Bedeutung sie für eine eigenständige Regionalentwicklung haben, wird in diesem Kapitel erläutert. Dazu wird zunächst umrissen, was unter eigenständiger Regionalentwicklung zu verstehen ist, um im Anschluss auf die Bedeutung des Tourismus einzugehen.

Der Begriff **eigenständige Regionalentwicklung** stammt aus einer in den 70er Jahren begonnenen Diskussion um alternative Strategien in der Regionalentwicklung. Grund dafür waren tief greifende Probleme und räumliche Ungleichentwicklungen in den Peripherien.⁵⁴ Es existiert nicht mehr „der“ ländliche Raum, dem stets die gleichen Kriterien zugewiesen werden können, sondern entwicklungsstarke und –schwache Räume wechseln sich sehr kleinräumig ab. Dabei weisen die strukturschwachen Räume vielschichtige Probleme auf. Durch die Rationalisierung und den Bedeutungsverlust der Landwirtschaft entfällt die dominierende ökonomische Basis der ländlichen Räume und außerhalb des landwirtschaftlichen Bereichs können nur wenige Arbeitsplätze angeboten werden.⁵⁵ Eine recht statische Regionalpolitik „von oben“ mit Subventionen für Industrieanlagen, verkehrs- und industrieorientierte Infrastruktur und auch für touristische Großprojekte konnte diese Defizite langfristig nicht ausgleichen. Vor allem die Funktionsvielfalt und eine Qualitätsstruktur, die auch negative Entwicklungen auffangen könnten, bleiben dabei unberücksichtigt. An dieser Stelle greift die Idee der eigenständigen Regionalentwicklung. Diese soll ein Instrumentarium sein, das besser auf die Bedürfnisse, Potentiale und Interessen einer einzelnen Region eingehen kann.⁵⁶ Dazu soll die politische Macht dezentralisiert werden, sodass den einzelnen Regionen mehr Selbstorganisation zugesprochen wird. Durch die Verlagerung politisch- ökonomischer Entscheidungen auf die regionale Ebene werden neue regionale Institutionen geschaffen, die örtliche Entwicklungspotentiale besser nutzen und Fördergelder gezielter akquirieren können.

⁵³ vgl. MOSE (1998), S. 9

⁵⁴ vgl. MOSE (1993), S. 31 - 32

⁵⁵ vgl. MOSE (1993), S. 19 - 21

⁵⁶ vgl. MOSE (1998), S. 129 - 130

Dies kann durch regionale Verbände, Planungsgesellschaften oder „runde Tische“ geschehen.⁵⁷ Ein übergeordnetes Ziel der eigenständigen Regionalentwicklung ist neben der Schaffung ökonomischer Anreize auch soziokulturelle, ökologische und politisch-institutionelle Aspekte in ein ganzheitliches Konzept zu integrieren⁵⁸. Die Selbstorganisation dieser Bereiche kann bei den Einwohnern wiederum zu einer verstärkten regionalen Identität führen, die zusätzliche Motivation für eine Weiterentwicklung mit sich bringt⁵⁹.

Zusammenfassend hilft also eine eigenständige Regionalentwicklung strukturschwache, ländliche Räume zu reaktivieren, indem die endogenen Entwicklungspotentiale einer Region aktiviert und stärker genutzt werden. Unterstützt werden diese Entwicklungen vom Europäischen Fonds für regionale Entwicklung (EFRE), der sich erstrangig auf die wirtschaftliche Entwicklung einer Region bezieht, aber auch Umwelt, Tourismus, Kultur und Bildung stärken will. Somit fördert dieser Fonds eine ganzheitliche Entwicklung. Die aktuelle Gemeinsame Agrarpolitik (GAP) der Europäischen Union hilft ebenfalls, die eigenständige Regionalentwicklung zu unterstützen. Seit 2007 sind die **EU-Finanzinstrumente** aufgeteilt in den Europäischen Garantiefonds für die Landwirtschaft (EGFL) und den Europäischen Landwirtschaftsfonds für die Entwicklung des ländlichen Raumes (ELER).⁶⁰ Vor allem der ELER verfolgt eine ganzheitliche Entwicklung des ländlichen Raumes, indem 3 Hauptziele festgelegt wurden. Zum einen soll die Wettbewerbsfähigkeit von Forst- und Landwirtschaft gestärkt werden. Zum anderen sind die Verbesserung von Umwelt und Landschaft und die Steigerung der Lebensqualität im ländlichen Raum einschließlich der Diversifizierung der Wirtschaft ebenso wichtige Ziele.⁶¹ Für die konkrete Förderung von Maßnahmen in diesen Bereichen muss jedes Mitgliedsland einen nationalen Strategieplan verfassen, der die allgemeinen Ziele näher definiert. Daraufhin legen in Deutschland die einzelnen Bundesländer Entwicklungsprogramme fest, in denen konkrete Fördermaßnahmen formuliert sind. In NRW hat das Ministerium für Umwelt, Naturschutz, Landwirtschaft und Verbraucherschutz das „NRW-Programm Ländlicher Raum 2007 – 2013“ entwickelt.⁶² Die einzelnen Regionen sind nun dafür verantwortlich Projekte und Strategien zu entwickeln, um diese Förderungen optimal zu nutzen. Zwar kann auch eine Privatperson direkt die Fördergelder beantragen, die

⁵⁷ vgl. MOSE (1993), S. 36 - 39

⁵⁸ vgl. MOSE (1998), S. 130

⁵⁹ vgl. MOSE (1993), S. 35

⁶⁰ vgl. Europäische Gemeinschaft (2008)

⁶¹ vgl. Europäische Union (2005), S. 9

⁶² vgl. Bundesministerium für Ernährung, Landwirtschaft und Verbraucherschutz (2006), S. 3

Erarbeitung eines integrierten ländlichen Entwicklungskonzeptes (ILEK) in den einzelnen Regionen erhöht jedoch die Chance auf eine Projektförderung und erhöht das Volumen der Förderung. Ein ILEK deckt sich inhaltlich schließlich mit der Idee der eigenständigen, ganzheitlichen Regionalentwicklung, da es das endogene Potential und die Besonderheiten einer Region in den Vordergrund stellt. Die Handlungsfelder setzen sich aus Dorf- und Kommunalentwicklung, Land- und Forstwirtschaft und Ökologie, Wirtschaft und Arbeit, Kultur und Tourismus zusammen. Die Arbeit innerhalb des ILEK soll die Zusammenarbeit und Vernetzung in der Region und die regionale Identität stärken und so insgesamt zu einer verbesserten Lebensqualität führen.⁶³

Wie oben erwähnt, stellt der Tourismus innerhalb des ILEK ein Handlungsfeld dar. Das deutet darauf hin, dass der Fremdenverkehr im ländlichen Raum an Bedeutung gewinnt, da die Freizeit- und Erholungspotentiale in Deutschland von der Bevölkerung immer stärker genutzt werden⁶⁴. In landschaftlich attraktiven Regionen, die jedoch eine problematische Umstrukturierung ihrer wirtschaftlichen Basis durchlaufen, bietet sich der **Fremdenverkehr als Erwerbسالternative** und Chance zur allgemeinen Verbesserung der regionalen Lebensqualität an⁶⁵. Der Tourismus kann innerhalb eines ganzheitlichen Konzeptes der eigenständigen Regionalentwicklung eine wichtige Rolle spielen, da er ein querschnittsorientierter Sektor ist. Der Fremdenverkehr kann andere Wirtschaftsbereiche fördern und regionale Wirtschaftskreisläufe insgesamt stärken. Somit können positive Effekte auf andere Bereiche der Regionalentwicklung erzielt und in einem ganzheitlichen Konzept eine vernetzende Wirkung erreicht werden.⁶⁶

Doch wann bzw. in welcher Form der Tourismus für eine Region ein Entwicklungspotential darstellt, hängt von den Strukturen und Voraussetzungen des jeweiligen Raumes und dem Fremdenverkehrskonzept insgesamt ab⁶⁷. Die positiven Ansätze im Tourismus können bei falscher Entwicklung erhebliche Risiken beinhalten und sogar zu einer Verschärfung der strukturellen und ökonomischen Probleme führen. Vor allem eher quantitativ ausgerichtete Tourismuskonzepte bergen die Gefahr durch zu intensive Eingriffe in Natur und Landschaft und in das Ortsbild die Grundlage für den Fremdenverkehr auf lange Sicht zu zerstören. Außerdem entsteht bei einer auf den Tourismus ausgerichteten Monostruktur die Gefahr einer

⁶³ vgl. HAHNE (2006), S. 31 – 32

⁶⁴ vgl. MOSE (1993), S. 24

⁶⁵ vgl. MOSE (1998), S. 10

⁶⁶ vgl. REVERMANN/ PETERMANN (2003), S. 150

⁶⁷ vgl. MOSE (1993), S. 25

Abwanderung von qualifizierten Arbeitskräften, da die Arbeitsplätze in der Tourismusbranche oft nicht sehr hochwertig sind.⁶⁸ Auch kommen touristische Mono- oder Massenstrukturen meist externen Investoren von Großprojekten, einzelnen Bauunternehmern oder Immobilienhändlern zugute, sodass der Tourismus kaum zur regionalen Wertschöpfung beiträgt⁶⁹. Ein derartiger Tourismus kann demnach nicht zur eigenständigen Regionalentwicklung beitragen.

Im Sinne der eigenständigen Regionalentwicklung sollte sich auch ein Tourismuskonzept am Ansatz der ganzheitlichen Entwicklung orientieren und die Zusammenhänge von Natur, Kultur, Mensch und Wirtschaft berücksichtigen. Hierfür eignet sich eher ein qualitativer touristischer Ansatz, bei dem die **Bildung eines regionsspezifischen Fremdenverkehrskonzepts** im Vordergrund steht.⁷⁰ Dabei sollten vor allem die touristischen Entwicklungsvorhaben mit einer Verbesserung der Lebensbedingungen der Einheimischen einhergehen. Auch auf einen Ausgleich zwischen Maßnahmen der Bewahrung traditioneller Strukturen auf der einen und Entwicklung moderner Strukturen auf der anderen Seite muss geachtet werden, um das soziokulturelle Gefüge zu erhalten. So sollte das Ziel eine Angebotsstruktur sein, die die Region selbst in den Mittelpunkt des touristischen Interesses stellt. „Eigenarten und Besonderheiten einer jeweiligen Region wie Landschaft, Geschichte, Brauchtum, Architektur oder Wirtschaftsweise werden somit zu wichtigen und unverwechselbaren Bestandteilen des regionalen touristischen Angebots.“⁷¹ Um die Grundlage eines qualitativen Tourismus und damit die Sicherung des ökonomischen Erfolgs nicht zu gefährden, muss das ökologische Gefüge langfristig erhalten und weiterentwickelt werden. Schlussendlich muss das Tourismuskonzept in eine eigenständige Regionalentwicklung integriert werden, die auf die Verzahnung ökonomischer, ökologischer und soziokultureller Potentiale ausgerichtet ist.⁷² Dazu müssen durch Instrumentarien aus Naturschutz, Landschafts- und Tourismusplanung, Landwirtschaft und Regionalplanung konkrete Leitbilder und Maßnahmen entwickelt werden, die auf die jeweilige Region zugeschnitten sind⁷³.

Zusammenfassend kommt also ein eher sanfter bzw. nachhaltiger Tourismus einer eigenständigen Regionalentwicklung zugute, da eine möglichst dauerhafte

⁶⁸ vgl. MOSE (1998), S. 8 - 10

⁶⁹ vgl. REVERMANN/ PETERMANN (2003), S. 150

⁷⁰ vgl. MOSE (1998), S. 19

⁷¹ MOSE (1998), S. 20

⁷² vgl. MOSE (1998), S. 30

⁷³ vgl. REVERMANN/ PETERMANN (2003), S. 133

fremdenverkehrswirtschaftliche Entwicklung der Bevölkerung eine angemessene wirtschaftliche Existenzgrundlage verschafft⁷⁴. Hier ist auch der naturbezogene Tourismus als geeignete Tourismusform innerhalb einer eigenständigen Regionalentwicklung zu nennen, da im naturbezogenen Tourismus großes Interesse an regionalen Eigenarten, Kultur und Natur besteht und eine Tendenz zu qualitätsorientiertem Urlaub existiert (vgl. Kapitel 3).

Der Rad- und auch der Bauernhofurlaub werden als mögliche Tourismusformen angesehen, die zu einer eigenständigen Regionalentwicklung beitragen können.



Abb. 4: Bauernhofurlaub (LAUBER, 2008)

Der Bauernhofurlaub ist eine Tourismusform, die in das bestehende gesellschaftliche Gefüge integriert werden kann und somit die regionale Identität erhält und fördert. Da für den Bauernhofurlaub keine zusätzliche Bausubstanz notwendig ist, kann die Zersiedelung der Landschaft in Grenzen gehalten werden. Auch insgesamt kann diese Tourismusform ökologisch tragfähig gestaltet werden. Darüber hinaus können regionale Kreisläufe von der Produktion bis zum Verbraucher verwirklicht und für den Urlauber vor Ort veranschaulicht werden. Die hofeigenen Unterkünfte dienen als Nebenerwerb und somit der Diversifizierung in der Landwirtschaft. Auch tragen die Gewinne dadurch zur regionalen Wertschöpfung bei und gehen nicht an externe Investoren. Insgesamt kann also der Bauernhofurlaub regionale Potentiale wie die Kulturlandschaft, die traditionelle Bausubstanz, Arbeitskräfte und regionales Kapital nutzen und ermöglicht so der Bevölkerung einen großen Einfluss auf die touristische Entwicklung. Die Tourismusform „Urlaub auf dem Bauernhof“ kann jedoch nicht alleine sämtliche Entwicklungsprobleme in strukturschwachen ländlichen Räumen lösen. Nur in Verknüpfung mit anderen sanften Urlaubsformen und einem ganzheitlichen Konzept zur regionalen Entwicklung kommt dem Bauernhofurlaub und auch jeder anderen Tourismusform als einzelnen Komponenten eine hohe Bedeutung zu.⁷⁵ Zu bedenken ist auch die Gefahr, dass ein qualitatives Wachstum in der Regel ein quantitatives

⁷⁴ vgl. MOSE (1998), S. 20

⁷⁵ vgl. MOSE (1998), S. 143 - 144

Wachstum nach sich zieht⁷⁶. An dieser Stelle sind die regionalen Akteure und vor allem die ortsansässige Politik gefragt, eindeutige Entwicklungsrichtlinien festzusetzen und dem Reiz des schnellen Kapitals von touristischen Großprojekten nicht zu erliegen.

Insgesamt jedoch ist die Entwicklung eines naturbezogenen Tourismus für strukturschwache ländliche Räume mit gutem Natur- und Kulturpotential sehr attraktiv, da sich hierdurch die Chance für eine bessere wirtschaftliche Entwicklung insgesamt auftut. Neben dem Erhalt der natürlichen und soziokulturellen Vielfalt ergeben sich durch den Tourismus Ausstrahlungseffekte auf Landwirtschaft, Baugewerbe und Dienstleistungsbereich. Somit nimmt die Entwicklung eines nachhaltigen Tourismuskonzeptes einen hohen Stellenwert innerhalb eines ganzheitlichen Konzeptes zur eigenständigen Regionalentwicklung ein.⁷⁷

⁷⁶ vgl. MOSE (1998), S. 29

⁷⁷ vgl. REVERMANN/ PETERMANN (2003), S. 148

6 Strukturentwicklung für einen naturbezogenen Tourismus

Wie bereits erwähnt, sind für die erfolgreiche Entwicklung eines naturbezogenen Tourismus verschiedene Voraussetzungen zu erfüllen (vgl. Kapitel 3). Um im Naturtourismus, im Bauernhof- oder Radurlaub Erfolge zu erzielen, muss ein bestimmtes Natur- und Kulturpotential vorhanden sein und ein touristisches Leitbild entwickelt werden. Auf das Konzept muss eine ausreichende und abwechslungsreiche Angebotsstruktur aufbauen. Die Urlaubsregion muss organisatorisch und für den Gast wahrnehmbar vernetzt sein und letztendlich muss die Region sich nach außen hin vermarkten und sich ein Image zulegen, um Urlauber anzulocken.

6.1 Positivbeispiele im naturbezogenen Tourismus

Im Folgenden werden 5 Positivbeispiele im Hinblick auf die oben genannten Voraussetzungen für einen naturbezogenen Tourismus vorgestellt. Diese Beispiele dienen dazu, sie später mit dem Untersuchungsraum, der Senne in Ostwestfalen, zu vergleichen und so die Bewertung für den Untersuchungsraum argumentativ zu unterstützen. Aus diesem Grund werden Regionen als Beispiele herangezogen, die landschaftlich mit der Senne vergleichbar sind oder eine ähnliche touristische Entwicklungsrichtung aufweisen. Demnach werden Regionen vorgestellt, die idealerweise Heide- und Waldgebiete aufweisen, in jedem Fall aber von der Landwirtschaft geprägt sind und für naturbezogenen Tourismus, wie Radurlaub stehen.

6.1.1 Positivbeispiel für das Natur- und Kulturpotential

Als Beispiel für das Natur- und Kulturpotential wird bewusst der vergleichsweise kleine Nationalpark De Hoge Veluwe in den Niederlanden in der Provinz Gelderland gewählt. Die Gesamtfläche des Parkes ist mit der Größe der Heideflächen auf dem Truppenübungsplatz in der Senne vergleichbar (vgl. Kapitel 7.1). Der Nationalpark De Hoge Veluwe hat es jedoch geschafft, einen naturbezogenen Tourismus erfolgreich zu entwickeln, was Rückschlüsse auf ein in jedem Fall ausreichendes Natur- und Kulturpotential zulässt. Für die Analyse des Natur- und Kulturpotentials werden nicht nur der Nationalpark selbst, sondern auch die angrenzenden Gebiete beschrieben. Denn genauso, wie in der Senne können die eigentlichen Heideflächen nur als Kernfläche und Anziehungspunkt für den Tourismus dienen. Der direkten Umgebung kommt dabei ebenso eine hohe Bedeutung für die touristische Nutzung zu.

Wie im zweiten Kapitel herausgearbeitet, gilt eine harmonische Natur- und Kulturlandschaft mit lockerem Baumbestand und teilweise größerem, naturnahem Waldbestand als sehr geeignet für die touristische Nutzung. Heidelandschaften oder Almen mit schütterem Baumbestand gehören zu den beliebtesten Landschaften der deutschen Urlauber. Land- oder forstwirtschaftliche Aspekte, die auf kulturhistorische Produktionsweisen hinweisen, sind ebenfalls als ideal anzusehen. Eine für die Freizeitnutzung vorgesehene Landschaft sollte Besonderheiten besitzen und dadurch eine hohe Eigenart und einen Wiedererkennungswert aufweisen. Die Landschaft sollte sich durch einen häufigen Wechsel von Wald, Wiesen und anderen Strukturelementen und eine gewisse Naturnähe auszeichnen. Elemente wie Kuppen, Täler, Felsen, Quellen und Wasserflächen steigern die Attraktivität zusätzlich. Die Flora und Fauna sollte Besonderheiten wie geschützte Arten aufweisen. Vor allem frei lebende Tiere sollten gut zu beobachten sein. Hier wirken besonders Schutzgebiete als Anziehungspunkt. Darüber hinaus sollte ein Teil der Natur frei zugänglich sein. Eine Mindestgröße zum Radfahren und Wandern und Ruhe sind ebenfalls sehr wichtig.

Der Nationalpark De Hoge Veluwe und seine Umgebung können viele dieser oben genannten Voraussetzungen bieten. Inmitten des großen Waldgebietes der Veluwe gelegen, ist der Park einer der ältesten und mit 5500 ha größten Nationalparke der Niederlande. Das während der Eiszeit geformte, leicht hügelige Sandgebiet ist mit Wald, Moorland, Heide- und Flugsandgesellschaften bedeckt. Zusammen bilden diese Elemente eine harmonische und abwechslungsreiche Landschaft mit Einzelbäumen auf den weitläufigen Heide- und Flugsandflächen und geschlossenen, naturnahen Wäldern. Die Wälder setzen sich teilweise aus



Abb. 5: Nationalpark De Hoge Veluwe (Virtual Tourist, 2007)

Buchenwald, zu großen Teilen jedoch aus Ende des 19. Jhd. gepflanzten Kiefern und Flugtannen aus der ersten Hälfte des 20. Jhd. zusammen. Somit ist der Nationalpark einschließlich der Heiden eine alte Kulturlandschaft, die an historische Wirtschaftsweisen erinnert. Heute jedoch zeichnet sich der Nationalpark durch eine gewisse Naturnähe aus und ist bekannt für die Möglichkeit zur Beobachtung von

Rothirschen, Rehen, Mufflons, Wildschweinen und Füchsen. Außerdem sind im Park eine Reihe von Pflanzen- und Tierarten der Roten Liste beheimatet, darunter einige Vogel- und Schmetterlingsarten, der Baumratter, die Ringelnatter, der Moorfrosch und der Dachs. Die Landschaft weist zusätzliche attraktive Elemente wie kleine Kuppen und Täler und einige Moorseen auf.

Darüber hinaus kann der Nationalpark mit einigen **Besonderheiten** aufwarten und verschafft sich so einen gewissen Wiedererkennungswert. Zum einen ist die intakte Flugsandlandschaft in Europa einzigartig. Durch ein Projekt im Jahr 2001 konnten zusätzliche 100 ha Flugsandgesellschaft wieder gewonnen werden. Zum anderen wirbt der Park mit seinen „berühmten“ Flugtannen, die aufgrund der starken Winde auf offener Fläche nicht in die Höhe, sondern in die Breite wachsen.⁷⁸ Darüber hinaus ist eine Sand- und Heidelandschaft in dieser Größe in den Niederlanden einzigartig und lockt daher 500.000 Besucher jährlich an⁷⁹. Mit einem 42 km langen Radwegenetz bietet der Park zudem eine ausreichende Größe für Tagesausflüge. Umgeben von einem größeren Waldgebiet bietet er ausreichend Ruhe zum Entspannen. Auch die Umgebung des Nationalparks trägt zum Naturpotential bei. Die waldreiche und für niederländische Verhältnisse recht dünn besiedelte Umgebung wird im Osten durch die IJssel und im Nordwesten vom Veluwemeer, einem Ausläufer des IJsselmeeres begrenzt. Das flache Relief der Landschaft kommt Radfahrern sehr zugute.⁸⁰

Insgesamt kann der Nationalpark De Hoge Veluwe trotz seiner vergleichsweise kleinen Fläche eine Natur und Landschaft bieten, die für ein starkes touristisches Interesse sorgt. Die Umgebung eignet sich darüber hinaus sehr gut als touristische Pufferzone.

6.1.2 Positivbeispiel für ein Tourismusleitbild

Ein Tourismusleitbild „... ist die schriftlich formulierte Zielsetzung einer Tourismusgemeinde/ -region. Es beschreibt den Rahmen, in dem sich das zielorientierte Handeln [...] bewegen soll.“

⁸¹ Es bildet den roten Faden innerhalb der gesamten Tourismusplanung einer Destination und deckt sowohl die Bereiche der Imagebildung und anderer Marketingsegmente, der Angebotsstruktur und der Organisation ab⁸². Ein Leitbild sollte die individuellen Potentiale einer Region nutzen, Probleme beheben und unerwünschte Entwicklungen verhindern. Somit

⁷⁸ vgl. Nationalpark De Hoge Veluwe (2008)

⁷⁹ vgl. TAZ (2008)

⁸⁰ vgl. GOOGLE MAPS (2008)

⁸¹ Kompetenzzentrum Tourismus Weser-Ems (2001), S. 4

⁸² vgl. FREYER (2004), S. 336 - 339

fördert ein Leitbild eine sinnvolle touristische Entwicklung. Dabei fügt das Leitbild im Idealfall viele kleine Ideen und die Meinungen von Bevölkerung, Kommunen, Tourismusunternehmen und örtlichen Tourismusorganisationen zusammen. Um dies zu erreichen, erfordert der Prozess ebenso eine intensive Kommunikation dieser Akteure.

Die **Inhalte eines Leitbildes** bauen stets auf der Analyse des Ist-Zustands und einer Stärken-Schwächen-Analyse einer Region auf. Es enthält als perspektivische Funktion⁸³ mögliche Entwicklungsszenarien und davon abgeleitete Leitsätze, Ziele und Strategien. Die Leitsätze beinhalten die Vision der zukünftigen Entwicklung und Gestaltung des Tourismus. Die Ziele sind bereits konkret ausformulierte Etappen auf dem Weg zu dieser Vision. Sie sollten innerhalb eines Zeitplans von 10 Jahren verankert sein. Die Strategien definieren eher die methodischen Ansätze und beschreiben so die Änderungen im Denken und Handeln der Akteure, um die Leitsätze und Ziele erfolgreich umzusetzen. Letztendlich ist es das Ziel eines Leitbildes in der instrumentellen Funktionsebene⁸⁴ Maßnahmen zu definieren und ihre Umsetzung zu fördern. Dies sollte durch ein Kontrollorgan und regelmäßige Berichte gewährleistet werden.⁸⁵

Als Positivbeispiel zu diesem Thema wird der **Naturpark Pfälzerwald** aufgeführt. Der 1800 km² große Naturpark liegt im Süden von Rheinland-Pfalz und umfasst das größte Waldgebiet Deutschlands. In den Jahren 2003 – 2005 entwickelte der Naturpark im Zuge eines Projektes mit dem Bundesamt für Naturschutz ein Tourismusleitbild, das in einer Vision die wichtigsten Ziele der zukünftigen Tourismusentwicklung beinhaltet. Darauf aufbauend werden 8 Handlungsfelder benannt, die jeweils eigene Ziele und Leitlinien besitzen. Aus den Zielen wurden schließlich konkrete Aufgaben entwickelt, die den Rahmen für die zukünftige touristische Entwicklung abstecken.

Die **Vision** des Naturparks Pfälzerwald lässt sich wie folgt zusammenfassen: Zunächst werden einige Schlagwörter genannt, mit denen die Region zukünftig in Verbindung gebracht werden soll. Dazu gehören an erster Stelle Wald und Wein, aber auch das mediterran geprägte Klima, regionale Köstlichkeiten, eine unzerschnittene Landschaft, geschichtsträchtige Burgen und eine französisch geprägte Lebensart gehören zum Image der Urlaubsregion. Zusammenfassend steht der Naturpark „für aktiven Lebensgenuss in intakter Natur und gewachsener Kultur.“⁸⁶ Die touristischen Angebote orientieren sich am endogenen Potential der Region und bei ihrer

⁸³ ebd.

⁸⁴ ebd.

⁸⁵ vgl. Kompetenzzentrum Tourismus Weser-Ems (2001), S. 4 - 11

⁸⁶ Naturpark Pfälzerwald e.V. (2006), S. 13

Entwicklung sollen wirtschaftlicher Erfolg, ökologische Verträglichkeit und soziale Qualität gleichermaßen berücksichtigt werden. Im Mittelpunkt der Angebotspalette steht die Weinstraße und die Natur und Kultur der Region. Sowohl Tages- als auch Übernachtungstouristen sollen in diesem Segment attraktive Angebote finden. Durch den Tourismus sollen der Naturschutz, regionale Land- und Forstwirtschaft, Handel, Kultur und Gewerbe durch Synergieeffekte gestärkt werden. Letztendlich soll eine einheitliche Vermarktung der Region in Zusammenarbeit mit allen für den Tourismus relevanten Akteuren durchgeführt werden.⁸⁷

Die aus dieser Vision entwickelten **Handlungsfelder** sind „Natur und Landschaft“, „Kultur und Regionales“, „Essen und Trinken“, „Wohnen und Schlafen“, „Aktiv und Vital“, „Naturerlebnis und Information“, „Mobilität und Verkehr“ und „Organisation und Marketing“. Im Folgenden wird für jedes Handlungsfeld beispielhaft ein Ziel und eine Zukunftsaufgabe vorgestellt. Im Handlungsfeld „Natur und Landschaft“ ist ein Ziel die Förderung der Entwicklung abwechslungsreicher, naturnaher und standortgerechter Waldbilder. Eine sich daraus ergebende Zukunftsaufgabe ist der Erhalt und die Förderung des Altbestandes aus Kiefer, Eiche und Buche und die Gestaltung und Pflege artenreicher, gestufter Waldränder. Im Handlungsfeld „Kultur und Regionales“ ist die Betonung der kulturellen Verbindung mit dem französischen Teil der Region ein wichtiges Ziel. Daraus ergibt sich die Aufgabe gemeinsame Projekte in Form von Festen und kulinarischen Angeboten zu realisieren. Im Themenbereich „Essen und Trinken“ wird besonderer Wert auf das Angebot regionaler Gerichte gelegt. Dazu soll die Produktlinie „Pfälzerwald kulinarisch“ die vielfältige heimische Küche nahe bringen. Im Handlungsfeld „Wohnen und Schlafen“ wird besonderer Wert auf den authentischen, regionalen Charakter der Unterkünfte gelegt. Dieses Ziel soll durch die Spezialisierung und Zertifizierung von Beherbergungsbetrieben erreicht werden. Das Handlungsfeld „Aktiv und Vital“ legt unter dem Motto „Klasse statt Masse“ Wert auf ein hochwertiges und gut vermarktbares Angebot. Daraus ergeben sich beispielsweise die Aufgabe der Überprüfung und Ausdünnung des Wanderwegenetzes und die Entwicklung eines regionalen Premium-Wanderweges. Im Bereich „Naturerlebnis und Information“ ist eine wichtige Leitlinie, den Besuchern die Natur mit allen Sinnen begreifbar zu machen. Dazu soll als konkrete Zukunftsaufgabe im inneren Pfälzer Wald ein Naturerfahrungsraum ausgewiesen werden. Im Handlungsfeld „Mobilität und Verkehr“ ist die Erreichbarkeit aller wichtigen Sehenswürdigkeiten und Wanderparkplätze mit öffentlichen Verkehrsmitteln ein übergeordnetes Ziel. Dazu sollen das Angebot der Freizeitlinien ausgeweitet und die Streckenführung angepasst werden. Im letzten Handlungsfeld „Organisation und Marketing“ soll die Destination unter dem Namen „Pfälzerwald – Naturpark

⁸⁷ vgl. Naturpark Pfälzerwald e.V. (2006), S. 12 - 13

und Biosphärenreservat“ als Ganzes entwickelt und vermarktet werden. Dazu sollen für eine verbesserte Kommunikation regelmäßige Tourismusforen mit allen relevanten Akteuren durchgeführt werden. Eine weitere Aufgabe ist die Entwicklung einer modernen Internetplattform für Tourismus und Naturpark. An der Erstellung des Leitbildes waren 66 Personen beteiligt, die die regionalen Akteure im Tourismus vertraten.⁸⁸

6.1.3 Positivbeispiel für den Aspekt Angebotsstruktur

Ein touristisches System setzt sich aus einem Leistungsbündel, der Angebotsstruktur zusammen. Zu den Angebotselementen einer Destination gehören das ursprüngliche Angebot (Natur, Kultur, allgemeine Infrastruktur) und das abgeleitete Angebot (touristische Infrastruktur, Freizeitinfrastruktur, spezielle touristische Angebote).⁸⁹ Das ursprüngliche Angebot bleibt in diesem Kapitel unberücksichtigt, da die Bereiche Natur und Kultur in Kapitel 1.1.1 bereits behandelt wurden und eine allgemeine Infrastruktur hier als selbstverständliche Voraussetzung angesehen wird, um überhaupt ein Tourismuskonzept aufzubauen. Unter der Angebotsstruktur wird hier also das **abgeleitete Angebot** verstanden, dass auf die Entwicklungsziele eines jeden Tourismuskonzeptes abgestimmt sein sollte. Da in dieser Arbeit der naturbezogene Tourismus, im Speziellen der Rad- und Wandertourismus, der Bauernhofurlaub und der reine Naturtourismus, behandelt wird, liegt das Hauptaugenmerk auf einer grundsätzlichen touristischen Infrastruktur wie Touristinformationen, Beherbergung und Gastronomie und auf einer naturbezogenen Angebotsstruktur. Da naturinteressierte Urlauber durchaus qualitätsorientiert sind (vgl. Kapitel 3), sollten die Beherbergungsbetriebe und die Gastronomie auf die Kapazitäten in diesem Segment geprüft werden. Die Verfügbarkeit von Ferienwohnungen, Privatzimmern und Campingplätzen ist in diesem Urlaubssegment jedoch ebenso wichtig. Unter der naturbezogenen Angebotsstruktur sind in erster Linie das Rad- und Wanderwegenetz, die touristisch bedeutsame Verkehrsinfrastruktur, Naturführungen und andere Angebote im Bereich der Umweltbildung, naturbezogene Sportarten, Angebote für Familien, Angebote im kulturellen Bereich und aus dem Bereich der Landwirtschaft zu verstehen (vgl. Kapitel 3).

Als Positivbeispiel wird der **Naturpark Altmühltal** vorgestellt. Ein Naturpark hat zum Ziel den Schutz und die Nutzung von Natur und Landschaft miteinander zu verbinden und die Lebensqualität zu steigern. Eine wichtige Aufgabe ist die Entwicklung eines nachhaltigen,

⁸⁸ vgl. Naturpark Pfälzerwald e.V. (2006), S. 14 - 13

⁸⁹ vgl. FREYER (2004), S. 23



Abb. 6: Altmühltal
(Gegg's Bootsverleih,
2008)

naturbezogenen Tourismus. Sowohl das Naturerlebnis als auch die Eigenarten der jeweiligen Region sollen dem Besucher nahe gebracht werden.⁹⁰ Aus diesen Gründen eignet sich ein Naturpark für den späteren Vergleich mit der Sennereion, da auch hier die Entwicklung eines naturbezogenen Tourismus angestrebt ist. Darüber hinaus sind Wandern und Radfahren Schwerpunkte im Konzept des Naturparks Altmühltal ebenso wie in der Senne.

Der Naturpark Altmühltal wurde 1969 gegründet und ist mit einer Fläche von 3000 km² der zweitgrößte Naturpark in Deutschland. Hier wechseln sich zahlreiche Täler, allen voran das Altmühltal, mit Felsformationen und Trockenrasen, Buchenwäldern und Hochplateaus ab.⁹¹

Zunächst wird für das Altmühltal die oben erwähnte grundsätzliche touristische Infrastruktur wie Beherbergungsbetriebe, Gastronomie und Touristinformationen erfasst. Anschließend werden das Rad- und Wanderwegenetz, sowie Angebote im Bereich der Umweltbildung, des naturbezogenen Sports, der Kultur(historie), der Landwirtschaft und spezielle Angebote für Familien mit Kindern analysiert.

Im Naturpark ist eine große Zahl an **Beherbergungsbetrieben** ansässig. Insgesamt bestehen im Naturpark Altmühltal 1.413 Betriebe mit 17.345 Gästebetten. In der klassischen Hotellerie sind 351 Unterkünfte mit insgesamt 11.919 Betten zu finden. Damit stellt diese Sparte mit 69% den größten Anteil an Gästebetten zur Verfügung. Die Parahotellerie ist mit 866 Ferienwohnungen, Ferienhäusern oder Apartments, 196 Pensionen, 41 Camping-, Wohnmobil- oder Zeltplätzen und 16 Jugendherbergen oder -gästehäusern vertreten. Im Gastgeberverzeichnis des Naturparks sind insgesamt 542 Vermietereinträge zu finden, davon 132 Hotels und Gasthöfe, 65 Pensionen

⁹⁰ vgl. NATKO (2008)

⁹¹ vgl. Tourismusverband Naturpark Altmühltal (2008)

und 345 Ferienwohnungen.⁹² Von den Ferienwohnungen, -häusern oder Pensionen befinden sich 51 auf einem Bauernhof und über 100 Betriebe sind als fahrradfreundlich, erkennbar an einem Piktogramm, ausgezeichnet. Im gehobenen Qualitätssegment sind ebenfalls einige Unterkünfte zu finden. In der klassischen Hotellerie bieten insgesamt 9 Hotels eine 4-Sterne-Unterkunft an. Darüber hinaus existieren ca. 60 Ferienwohnungen oder -häuser im 4- oder 5-Sterne-Bereich. Insgesamt orientieren sich die Unterkünfte in ihrer Lage stark am Verlauf der Altmühl, sind jedoch auch im gesamten Bereich des Naturparks zu finden. Die Gemeinden im Naturpark verzeichneten im Jahr 2006 1.685.219 Übernachtungen, was einer Steigerung im Vergleich zum Vorjahr um 2,3% entspricht⁹³. Die immer noch hohe Bedeutung der Campingplätze im naturbezogenen Tourismus zeigt sich in ihrem Anteil von 16% an den Übernachtungen.

Die **Gastronomie** im Naturpark ist größtenteils gut bürgerlich und typisch für Franken. Es werden zu einem großen Teil Fischgerichte oder andere Spezialitäten aus der Region serviert. So steht das „Altmühltaler Lamm“ mit seinen strengen Qualitäts- und Produktionskriterien für qualitätsorientierte Gastronomie im Naturpark⁹⁴. Es existieren gut 100 Gasthöfe, die gleichzeitig Übernachtungsmöglichkeiten bieten. Die Gasthöfe sind nahezu im gesamten Bereich des Naturparks zu finden, vermehrt jedoch wiederum an der Altmühl und weniger im äußersten Westen des Parks.⁹⁵

Im Naturpark sind insgesamt 15 **Touristinformationen** angesiedelt. In Eichstätt befindet sich die zentrale Touristinformation des Naturparks Altmühltal. Neun Touristinformationen liegen direkt im Altmühltal, hier besitzen auch kleine Gemeinden eine solche Einrichtung.⁹⁶

⁹² vgl. Informationszentrum Naturpark Altmühltal, a (2006), S. 10

⁹³ vgl. Informationszentrum Naturpark Altmühltal, a (2006), S. 4

⁹⁴ vgl. Informationszentrum Naturpark Altmühltal, b (2008), S. 105

⁹⁵ vgl. Tourismusverband Naturpark Altmühltal (2008)

⁹⁶ ebd.

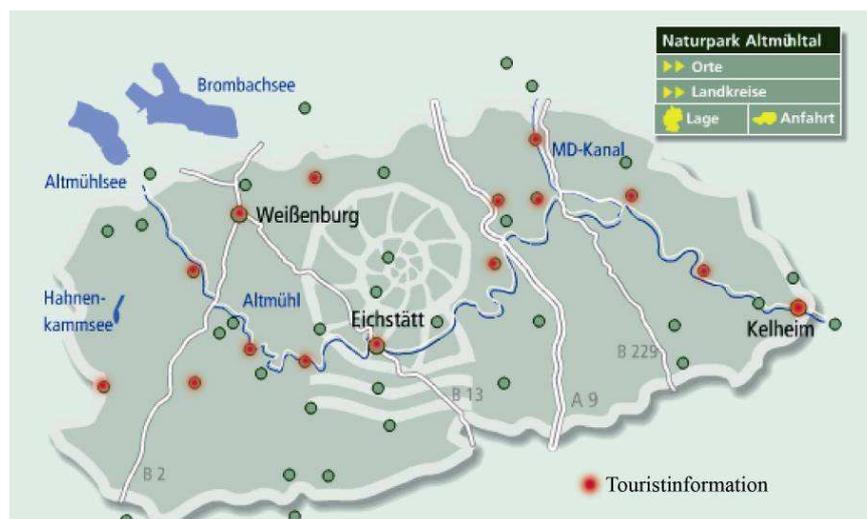


Abb. 7:
Touristinformationen im Altmühltal
(Tourismusverband
Landkreis Kehlheim,
2008)

Das Zugpferd des **Radwegenetzes** ist sicherlich der Altmühlradweg, der zu den beliebtesten Radfernwegen Deutschlands gehört. Von Gunzenhausen bis Kehlheim führt er über 166 km größtenteils direkt an der Altmühl entlang. Aufgrund des ebenen Reliefs ist der Radweg für Familien und gemächliche Fahrer geeignet. Weiterhin bietet der Tourismusverband auf seiner Homepage den Drei-Täler-Weg, die Route Eichstätt-Ingolstadt und den Anlautertal-Weg an. Die 95, 31 und 40 km langen Routen bieten ebene Strecken für gemütliche Touren sowie lange Anstiege und waghalsige Abfahrten für sportliche Fahrer. Es können sowohl Täler als auch die Hochebene der Juraalb befahren werden.⁹⁷ Im Informationsmaterial der zentralen Touristinformation sind weitere 4 Radrouten von 55 bis 170 km dargestellt, darunter auch ein Rundweg. Alle oben genannten Radwege sind mit eigenen Piktogrammen ausgeschildert. Insgesamt bietet der Naturpark ein 800 km langes, vorbildlich ausgeschildertes Radwegenetz. Auf Richtungsweisern sind jeweils die nächsten und auch weiter entfernte, größere Ortschaften mit Kilometerangabe aufgeführt. Die Strecken führen zumeist über geteerte oder fein geschotterte Wege sowie über wenig befahrene Straßen. In den Tälern verlaufen die familienfreundlichen, höhengleichen Wege, hinauf zu den Hochplateaus kommen die sportlichen Fahrer und Mountainbiker auf ihre Kosten.⁹⁸ Somit ist das Radwegenetz als sehr abwechslungsreich zu bezeichnen und eignet sich für eine breite Zielgruppe.

Das 3000 km lange, vorbildliche **Wanderwegenetz** im Naturpark wurde seit den 80er Jahren erschlossen⁹⁹. Auf der Homepage des Tourismusverbandes werden einige Wanderwege vorgestellt. Der bekannteste ist wie bei den Radwegen der Altmühltal- Panoramaweg, der über

⁹⁷ ebd.

⁹⁸ vgl. STEIBL (2006)

⁹⁹ vgl. Apel-Reisen (2008)

200 km von Gunzenhausen bis Kehlheim führt. Die 2008 zum beliebtesten Wanderweg gewählte Route verläuft zumeist auf naturbelassenen, schmalen Pfaden mit Ausblick auf die Altmühl. Die Schlaufenwege befinden sich am Rande des Panoramaweges und sind als Tagesrundtouren angelegt. Insgesamt 27 solcher Schlaufenwege führen bei Streckenlängen zwischen 6 und 25 km in die Seitentäler der Altmühl und erschließen dort weitere Naturattraktionen oder Kulturstätten. Darüber hinaus durchlaufen über 10 Fernwanderwege den Naturpark. So laden der Limeswanderweg, der im Naturpark auf 120 km dem Weltkulturerbe folgt, der 130 km lange Wallfahrerweg, der Jakobsweg, der Main-Donau-Weg oder der europäische Fernwanderweg E8 zu mehrtägigen Wandertouren ein. Jeder der oben genannten Fern- oder Rundwanderwege ist mit einem eigenen Piktogramm oder einer Nummerierung beschildert. Das beschriebene Angebot wird von zahlreichen örtlichen Wanderwegen ergänzt, die wie die Radwege mit Richtungsweisern ausgestattet sind.

Über die allgemeine **Verkehrsinfrastruktur** hinaus bietet der Naturpark Altmühltal einige für den Touristen interessante Angebote für eine bessere und erlebnisreichere Mobilität im Urlaub. So verkehren in der Urlaubssaison entlang der Altmühl und des Main-Donau-Kanals Freizeitbusse, die auch Fahrräder transportieren können. Darüber hinaus ist das Altmühltal von Gunzenhausen bis Eichstätt durch eine Regionalbahn mit 8 Haltepunkten erschlossen. Auch hier ist die Fahrradmitnahme möglich. Des Weiteren bieten einige Unternehmen im Naturpark einen Gepäck- und Rückholtransfer für Radfahrer und Wanderer an, was ein entspanntes und unkompliziertes Fahren und Wandern ermöglicht. Für das gemächliche Vorwärtskommen auf dem Wasser sorgen von Berching bis Kehlheim Linienschiffe, auch Rundfahrten werden angeboten.¹⁰⁰

Der Naturpark Altmühltal bietet zahlreiche Angebote im Bereich der **Umweltbildung und -information**. Die Schwerpunkte der Umweltbildung befinden sich in den beiden Naturpark-Infozentren in Eichstätt und Treuchtlingen. Sie bieten Dauerausstellungen zu den Lebensräumen sowie Flora und Fauna des Naturparks, einen Biotopgarten und einen Naturerlebnis-Raum. Seit 1995 sind diese Informationszentren durch das Bayrische Staatsministerium für Landesentwicklung und Umweltfragen offiziell zu Umweltzentren erklärt worden. Die Umweltbildung und -erziehung ist die Schwerpunktaufgabe solcher Umweltzentren und so setzt sich das vielseitige Programm aus der Veranstaltungsreihe „Natur erleben für jung und alt“, einem Exkursionsprogramm, sowie Fortbildungen, Seminaren und Projekten zusammen. Insgesamt werden 410 Führungs- oder Erlebnisangebote im Jahr 2008 durchgeführt. Die

¹⁰⁰ vgl. Informationszentrum Naturpark Altmühltal, b (2008), S. 156 - 157

Führungen thematisieren beispielsweise die Landschaft des Naturparks, bestimmte Tier- oder Pflanzenarten, Tierbeobachtung, Wildkräuter oder auch geschichtliche Aspekte. Besucher, die sich ohne Führung durch den Naturpark bewegen, können sich ebenfalls auf zahlreichen Schautafeln über Biotope oder Tier- und Pflanzenarten informieren oder einen der insgesamt 48 Lehrpfade nutzen. Des Weiteren befinden sich im Naturpark einige Einrichtungen, die in den Bereich der Umweltbildung eingeordnet werden können, so zum Beispiel das Wildgehege bei Eichstätt mit einem Lehrpfad und Informationen über die Tiere und ihre Lebensräume oder die Greifvogelwarte auf Schloss Rosenberg bei Riedenburg mit verschiedenen heimischen Greifvogelarten. Darüber hinaus kann der Besucher sich in Museen über Archäologie, Fossilien und die Naturgeschichte des Altmühltals informieren.¹⁰¹

Im Naturpark können eine Reihe **naturbezogener Sportarten** ausgeübt werden. Neben dem Radfahren und Wandern sind Bootwandern, Nordic Walking, Klettern, Drachenfliegen und Reiten im Naturpark möglich. Auf der 150 km langen Flussstrecke im Naturpark bieten zahlreiche Bootsvermieter Kajaks und Kanus für eine Tour auf der langsam fließenden Altmühl an. Der Rücktransfer für Boote und Fahrer ist im Service enthalten und unterwegs warten ausgeschilderte Bootsrastplätze mit großzügigen Ein- und Ausstiegsstellen. In 7 Nordic Walking Parks mit insgesamt 38 Rundkursen können sowohl Anfänger als auch Fortgeschrittene diesen Sport ausüben. Die Routen sind sehr gut ausgeschildert, es können aber auch geführte Touren und Kurse belegt werden. Durch die Felsformationen des Jura ist der Naturpark Altmühltal seit Jahrzehnten eines der bedeutendsten Klettergebiete Deutschlands. Leichtere Kletterfelsen stehen Kindern und Anfängern zur Verfügung, ebenso finden fortgeschrittene Kletterer Routen mit unterschiedlichen Schwierigkeitsgraden. Im Naturpark sind 3 Klettergebiete mit über 100 verschiedenen Touren ausgewiesen. Drachenfliegen ist für Nichtgeübte auch als Mitflug von 4 verschiedenen Abflugrampen aus möglich und wer den Reitsport ausüben möchte, kann sich zwischen Anfängerstunden, geführten Ausritten und mehrtägigen Wanderritten, die auch mit eigenem Pferd möglich sind, entscheiden. Insgesamt bietet der Naturpark ein breites Kontingent an sportlichen Aktivitäten an. Sowohl die Zielgruppe der Genuss- und Freizeitsportler als auch die der professioneller versierten Sportler wird angesprochen.¹⁰²

¹⁰¹ vgl. Tourismusverband Naturpark Altmühltal (2008)

¹⁰² ebd.



Abb. 8: Kletterfelsen im Altmühltal (GRIMM, 2008)

Die zentrale Touristinformation des Naturparks hat eine gesonderte Broschüre mit **Angeboten für Familien** herausgegeben und bietet Urlaubspauschalen für Familien an, die sich an den Bedürfnissen dieser Zielgruppe orientieren. Eine bunt gestaltete Kinderkarte und das Naturpark-Maskottchen Fossi bewegen Kinder dazu, den Naturpark zu entdecken. Viele der bereits oben genannten Aktivitäten wie Reiten, Radfahren oder Paddeln eignen sich bestens für Familien mit Kindern. Gerade die gemächlich fließende Altmühl und der steigungsarme Altmühlradweg gelten als sehr familienfreundlich. Hinzu kommen Kletterfelsen für Kinder mit speziellen Kinderkletterkursen, Kinderstadtführungen und Hochseilgärten als Herausforderung für die ganze Familie. Viele Führungen der beiden Naturparkinformationszentren sind speziell auf Kinder zugeschnitten. So kann die ganze Familie unter fachkundiger Anleitung in Steinbrüchen auf Fossiliensuche gehen oder eine Tropfsteinhöhle erkunden. Durch die Burg Pappenheim, das Schloss Hexenagger und mehrere historische Feste kann die Vergangenheit hautnah erlebt werden. An alten Spuren des Limes, einer römischen Grenzmauer, können Kinder erfahren, wie der römische Nachwuchs vor 2000 Jahren im Altmühltal gelebt hat. Minigolfplätze, Erlebnis- und Freibäder runden das Angebot ab. Darüber hinaus machen viele Kleinigkeiten den Familienurlaub im Altmühltal angenehm. So geben einige Museen spezielle Kinderbroschüren heraus und für die auf der Homepage angezeigten Veranstaltungen ist eine Altersangabe für Kinder vermerkt. Für die Beherbergung von Familien mit Kindern stehen viele Ferienwohnungen auf Bauernhöfen zur Verfügung und eine Liste von familienfreundlichen Gastgebern enthält Unterkünfte, die einen kostenlosen Aufenthalt für Kinder unter 14 Jahren in Begleitung ihrer Eltern anbieten.¹⁰³

¹⁰³ ebd.

Natururlauber interessieren sich überdurchschnittlich stark für **kulturelle und kulturhistorische Aspekte** einer Region. Der Naturpark Altmühltal kann in diesem Bereich einiges bieten und präsentiert sich als wahres Kulturland. Die Altmühlregion wurde bereits von eiszeitlichen Jägern und Neandertalern genutzt und schon aus dem 6. Jt. vor Chr. ist eine bäuerliche Landwirtschaft nachgewiesen. Die Kelten waren hier sesshaft und später weiteten die Römer bis hierhin ihr Reich aus. Der Limes, ein römischer Grenzwall und seit 2005 Weltkulturerbe der UNESCO, ist ein Zeugnis dafür. Im Naturpark können 3 Orte mit urzeitlichen Funden besucht werden. Gefunden wurden Höhlen von beachtlicher Größe, die Spuren altsteinzeitlichen Lebens enthielten. Ein wichtiger Fund ist auch ein Exemplar des Urvogels Archaeopteryx, der im Juramuseum in Eichstätt ausgestellt ist. 6 Stätten, darunter eine Burgruine, zeugen von keltischer Besiedelung. Insgesamt 16 Denkmäler erinnern an die Römerzeit und die Überreste des Limes können an verschiedenen Stellen begutachtet werden. Der Limes ist darüber hinaus durch Rad- und Wanderwege erschlossen. Über diese wechselvolle Besiedelungsgeschichte der Altmühlregion informieren insgesamt 16 Museen und 8 Lehrpfade. Eine Besonderheit sind ein Geschichtsdorf und der Gutshof Möckenlohe, wo Geschichte lebendig dargestellt wird. Auch auf den zahlreichen Mittelaltermärkten und -festen oder einem Ritterturnier kann der Besucher sich in vergangene Zeiten zurückversetzen. Aber auch in der heutigen Zeit kann die Altmühlregion Kultur bieten. Im Naturpark verstreut liegen zahlreiche Burgen und Schlösser und auch die Gemeinden verfügen über barocke oder mittelalterliche Stadtbilder. Auf den Märkten und Kirchweihen werden in Trachten Bräuche und Traditionen präsentiert. Abgerundet wird das Kulturangebot von interessanten Museen wie dem Mühlen-, Brauerei- oder Eisenbahnmuseum. Zu guter Letzt finden in der Region viele Konzerte und Aufführungen statt. Eine Besonderheit ist das Bergwaldtheater, wo unter freiem Himmel Musicals, Opern und Theaterstücke aufgeführt werden.¹⁰⁴

Auch die **Landwirtschaft** wird in das touristische Konzept mit einbezogen. Neben einigen Museen, die sich mit Themen wie bäuerliches Leben oder Hopfenanbau beschäftigen, wurde in der Region eine Direktvermarktung von landwirtschaftlichen Produkten aufgebaut. Die Produkte stehen für hohe Qualität und natürlichen, gesunden Genuss. Etwa 30 Landwirte beteiligen sich an der Initiative des Naturparkvereins und dem Amt für Landwirtschaft und Forsten. Unter den Produkten befinden sich Teigwaren, Eier, Honig, Obst, Säfte, Liköre, Tees, Kräuter, Bauernschinken, Rindfleisch und das Altmühltaler Lamm. Vor allem das Altmühltaler Lamm wird in der regionalen Gastronomie angeboten.¹⁰⁵ Diese Initiative verstärkt beim

¹⁰⁴ ebd.

¹⁰⁵ ebd.

Besucher den Eindruck einer in sich gewachsenen, unverwechselbaren Region mit einer starken regionalen Identität.

Die Angebotsstruktur des Naturparks Altmühltal ist ideal für die erfolgreiche Etablierung eines naturbezogenen Tourismus. Für die in diesem Segment breit gefächerte Zielgruppe mit den unterschiedlichsten Interessen ist ein großes Kontingent an Angeboten vorhanden, das sowohl reinen Natururlaub, als auch andere naturbezogene Urlaubsformen, wie Rad-, Wander-, Familien- oder Bauernhofurlaub möglich macht.

6.1.4 Organisation und Vernetzung

Die Organisation und Vernetzung der touristischen Angebote in einer Region zu einer übersichtlichen Angebotspalette ist ein wichtiger Schritt, um dem Touristen die Nutzung der Angebote zu vereinfachen und ihm somit einen zufrieden stellenden Urlaub zu ermöglichen. Durch eine sinnvolle Organisation werden sowohl die Angebote innerhalb eines Themenbereiches vernetzt, als auch alle unterschiedlichen Angebotsstränge übersichtlich dargestellt.

Ein Beispiel für die **Vernetzung** innerhalb eines Themenbereiches ist das **Radwegenetz**. Wie bereits erwähnt (vgl. Kapitel 3) sollte ein Radwegenetz gut und einheitlich beschildert sein und örtliche sowie regionale und überregionale Radwege miteinander verknüpfen. Darüber hinaus sollte das Radwegenetz mit der Beherbergung, Gastronomie und verschiedenen Sehenswürdigkeiten verbunden sein, um die Ansprüche der Radtouristen zu befriedigen. Wichtig ist auch eine übergeordnete einheitliche Organisation und Vernetzung einer Urlaubsregion, um hier übersichtlich und als zusammengehörige Ferienregion aufzutreten. Der Besucher sollte sich die touristischen Angebote nicht mühsam zusammensuchen müssen, sondern überschaubar präsentiert bekommen. Eine zentrale Anlaufstelle der Destination muss den Bedarf an Grundinformationen decken und einen zentralen Buchungsservice bieten. Die örtlichen Tourismusstellen für detaillierte Informationen darf sie jedoch nicht ersetzen, sondern bei Bedarf auf sie verweisen. Insgesamt sollte eine Umgestaltung der Organisationseinheit von der örtlichen auf die überörtliche Destinationsebene stattfinden. Dieser Vorgang erleichtert ebenso die interne Kommunikation. Da die öffentliche Hand weitgehend die für den Tourismus notwendige Infrastruktur zur Verfügung stellt, ist die Einbindung der betreffenden Gebietskörperschaften in den Trägerschaftsverbund einer Tourismusorganisation von Vorteil.¹⁰⁶ Befindet sich eine Destination noch in einem sehr uneinheitlichen Organisationszustand, sollte

¹⁰⁶ vgl. LUFT (2004), S. 68, 69, 71

als Zwischenschritt ein Träger aus Vertretern der Teilgebiete gegründet werden, welcher den Gesamttraum zu einer Angebots- und Wettbewerbseinheit führt. Erst wenn eine gesamtträumliche Angebotskoordination und Vernetzung erfolgt ist, kann ein zentraler Träger erfolgreich seine Arbeit aufnehmen.¹⁰⁷

Die **Organisation des Naturparks Altmühltal** als Ferienregion ist als vorbildlich anzusehen. Die Region nutzt die Kulisse des Naturparks als Ferienkulisse und legt die Organisationsstrukturen von Naturpark und Tourismus zusammen. Das Informationszentrum des Naturparks in Eichstätt, zentral im Naturpark gelegen, ist gleichzeitig der Verwaltungssitz des Naturparks, zentrale Touristinformatio n und Anlaufpunkt für Umweltbildung. Träger des Naturparks, ebenso des touristischen Konzepts ist der Landkreis, sodass eine optimale Kommunikation und Zusammenarbeit möglich ist. Für die touristische Entwicklung wurde ein Gebietsausschuss gegründet, der sich aus den Gemeinden im Naturpark und den 10 Fremdenverkehrsvereinen zusammensetzt.¹⁰⁸ Darüber hinaus hat sich der Gebietsausschuss Naturpark Altmühltal dem Tourismusverband Franken angeschlossen und fungiert somit als Bindeglied zwischen regionalem und überregionalem Tourismus¹⁰⁹. Diese Organisation sorgt sowohl für eine Optimierung interner Vorgänge, als auch der Informationsmöglichkeiten des Urlaubers. Ein sehr vorbildliches Beispiel für die Vernetzung der Angebotstruktur ist die Homepage des Naturparks. Hier kann sich der Gast sowohl über den Naturpark informieren, als auch über alle oben genannten (vgl. Kapitel 5.1.2) Angebotsthemen wie naturbezogene Sportarten, Kultur, Geschichte, Veranstaltungen, Unterkünfte, Familienferien und regionale Erzeugnisse.¹¹⁰

6.1.5 Tourismusmarketing

Das Marketing einer Region beinhaltet die unterschiedlichsten Bereiche, wie eine angemessene Produktpolitik, eine Preispolitik, eine Distributions- (Vertriebs-) und Kommunikationspolitik. Eine sinnvolle Kombination aller Bereiche wird auch als Marketing-Mix bezeichnet.

Für eine Region wie die Senne, die vor allem vor einem Bekanntheitsproblem steht und sich am Anfang der Entwicklung zu einer Region für Naturbezogenen Tourismus befindet (vgl. Kapitel 8), ist eine sinnvolle **Kommunikationspolitik** wichtig. Die Kommunikationspolitik gilt als Basis für den touristischen Erfolg einer Region. Ihr wird häufig die größte Bedeutung im

¹⁰⁷ vgl. LUFT (2004), S. 74

¹⁰⁸ vgl. Tourismusverband Naturpark Altmühltal (2008)

¹⁰⁹ vgl. PLAPPERER (2008)

Marketing-Mix zugeschrieben, da sie sich nach außen richtet und so als „Sprachrohr des Marketing“¹¹¹ fungiert. Zu ihr gehören eine Image- und Markenbildung, Öffentlichkeitsarbeit, Werbung und Verkaufsförderung.¹¹²

Bevor eine Reiseentscheidung getroffen wird, steht die Information über verschiedene Reiseregionen im Vordergrund. Eine gute Kommunikationspolitik in Form einer Präsenz im Internet, in Tourismuskatalogen und anderen Medien ist dafür von hoher Bedeutung. Dabei sind sowohl quantitative als auch qualitative Aspekte von Bedeutung. Oft führen indirekte Wahrnehmungen und Beurteilungen beispielsweise von Fotos zu Entscheidungen. Für eine Etablierung auf lange Sicht müssen die beim Besucher durch das Marketing entstandenen Vorstellungen erfüllt werden. So sollte sich die Imagebildung und Werbung stets an den Stärken und Schwächen der jeweiligen Region orientieren. Die Wirkung des Marketings hängt aber auch von der Dauer, Häufigkeit und dem Aufwand der Werbemaßnahmen ab. Das Marketing sollte der Destination ein Gesamtprofil verleihen und die Marketing-Instrumente gezielt einsetzen. So dürfen einzelne Instrumente nicht isoliert zum Einsatz kommen, sondern müssen sich als Wirkungskette ergänzen und unterstützen.¹¹³ Dabei ist ein zentraler, gesamträumlicher Vermarktungsträger als optimal anzusehen. Sind die Strukturen dafür noch nicht vorhanden, müssen sich die einzelnen Tourismusorte zumindest an einem destinationsbezogenen Gesamtmarketing orientieren.

Teile des Marketings, insbesondere der Kommunikationspolitik, sind die Einführung einer **Dachmarkenstrategie**, die Koordination von PR-Maßnahmen, Werbung und ein gesamtraumbezogener Internetauftritt.¹¹⁴ Die Dachmarkenstrategie verschafft einer Urlaubsregion ein einheitliches Auftreten und eine Identität. Eine Destination sollte einen einheitlichen Namen für das Gebiet bzw. die Landschaftsform besitzen, um beim Gast Assoziationseffekte hervorzurufen und so seine Urlaubsentscheidung positiv zu beeinflussen. Zur Vermittlung dieses räumlichen Gesamterscheinungsbildes gehört ein Logo samt kurzem Slogan, das eine Wiedererkennung und eine destinationsgebundene Vorstellung bewirkt. Ein

¹¹⁰ vgl. Tourismusverband Naturpark Altmühltal (2008)

¹¹¹ FREYER (2004), S. 528

¹¹² vgl. FREYER (2004), S. 536

¹¹³ vgl. LUFT (2004), S. 67

¹¹⁴ vgl. LUFT (2004), S. 71 - 75

gutes Beispiel hierfür ist das Logo des Emslandes mit dem Slogan „Emsland – ein Stück näher zur Natur“.¹¹⁵



Abb. 9: Logo Emsland
(Tourismusverband
Niedersachsen, 2008)

Wenn hinter einer solchen Dachmarke entsprechende Markenbilder aufgebaut werden, verschafft das dem Urlauber eine gewisse Transparenz in der Angebotsvielfalt¹¹⁶.

PR, auch **Öffentlichkeitsarbeit**, will die allgemeine Öffentlichkeit über Aktivitäten der Tourismusregion informieren. Das geschieht durch den unbezahlten Medienraum in Zeitungen, Zeitschriften, Radio oder Fernsehen.¹¹⁷ **Werbung** dagegen ist gezielter und zielgruppenorientiert. Sie eignet sich für den langfristigen Aufbau eines Images, als auch für kurzfristige Bekanntmachungen. Als Medien werden Prospekte, Kataloge, Plakate und Anzeigen in Zeitung, Hörfunk oder Fernsehen verwendet. Dabei wird zwischen 3 Arten von Werbung unterschieden. Zum einen gibt es die Imagewerbung, die zur Vermittlung einer Vorstellung von der Tourismusregion dient. Eine Angebotswerbung beinhaltet Angebote und Vorschläge, um Urlaubswünsche zu wecken. Eine Verkaufswerbung enthält zusätzlich buchbare Leistungen.¹¹⁸ Sehr wichtig in der heutigen Zeit ist eine Plattform im Internet mit Informationen rund um die Ferienregion. Auch hier sollte die Destination als Ganzes dargestellt werden. Für einen Internetauftritt sind die optische Ansprache und eine leicht verständliche und übersichtliche Navigation Grundvoraussetzungen. Es sollten stets aktuelle und allgemeine Informationen zur Verfügung gestellt werden. Standart ist auch ein E-Mail-Formular für Rückfragen und die Möglichkeit für Direktbuchungen von Unterkünften oder Pauschalangeboten.¹¹⁹

Sehr aktiv im Bereich des Tourismusmarketings ist wiederum der **Naturpark Altmühltal**. Für das Außenmarketing des Naturparks wurden im Jahr 2006 insgesamt 99.500 € ausgegeben, davon ein Großteil für aktuelles Prospektmaterial, Werbeaktionen und die Weitergestaltung des

¹¹⁵ vgl. LUFT (2004), S. 65 - 66

¹¹⁶ vgl. LUFT (2004), S. 220

¹¹⁷ vgl. LUFT (2004), S. 84

¹¹⁸ vgl. LUFT (2004), S. 249 - 252

Internetauftritts. Ein Marketingschwerpunkt liegt im Bereich Radfahren und Wandern. Der Naturpark sieht sich selbst als Wanderdestination und der Altmühl-Panoramaweg gilt als wichtiger Imageträger. Das Thema Kultur wird ebenfalls als wichtiger Schwerpunkt erachtet. Nach einer Neukoordination der Marketingmaßnahmen in diesem Bereich gibt der Naturpark die Broschüre „Kulturgut! Kultur erleben und genießen“ heraus, die Informationen zu Veranstaltungen, Bauwerken, Künstlern und kulinarischen Besonderheiten gibt. Die Basis der Werbung bildet die „gelbe Reihe“, insgesamt 15 jährlich aktualisierte Prospekte in einheitlichem Design. Darunter befinden sich das Gastgeberverzeichnis und Broschüren zu den Themen Camping, Wandern, Radwandern, Klettern, Geschichtsland, Erlebnisland, Pauschalangebote und viele mehr. Der Internetauftritt kann als vorbildlich angesehen werden. Die Homepage ist nicht nur optisch ansprechend und leicht zu navigieren, sie bietet auch ein hohes Maß an Aktualität. Durch ein dezentrales Redaktionssystem können Veranstalter und Gastgeber ihre Daten selbständig und weniger zeitaufwändig aktualisieren. Im Bereich der Anzeigenwerbung nutzte das Informationszentrum vielfältige Möglichkeiten, um den Bekanntheitsgrad der Region zu vergrößern. Es wurden insgesamt 41 Anzeigen in der Tagespresse, zielgruppengerechten Zeitschriften und im Internet geschaltet. Ein Großteil davon hatte einen deutschlandweiten Aktionsradius. Durch eine Anzeige auf „www.Urlaub.com“ können potentielle Gäste sogar international angesprochen werden. Um die Bekanntheit des Naturparks zu steigern und das Image als vielfältige Natururlaubsregion zu verfestigen, nahm der Naturpark 2006 an 14 Messen mit einem eigenen Stand teil. Davon waren einige überregional wie die Reisemesse Köln International. Sogar die Teilnahme an der BIT in Mailand wurde ermöglicht. Darüber hinaus wurde bei 25 weiteren Messen oder Veranstaltungen Prospektmaterial ausgelegt.¹²⁰ Durch die Marketingmaßnahmen erhielt der Naturpark über Jahre hinweg einen hohen Bekanntheitsgrad und ein Image als beliebte Wander- und Radwander-Region mit hohem Kulturpotential. Dadurch erfreut sich der Naturpark einer guten PR durch Zeitungen, Magazine, Internet, Radio und Fernsehen. Im Jahr 2006 konnten 186 Presseartikel, die den Naturpark betreffen, registriert werden, davon 4 im Fernsehen und 11 Veröffentlichungen im Ausland.¹²¹

¹¹⁹ vgl. LUFT (2004), S. 260

¹²⁰ vgl. Informationszentrum Naturpark Altmühltal, a (2006), S. 14 - 32

¹²¹ vgl. Informationszentrum Naturpark Altmühltal, a (2006), S. 40 - 43

7 Der Untersuchungsraum Senne

Die folgenden Kapitel beschäftigen sich mit dem Untersuchungsraum, der Senne. Dazu wird der Raum zunächst in seiner allgemeinen Struktur und Lage beschrieben, um dann die Potentiale und Strukturen im Hinblick auf einen naturbezogenen Tourismus zu untersuchen. Dazu werden wie bereits in Kapitel 5 die Aspekte Naturpotential, Tourismusleitbild, Angebotsspektrum, Organisation/ Vernetzung und Vermarktung herangezogen.

7.1 Lage und Struktur des Raumes

Die Senne ist Teil der Westfälischen Tieflandsbucht und liegt in NRW zwischen Paderborn im Süden und Bielefeld im Norden. Die eigentliche Senne hat eine Größe von 250 km² und reicht im Westen bis Hövelhof¹²². Aus Gründen der Homogenität in Landschaftsbild und Nutzungsstruktur wird für diese Arbeit am westlichen Rand der Senne ein Teil der Ostmünsterländer Sande bis nach Rietberg zum **Untersuchungsgebiet** Senne hinzugefügt. Der hier behandelte Raum weist nun eine Größe von ungefähr 400 km² auf. Wenn im Folgenden von der „Senne“ gesprochen wird, so ist stets dieser eben beschriebene Raum gemeint. Am östlichen Rand der Senne liegen Oerlinghausen, Augustdorf, Schlangen und Bad Lippspringe im Westen wird die Region wie erwähnt von Verl, Rietberg und Delbrück begrenzt. Im Süden bilden die Lippe und Paderborn die Grenze der Region, im Norden der Teutoburger Wald und die südlichen Ausläufer Bielefelds. Die Kreise Bielefeld, Gütersloh, Paderborn und Lippe haben Anteil an der Senne. Die Verkehrsanbindung der Region erfolgt durch die Autobahn 33 und eine Regionalbahn der Nord-West-Bahn, beide durchqueren von Paderborn in Richtung Bielefeld die Senne.

Der Teutoburger Wald im Nordosten ist ein schmaler Mittelgebirgszug von etwa 120 km Länge. Die höchste Erhebung ist mit 468 m der Velmerstot bei Schlangen. Im Westen und Südwesten schließen die Ostmünsterländer Sande und die Hellwegbörde an, die ebenfalls der Westfälischen Tieflandsbucht zuzuordnen sind. Südlich der Senne erhebt sich die Paderborner Hochfläche.¹²³ Die Senne ist kein einheitlicher Naturraum, sondern ein Name für einen

¹²² vgl. SPITTLER (2008), S. 19

¹²³ vgl. HUTTER/ SCHROEDER/ RÜTHER (2000), S. 10

Landschaftsraum, der sich aus drei Teilräumen mit unterschiedlichen geologischen Voraussetzungen zusammensetzt.

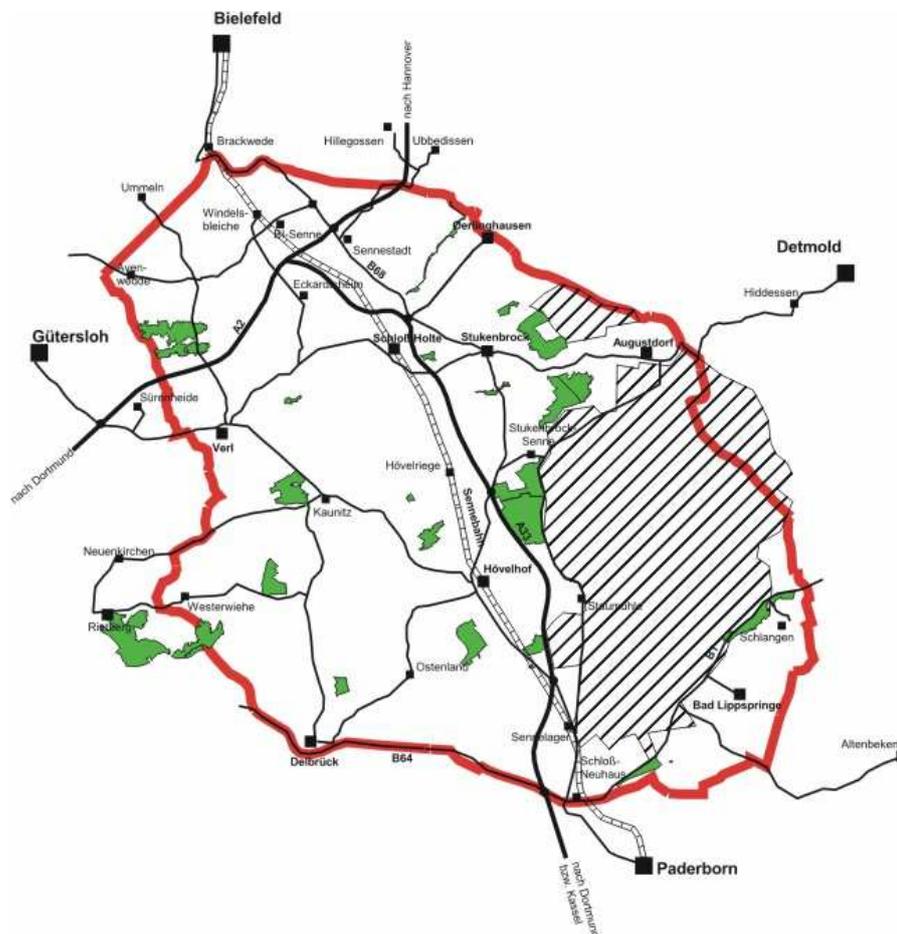


Abb. 10: Der Untersuchungsraum Senne (Senne-Original, 2008)

Allen Teilräumen gemeinsam ist jedoch der zumindest in der Vergangenheit große Anteil an Heideflächen. Die Heide prägte lange Zeit den Charakter der Sennelandschaft und erreichte ihre größte Ausdehnung im 18. Jhd. Heute nehmen die Heideflächen noch mehrere Tausend Hektar ein.¹²⁴ Der Bereich am Fuße des Teutoburger Waldes ist die Obere Senne. Sie ist gekennzeichnet durch einen trockenen, sandigen Boden mit Dünenbildung, Trocken- und Kastentälern. Die Trockentäler ziehen sich teilweise bis weit in den Teutoburger Wald hinauf. In diesem noch heute sehr sandig-trockenen ersten Teilraum liegt der ca. 11.600 ha große **Truppenübungsplatz** und mit ihm in Großteil der Heideflächen und Trockenrasen. Auf annähernd 2000 ha des Truppenübungsplatzes ist die komplette Arten- und Biotopausstattung

¹²⁴ vgl. WULF (1993), S. 29

der Heide erhalten geblieben. Zusätzlich befinden sich auf etwa 400 ha sehr nährstoffarme Standorte mit Sandmagerrasengesellschaften und auf 1250 ha mageres Grünland.¹²⁵



Abb. 11: Heidefläche und Kiefernbestand in der Moosheide (eigene Quelle)

Der Truppenübungsplatz darf nur außerhalb der Sperrzeiten befahren und betreten werden. Für Autofahrer gilt dabei ein Halteverbot. Radfahrer und Wanderer dürfen ebenfalls nicht rasten. Die Hauptverbindungsstraßen dürfen wegen der Gefahr durch Blindgänger in keinem Fall verlassen werden. Die Drumlin- Senne schließt sich südwestlich, parallel zum Teutoburger Wald an und bildet ein Band von Bielefeld- Brackwede über Stukenbrock bis in die westlichen Ausläufer des Truppenübungsplatzes hinein. Hier bestimmen die eiszeitlichen, leicht gewellten Moränenrücken, die Drumlins, das Landschaftsbild. Im Südwesten im Bereich von Hövelhof schließt sich letztendlich die Untere Senne an, eine feucht-moorige, ebene Landschaft mit hoch anstehendem Grundwasser und ebenfalls sandigem Boden.¹²⁶

Die Region zeichnet sich durch die Nähe zu größeren Städten wie Bielefeld und Paderborn aus. In der Senne selbst sind zahlreiche Dörfer und einige Klein- und Mittelstädte wie Schloß-Holte (26.000 Einwohner), Hövelhof (16.000 Einwohner) oder Delbrück (30.000 Einwohner) zu finden. Die Landschaft ist sehr kleinteilig, da sich Wälder, Wiesen, Felder und Bachläufe oft auf engem Raum miteinander abwechseln.

Ein großer Teil der Senne, vor allem das Gebiet um Hövelhof und Schloß Holte-Stukenbrock, wirkt durch die vielen großen Einzelhöfe in Verbindung mit dem Bau von zahlreichen Einfamilienhäusern in Dorfrandlage oder in der freien Landschaft teilweise zersiedelt. Größere

¹²⁵ vgl. HARTEISEN/ LIEPMANN/ WIENDL et al. (2003), S. 8

¹²⁶ vgl. HUTTER/ SCHROEDER/ RÜTHER (2000), S. 15

Bereiche ohne Wohnbebauung befinden sich dagegen auf dem Truppenübungsplatz und den angrenzenden Naturschutzgebieten, sowie in der südwestlichen Senne, wo im Bereich der Emsniederung noch ausgedehnte Feuchtwiesen existieren.

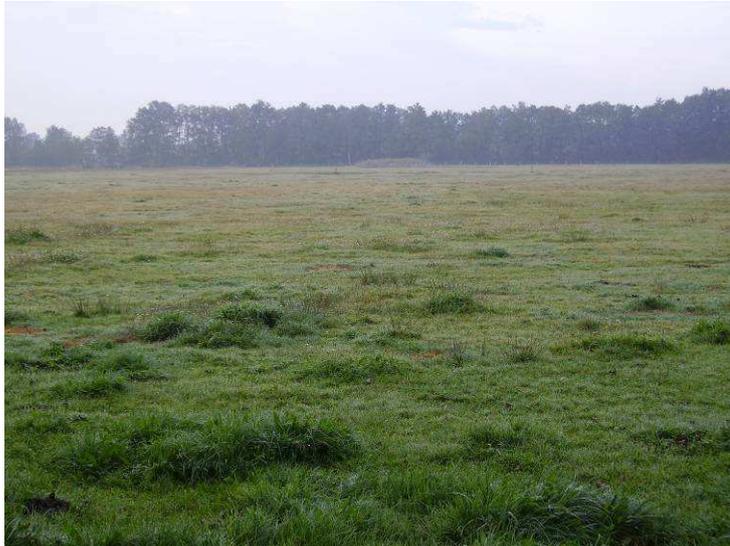


Abb. 12:
Landschaft in der
Unteren Senne
(eigene Quelle)

Die Senne weist zurzeit noch keine typischen Strukturen einer Tourismusregion auf, sondern sieht sich vielmehr als florierender Wirtschaftsstandort. Dies bestätigen wachsende Gewerbegebiete, wie beispielsweise bei Hövelhof. Somit gehört die Senne nicht zu den klassischen strukturschwachen ländlichen Räumen. Auf der anderen Seite gewinnt der Tourismus in den letzten Jahren jedoch an Bedeutung. Vor allem in Hövelhof wurden verschiedene Projekte umgesetzt. Zuletzt wurde eine Projektstelle zur Optimierung des Emsradweges geschaffen, die durch Fördergelder des EFRE finanziert wird.¹²⁷

7.2 Ermittlung der Potentiale und Strukturen im naturbezogenen Tourismus

Wie Kapitel 5 zeigt, sind für die erfolgreiche Entwicklung eines naturbezogenen Tourismus bestimmte Voraussetzungen zu erfüllen und auf der planerischen und der Maßnahmenebene gezielte Wege zu beschreiten. Inwieweit die Senne diese Potentiale aufweist, soll nun ermittelt werden.

7.2.1 Natur- und Kulturpotential

Da die Senne keinen einheitlichen Naturraum darstellt und vielmehr aus 3 Teilräumen besteht, kann sie ebenso **vielseitige Landschaftsbilder** vorweisen. Sie schließt sowohl die Hänge des

¹²⁷ Herr Westhof im Gespräch am 03.07.2008, Hövelhof

Teutoburger Waldes mit Trocken- und Kastentälern, als auch eine leicht hügelige, waldreiche Landschaft und die flache Ebene der Unteren Senne mit ein. Am Fuße des Teutoburger Waldes und innerhalb des Truppenübungsplatzes existieren größere zusammenhängende Eichenmisch- oder Au- und Bruchwälder, die von Heideflächen, Trockenrasen oder Wiesen abgewechselt werden. Im Bereich des Truppenübungsplatzes steigt das Relief zum Teutoburger Wald hin gleichmäßig an, sodass sich die Möglichkeit zu weiten Ausblicken ergibt. In der leicht hügeligen Drumlin- Senne ist die Landschaft sehr kleinteilig. Kleinere Waldflächen wechseln sich mit Wiesen, Feldern, Bachläufen, Hecken und Bebauung ab. In dieser Landschaft steht bei Schloß Holte im Holter Wald eine 1000-jährige Eiche, die durch einen Pfad erschlossen von Besuchern besichtigt werden kann. In der ebenen Unteren Senne dominieren dagegen neben den bewirtschafteten Feldern weitläufige extensive Weideflächen und Feuchtwiesen.

Die Senne ist von Natur aus die nährstoffärmste Landschaft NRW's und weit darüber hinaus. Das Landschaftsbild ist bis heute durch den hohen Anteil an extensiver Landwirtschaft geprägt. Da die Senne über lange Zeit kaum landwirtschaftlich genutzt wurde, haben sich in der Region einzigartige **Biotope** entwickelt, die eine Reihe gefährdeter Tier- und Pflanzenarten beheimaten. Dazu zählen die Heide- und Trockenrasengesellschaften, die Moor- und die Feuchtwiesenbiotope sowie die zahlreichen Fließgewässer und Quellen.



Abb. 13: Das Sandbett der Ems nahe der Quelle (eigene Quelle)

So besteht in der Senne an verschiedenen Stellen die Möglichkeit zur **Tierbeobachtung**. Ein Schwerpunkt dabei bildet die Vogelwelt. In den Wäldern leben die Waldschnepfe und der Bunt- und Schwarzspecht. Am Waldrand kann mit etwas Glück der Schwarzstorch, eine in NRW stark

gefährdete Art¹²⁸, beobachtet werden. Als Vögel der Heiden sind in der Senne vor allem der Ziegenmelker, die Heidelerche und das Schwarzkehlchen zu nennen. Alle 3 Arten stehen in NRW ebenfalls auf der Roten Liste und sind als stark gefährdet eingestuft¹²⁹. An den zahlreichen relativ unbelasteten Sandbächen der Senne können Eisvögel, Wasseramseln und Gebirgsstelzen beobachtet werden. In der Feuchtwiesenlandschaft der Emsaue dagegen ist mit dem Großen Brachvogel der größte heimische Wiesenvogel angesiedelt. Darüber hinaus sind die stark gefährdeten Uferschnepfen, Kiebitze und teilweise auch die in NRW vom Aussterben bedrohten Bekassinen anzutreffen. Außer der zahlreichen Vogelarten können Wild, Feldhasen und Fasane beobachtet werden. Die halboffene Parklandschaft der Senne bietet beste Voraussetzungen für die 5 Wildarten in der Senne. Neben den heimischen Arten Schwarz-, Reh- und Rotwild kommen in der Senne auch Muffel- und Damwild vor, 2 Arten, die in Deutschland ursprünglich nicht heimisch waren¹³⁰. Darüber hinaus beheimatet die Senne einige interessante Schmetterlingsarten, wie den Kaisermantel, der im Waldrandbereich lebt oder den stark gefährdeten Ockerbindigen Samtfalter, der eine typische Art der Heide ist. Letztendlich können in der Senne auch einige Libellenarten beobachtet werden. So lebt die Blauflügel Prachtlibelle an den Bachläufen, die Kleine Moosjungfer ist eine typische Moor-Art und die verschiedenen Arten der Heidelibelle fliegen Baggerseen und Sandgruben an.¹³¹

Extremstandorte wie Regenwassermoore, die in Europa nur selten vorkommenden Binnensanddünen oder die Heidegesellschaften sind auch aus floristischer Sicht interessant. In den Mooren der Senne kommen der unter Naturschutz stehende Rundblättrige und der Mittlere Sonnentau vor, die sich von Insekten ernähren. Die Heidegesellschaften sind bekannt für die Besenheide, die mit sehr nährstoffarmen Verhältnissen zurechtkommt, aber auch Silbergras und Sand-Segge, beides Rote-Liste-Arten, kommen hier vor.¹³²

Die Senne hat einige **Schutzgebiete** vorzuweisen, in denen oben genannte Tier- und Pflanzenarten besonders gut zu beobachten sind. Direkt an die Senne schließt der Naturpark Teutoburger Wald und Eggegebirge an. Am Fuße des Waldes sind verschiedene Bachtäler zu Naturschutzgebieten erklärt worden. Heideflächen mit Kiefern- und Birkenwald sind im NSG

¹²⁸ vgl. Science 4 you (2008)

¹²⁹ ebd.

¹³⁰ vgl. KIPER/ RÜTHER/ VENNE (2007), S. 105

¹³¹ vgl. HUTTER/ SCHROEDER/ RÜTHER (2000), S. 91 - 103

¹³² vgl. HUTTER/ SCHROEDER/ RÜTHER (2000), S. 74 - 77

Moosheide zu finden. Der größte Teil der Heideflächen befindet sich auf dem Gelände des Truppenübungsplatzes, der nach der militärischen Nutzung ebenfalls für den Naturschutz bewahrt werden soll. In der Unteren Senne stehen einige Feuchtwiesen sowie Ufer- und Wasserflächen unter Naturschutz. Dazu zählen das NSG Erdgarten-Lauerwiesen bei Hövelhof oder das NSG Steinhorster Becken in der Emsniederung. Am Steinhorster Becken können Wasservögel von einem Beobachtungsturm aus erkundet werden.



Abb. 14: NSG
Steinhorster Becken
(eigene Quelle)

Die Region kann ebenso **kulturhistorische Aspekte** in der Landschaft bieten. Die Heideflächen selbst zeugen von einer intensiven Bewirtschaftung in früherer Zeit. Die historische Weidelandschaft wird in der Senne unter anderem durch eine traditionelle Wanderschäfferei und drei weitere große Schafherden gepflegt. In der Heidschnuckenschäfferei bei Hövelhof kann der Besucher sich zeitgleich über den Heidehonig informieren, der in der Vergangenheit ein wichtiger Bewirtschaftungsfaktor auf den Heideflächen darstellte. Ein weiteres Beweidungsprojekt, das gleichzeitig die Vergangenheit wiederbelebt, ist das Projekt mit den Senner Pferden. Die Senner Pferde lebten über 800 Jahre lang in der Sandlandschaft des Senneraums. Die Pferde waren in Besitz des Fürsten zu Lippe und lebten ganzjährig in freier Wildbahn. Ein Beweidungsprojekt im NSG Moosheide soll die Senner Pferde zumindest teilweise in das Landschaftsbild zurückholen.¹³³ Darüber hinaus sind in der Senne zahlreiche Zeugnisse historischer Nutzung in der Kulturlandschaft zu finden. Auf Wanderungen können alte Handelswege begangen werden. Alte Fachwerkhöfe, insgesamt 23 Wassermühlen an den Sennebächen, 3 Windmühlen, 2 kleine Jagdschlösser, ein Wasserschloss und 2 weitere

¹³³ vgl. HUTTER/ SCHROEDER/ RÜTHER (2000), S. 114 - 118

Schlossruinen, alte Bewässerungskanäle und historische Kirchplätze zeugen vom Leben in den vergangenen Jahrhunderten. Vor allem Rietberg, Delbrück und Oerlinghausen bieten sehenswerte Ortsbilder mit alten Fachwerkhäusern.



Abb. 15: Die
Henkenmühle aus
dem 17. Jhd.
(eigene Quelle)

7.2.2 Tourismusleitbild

Ein Tourismusleitbild für die Senne existiert zu diesem Zeitpunkt nicht. Die einzelnen Projekte und Maßnahmen, die in der Senne umgesetzt werden, gelten zwar zu einem großen Teil einem naturbezogenen Tourismus, vor allem dem Radtourismus. Eine Leitlinie mit Zielformulierungen wurde jedoch weder für die die ganze Region noch auf Gemeindeebene aufgestellt¹³⁴.

In den Jahren 2000/2001 wurde allerdings ein **Regionales Entwicklungskonzept** zur Beteiligung am LEADER+-Projekt erarbeitet, das auch die touristische Entwicklung zum Thema hat. Ein Regionales Entwicklungskonzept schafft eine Grundlage für die Nutzung regionaler Förderprogramme der EU, des Bundes und des Landes wie dem LEADER+-Projekt. Das Konzept soll die Region in ihrer Wirtschaft, regionalen Zusammenarbeit, ihrem politischen Gleichgewicht sowie der Nutzung und dem Schutz von Potentialen und Ressourcen fördern. Die Erholungsfunktion der Senne soll in diesem Entwicklungskonzept genauso berücksichtigt werden wie die Verkehrs-, Versorgungs- und Ausgleichsfunktion dieses ländlichen Raumes. Für einen naturbezogenen Tourismus ist vor allem die Frage von Bedeutung, wie mit dem unverwechselbaren Natur- und Kulturpotential der Senne umgegangen wird. Die Leitvorstellung für die touristische Nutzung der Senne sieht den Naturschutz für die

¹³⁴ Herr Westhof im Gespräch am 03.07.2008, Hövelhof

Kernflächen der Senne im Vordergrund. In den Randbereichen soll ein extensiver Tourismus möglich sein, wohingegen ein intensiverer Tourismus in Richtung der umliegenden Städte wie Paderborn und Detmold stattfinden soll. Insgesamt wurden 5 Handlungsfelder festgelegt, für die passende Projekte eingereicht werden konnten. Diese Handlungsfelder beliefen sich auf „Heimat, Kultur und Tourismus“, „Vermarktung, Regionale Produkte, Land- und Forstwirtschaft“, „Naturschutz, Biologische Stationen“, „Wirtschaft, Bildung und Soziales“ und „Verkehr und Siedlungswesen“. Für diese Handlungsfelder wurden insgesamt 35 Projekte eingereicht, von denen sich 14 allein auf das Feld „Heimat, Kultur und Tourismus“ beziehen. Weitere 12 Projekte beziehen sich auf das Thema „Heimat, Kultur und Tourismus“ und berühren gleichzeitig noch ein anderes Handlungsfeld, beispielsweise den Naturschutz. Folgende Projekte, die für einen naturbezogenen Tourismus von Bedeutung sind, wurden u.a. eingereicht:

- Erläuterung der Augustdorfer Dünenlandschaft
- Haus des historischen Handwerks am Heimathaus Hövelhof
- Neugestaltung des Bahnhofsumfeldes mit Fahrradstation (Hövelhof)
- Modellprojekt „Senner Pferde“
- Senne-Besucherlenkung und -information über das Internet
- Touristische Erschließung der Senne mit Kutschfahrten, Radverleih, Ausweitung des Campingangebotes (Paderborn)
- Senne Original als Initiative zur Herausbildung einer regionalen Identität
- Vernetzung der Radwege mit Anrainergemeinden (Schlangen)
- geführtes Ausreiten und Kutschfahrten (Schlangen)
- Waldlehrpfad, Trimpfad, Wassertretbecken, Wanderwege; Vermarktung der Gesamtregion Senne (Interessengemeinschaft Stukenbrock-Senne)
- Verbund der Senner Heimatmuseen, Reitwandernetz, Schafbeweidung, Umweltbildungsangebote, Aufbau eines Heimathauses (Bielefeld)

Für das Konzept wurden jedoch Fördergelder abgelehnt, sodass eine Umsetzung in dieser Form nicht weiter verfolgt wurde.

7.2.3 Angebotsspektrum

Wie im Kapitel 5 anhand des Naturparks Altmühltal geschehen, wird auch hier zunächst das touristische Basisangebot analysiert (Beherbergungsbetriebe, Gastronomie, Touristinformationen), bevor die Angebote für einen naturbezogenen Tourismus untersucht werden (Rad- und Wanderwegenetz, naturbezogene Sportarten etc.).

Die **Beherbergungsbetriebe** in der Senne teilen sich wie folgt auf die Gemeinden auf.

- Oerlinghausen:
 - 4 Hotels mit 103 Betten
 - 3 Gasthöfe mit 19 Betten
 - Privatzimmer und Ferienwohnungen mit 41 Betten
 - 1 Jugendherberge und 1 Naturfreundehaus mit 156 Betten¹³⁵
- Augustdorf:
 - 1 Ferienwohnung mit 3 Betten
- Schlangen:
 - 1 Gasthof und 1 Hotel mit 29 Betten
 - Privatzimmer und Ferienwohnungen mit 25 Betten¹³⁶
- Bad Lippspringe:
 - 8 Hotels mit 700 Betten
 - 13 Pensionen oder Privatzimmer mit 180 Betten
 - 77 Ferienwohnungen mit 190 Betten¹³⁷
- Hövelhof:
 - 4 Hotels mit 114 Betten
 - 3 Gasthöfe mit 53 Betten
 - Appartements und Ferienwohnungen mit 42 Betten¹³⁸
- Schloß Holte-Stukenbrock:
 - 5 Hotels mit 165 Betten
 - 10 Gasthöfe mit 168 Betten
 - 4 Pensionen mit 20 Betten
 - 3 Ferienwohnungen mit 6 Betten¹³⁹
- Delbrück:
 - 4 Hotels mit 187 Betten
 - 2 Ferienwohnungen mit 11 Betten¹⁴⁰

¹³⁵ vgl. Stadt Oerlinghausen (2008)

¹³⁶ vgl. Gemeinde Schlangen (2008)

¹³⁷ vgl. Stadt Bad Lippspringe (2008)

¹³⁸ vgl. Gemeinde Hövelhof ,a (2008)

- Verl: 6 Hotels mit 179 Betten
2 Gasthöfe mit 27 Betten¹⁴¹
- Rietberg: 5 Hotels mit 120 Betten
7 Pensionen oder Privatzimmer mit 161 Betten
4 Ferienwohnungen mit 12 Betten

Insgesamt kann die Senne in der klassischen Hotellerie 36 Betriebe mit 1597 Betten bieten, wohingegen innerhalb der Parahotellerie 1214 Betten zur Verfügung stehen. Zusätzlich können 11 Campingplätze Besucher aufnehmen.

Das **gastronomische Angebot** in der Senne ist groß. Vor allem bieten hier insgesamt über 60 ländlich gelegene Ausflugsgaststätten Getränke und Gerichte an. Zumeist wird von Lokalen wie der Bauernstube, der Mühlenschänke oder dem Heidehof eine deutsche oder auch regionale Karte mit Gerichten wie Schnitzel, Pickert oder Himmel und Erde angeboten. Die Gaststätten sind über die gesamte Fläche der Senne ausgenommen dem Truppenübungsplatz verteilt.¹⁴² Darüber hinaus gibt es in der Senne auch gehobene Gastronomie. So wird auf dem Museumshof Senne französische Spitzengastronomie angeboten.

Die **Touristinformation** in Hövelhof befindet sich in einem zentral gelegenen Ort, an dem die Besucher Informationen für ihren Aufenthalt erhalten können. Darüber hinaus befinden sich in Rietberg, Oerlinghausen, Bad Lippspringe und Paderborn, Städte am Rand der Senne, Touristinformationen.¹⁴³ In den übrigen Gemeinden bieten die Gemeindeverwaltungen die Möglichkeit, sich über Freizeitaktivitäten und Übernachtung zu informieren.

Das **Radwegenetz** in der Senne setzt sich aus einigen Radfernwegen, sowie regionalen und lokalen Strecken zusammen. Radfernwege, die durch die Senne führen sind die BahnRadRoute Teuto-Senne, der EmsRadweg, der Europa-Radweg R1, die Römer-Route (315 km), die Landesgartenschau-Route (120 km) und die Wellness-Radroute (534 km), also insgesamt 6 Fernwege. Hervorzuheben ist an dieser Stelle der Teilabschnitt des Europa-Radweges, der von Calais in Frankreich bis nach St. Petersburg in Russland führt und so die Senne in einen internationalen Zusammenhang stellt. Die erste deutsche BahnRadRoute Teuto-Senne führt über

¹³⁹ vgl. Stadt Schloß Holte-Stukenbrock (2008)

¹⁴⁰ vgl. Stadt Delbrück (2008)

¹⁴¹ vgl. Gemeinde Verl (2008)

¹⁴² vgl. ADFC-Regionalkarte Ostwestfalen (2008)

¹⁴³ ebd.

160 km von Osnabrück über Bielefeld und anschließend durch die Senne bis Paderborn. Die Strecke ist so konzipiert, dass von jedem Punkt aus ein Bahnhof der Regionalbahn gut erreicht werden kann. So bleibt der Radfahrer flexibel, da er stets Streckenabschnitte mit dem Zug zurücklegen kann. Der Emsradweg beginnt direkt in der Senne an der Emsquelle bei Hövelhof und führt über 375 km zunächst durch die Senne und schließlich bis zur Mündung an die Nordsee. Alle oben genannten Radfernwege sind mit einem eigenen Logo ausgeschildert. Zusätzlich führen 5 beschilderte regionale Radwege ganz oder teilweise durch die Senne: Die 150 km lange Fürsten-Route-Lippe tangiert das Gebiet im Osten bei Augustdorf, Schlangen und Bad Lippspringe und verfolgt hier die Spuren der Fürsten und Grafen des Schaumburger Landes. Der 77 km lange Senne-Radweg umrundet den Truppenübungsplatz am Rande des Teutoburger Waldes und führt durch das NSG Moosheide, wo noch einige Heideflächen die Landschaft prägen. Der Senne-Pacours Hövelhof liegt etwas westlicher als der Senne-Radweg und umrundet auf 65 km Hövelhof. Er führt sowohl zu den Heideflächen im NSG Moosheide als auch in die Ebene der Senne. An 12 Stationen werden Natur, Landschaft und Kultur der Region erklärt. Der Delbrücker Kapellenweg führt auf einem Rundkurs von 45 km durch die westliche Untere Senne und verbindet 15 Kirchen und Kapellen miteinander. Die Paderborner-Land-Route schließlich umrundet auf 260 km die Stadt Paderborn und verläuft dabei auch durch die Senne über Delbrück und Hövelhof.¹⁴⁴ Auf lokaler Ebene existieren weitere ausgeschilderte Radwege, wie die 7 Rundwege Hö 1 bis Hö 7 der Gemeinde Hövelhof. Diese Touren haben eine Streckenlänge von 7 – 23 km Länge. Für die Senne geben zusätzlich 2 Bücher Vorschläge für Radtouren, die nicht ausgeschildert sind, jedoch kartografisch dokumentiert und vor allem textlich ausführlich beschrieben sind. Das Buch „Senne – Die Natur mit dem Rad erleben“ enthält 9 Routenvorschläge zwischen 32 und 64 km, die das gesamte Sennegebiet von Augustdorf bis Delbrück abdecken¹⁴⁵. Diese Routen können auch als GPS-Tracks heruntergeladen und mit einem GPS-Gerät befahren werden. Der Freizeitführer „Natürlich Ostwestfalen Lippe“ enthält insgesamt 25 Routenvorschläge, von denen 3 durch die Senne führen. Diese Touren sind 2 Rundkurse von 80 und 75 km und eine Strecke von 73 km. 2 der 3 Touren übernehmen jedoch größtenteils die Streckenführung der BahnRadRoute Teuto-Senne und des Senne-Radweges.¹⁴⁶ Insgesamt führen die Radwege in der Senne zu einem Großteil über schmale, asphaltierte Landstraßen mit nur vereinzelt Autoverkehr. Teilweise, so

¹⁴⁴ vgl. SPITTLER (2008), S. 46 - 52

¹⁴⁵ vgl. KIPER/ RÜTHER/ VENNE (2007)

¹⁴⁶ vgl. SPITTLER (2008)

beispielsweise bei Delbrück und in der Emsaue, wird der Radverkehr über gesonderte Asphaltwege geführt. Weitere infrastrukturelle Einrichtungen, die für ein Radwegenetz notwendig sind, sind Radstationen mit Reparaturservice und Verleih von Fahrrädern, Rastplätze und Schutzhütten. In der Senne bieten 15 Stationen einen Reparaturservice an und an 6 Verleihstationen können Fahrräder gemietet werden. An insgesamt 18 offiziellen Raststellen, von denen 9 eine Schutzhütte besitzen, kann pausiert werden. Die meisten Schutzhütten befinden sich in der südlichen Senne im Bereich des Lippesees und bei Delbrück.¹⁴⁷ Eine Besonderheit in der Senne ist die Internetplattform „senne-portal.de“, die einen interaktiven Routenplaner bereitstellt. Hier kann der Radfahrer sich durch Angabe von Start- und Zielort individuelle Radrouten erstellen und ausdrucken. Das System wählt automatisch fahrradfreundliche Routen und liefert zusätzliche Informationen zu Sehenswürdigkeiten und Gastronomie.¹⁴⁸

Das **Wanderwegenetz** in der Region konzentriert sich stark auf die Obere Senne am Fuße des Teutoburger Waldes und auf den Höhenzug selbst, da hier geeignete waldreiche und reliefierte Strukturen bestehen. Einige regionale und überregionale Wanderwege führen in diesem Bereich durch die Ausläufer der Senne. Der Cheruskerweg durchläuft OWL auf einer Länge von 65 km von Porta Westfalica über Lemgo und Detmold bis zur Gemeinde Schlangen in der Senne. Der Diemel-Ems-Weg startet in Warburg und führt über Paderborn nach Augustdorf, wo er nach 80 km in der Nähe der Emsquellen endet. Der Hermannsweg verläuft zwar nicht direkt in der Senne, sondern über den Kamm des Teutoburger Waldes, der Wanderer kann jedoch an zahlreichen Aussichtspunkten über das Gebiet der Senne blicken. Die 156 km lange Route führt von Bad Iburg nach Bielefeld und anschließend über Oerlinghausen zum Hermannsdenkmal, bevor er auf dem 441 m hohen Velmerstot endet. Der Eichenweg ist der 210 km lange Kreiswanderweg von Gütersloh und umrundet die Stadt entlang der Kreisgrenzen, demnach führt er auch über Rietberg, Verl und Schloß Holte-Stukenbrock. Alle oben genannten regionalen oder überregionalen Hauptwanderwege besitzen eine eigene Markierung.¹⁴⁹ Zusätzlich können viele lokale Wanderwege erwandert werden, die bei kürzerer Streckenführung zu Rundtouren einladen. So hat der Naturpark Eggegebirge und südlicher Teutoburger Wald eine große Zahl an Rundwegen von 2 – 7 km mit Informationstafeln und Wegemarkierungen bestückt. Von den über 80 Rundwanderungen, die zumeist durch den

¹⁴⁷ vgl. ADFC-Regionalkarte Ostwestfalen (2008)

¹⁴⁸ vgl. Senne-Portal (2008)

Teutoburger Wald verlaufen, führen 16 in das Gebiet der Oberen Senne. Zu jeder Route stellt der Naturpark kostenlose Flyer mit Informationen zur Streckenführung und zu Sehenswertem zur Verfügung. In Hövelhof kann der Besucher auf 7 Wanderwegen von 5 bis 15 km Länge auch die flache Ebene der Senne erwandern¹⁵⁰. Über die markierten Wege hinaus existieren auch bei den Wanderwegen einige Routenvorschläge, die kartografisch und textlich beschrieben werden. Im Freizeitführer „Natürlich Ostwestfalen Lippe“ führt 1 der 10 vorgeschlagenen Rundtouren durch die Obere Senne von Oerlinghausen aus an den Heide- und Trockenrasenflächen des Stapellager Truppenübungsplatzes entlang¹⁵¹. In dem Sammelband „Faszinierende Senne zu Fuß“ stehen 21 Rundwanderwege zur Verfügung, die durch die Obere, die Drumlin- und die Untere Senne führen¹⁵². Auch die Stadt Paderborn hat 4 Routenvorschläge durch die Senne herausgearbeitet, wie etwa die Wanderung „Stille Wasser im Sennesand“, die an 3 kleineren Baggerseen, die auch zum Baden geeignet sind, vorbeiführt¹⁵³.

Umweltbildung und -information ist an verschiedenen Orten in der Senne möglich. Das Senne-Informationszentrum im Prinzenpalais in Bad Lippspringe informiert über die Flora und Fauna auf dem Truppenübungsplatz und die Entwicklung der kulturhistorischen Landnutzung in der Senne. Das Informationszentrum bietet keine festen Öffnungszeiten, sondern öffnet nur auf Anfrage. Eine feste Informationsstelle ist auch die Heidschnuckenschäferei bei Hövelhof, die zur Biologischen Station Paderborner Land gehört. Informationstafeln und andere Ausstellungsstücke auf dem Gelände informieren hier über historische Landnutzung, Naturschutz und Landschaftspflege in der Senne.¹⁵⁴ Die Gebäude öffnen ebenfalls nur auf Anfrage, bei einzelnen Veranstaltungen und beim jährlich stattfindenden Tag der offenen Tür, dem Heideblütenfest. In der Biologischen Station selbst befindet sich eine Dauerausstellung zu den in der Senne gelegenen Naturschutzgebieten und dem Truppenübungsplatz.¹⁵⁵ Über diese festen Stellen hinaus befinden sich in der Landschaft zahlreiche Informationstafeln, die zumeist an Naturschutzgebieten, Quellen oder sonstigen Besonderheiten platziert sind und über die Natur und Landschaft der Senne informieren. Teilweise, wie am Naturschutzgebiet Steinhorster

¹⁴⁹ vgl. SPITTLER (2008), S. 274 - 279

¹⁵⁰ vgl. Gemeinde Hövelhof, b (2008)

¹⁵¹ vgl. SPITTLER (2008), S. 298

¹⁵² vgl. KIPER (2001)

¹⁵³ vgl. Stadt Paderborn, b (2008)

¹⁵⁴ vgl. KIPER/ RÜTHER/ VENNE (2007), S. 50

¹⁵⁵ vgl. KIPER/ RÜTHER/ VENNE (2007), S. 60

Becken, kann das erlangte Wissen von einem Naturbeobachtungsturm vertieft werden. Die Senne bietet zudem einige Lehrpfade, wie beispielsweise im Holter Wald und im Naturschutzgebiet Moosheide, wo auf 2 Routen an verschiedenen Stationen die Landschaft und Tier- und Pflanzenwelt des Gebietes näher gebracht werden. 2 weitere Lehrpfade befinden sich bei Schlangen, auf denen der Besucher über die GPS-Technik die Natur und Kultur der Senne erforschen kann.



Abb. 16:
Informationstafel im
NSG Moosheide
(eigene Quelle)

Letztendlich bieten Naturschutzorganisationen wie die Biologischen Stationen geführte Wanderung und Radtouren, Kurse, Exkursionen und Aktionen für Gruppen an. Die Biologische Station Senne, seit kurzem in Naturschutzzentrum Senne umbenannt, bietet im Jahr 2008 insgesamt 23 geführte Exkursionen, Wanderungen oder Radtouren an¹⁵⁶. Die Biologische Station Paderborner Land führt in ihrem Veranstaltungskalender von 2008 insgesamt 16 Vorträge, Exkursionen oder Radtouren auf, die sich mit der Natur und Umwelt der Senne beschäftigen¹⁵⁷. Die Biologische Station der Kreise Bielefeld und Gütersloh wartet zusätzlich mit 10 Angeboten auf, die sich für die Umweltbildung von Touristen eignen¹⁵⁸. Der Besucher hat jedoch auch die Möglichkeit, sich bereits von zu Hause aus über die Natur, Umwelt und Kultur in der Senne zu informieren. Auf der Internetplattform „senne-portal.de“ sind zu vielen Themen und Sehenswürdigkeiten Kurzartikel zusammengestellt, die durch die Auswahl verschiedener Themenkategorien wie „Bauwerke“ oder „Naturdenkmäler“ aufgerufen werden können.

¹⁵⁶ vgl. Naturschutzzentrum Senne (2008)

¹⁵⁷ vgl. Biologische Station Paderborner Land (2008)

¹⁵⁸ vgl. Biologische Station Gütersloh/ Bielefeld (2008)

An erster Stelle der **naturbezogene Sportarten** in der Senne sind das Radfahren und Wandern zu nennen. Die Angebote in diesem Bereich wurden bereits ausführlich vorgestellt und bilden einen Schwerpunkt der Freizeitnutzung in der Senne. Darüber hinaus gibt es in der Senne die Möglichkeit für Nordic-Walking. Im Hövelhofer Wald wurden 3 Strecken von 2,8 km, 5 km und 9,9 km angelegt. Auch der Kreis Gütersloh hat ein insgesamt 262 km langes Nordic-Walking-Netz mit 31 Rundtouren durch alle 13 Kommunen entwickelt. Die Strecken befinden sich auch in Verl, Schloß Holte-Stukenbrock und Rietberg. Für Inline-Skater bietet der Senne-Skate-Parcour 2 Rundkurse von 8 und 16 km Länge. Der Parcour ist nicht ausgeschildert, in der Touristinformation in Hövelhof sind jedoch kostenlose Streckenkarten erhältlich.¹⁵⁹ Die Touristinformation Paderborn hat 12 Skate-Touren zwischen 11 und 24 km entwickelt, die alle durch das Delbrücker Land und bis nach Hövelhof führen. Diese Strecken sind ebenfalls nicht ausgeschildert und nach einer Beschreibung zu fahren.¹⁶⁰ Auf der Lippe im äußersten Süden der Senne organisieren 3 Anbieter Kanutouren. Insgesamt kann der Besucher zwischen 6 unterschiedlichen Strecken auswählen und diese selbständig oder mit Führung zurücklegen. Darüber hinaus bietet ein Hof in Schloß Holte-Stukenbrock Kutschfahrten an. Über das Hotel Heide Residenz können 4 verschiedene Kutschfahrten durch die Senne im Bereich des Truppenübungsplatzes, wo sich die Heideflächen befinden, gebucht werden¹⁶¹. Geführtes Reiten ist in der Senne zurzeit noch nicht möglich. Es existieren zwar einige sehr schöne Reitwege im Bereich der Moosheide und des Truppenübungsplatzes, bisher können jedoch nur ortsansässige Reiter mit eigenem Pferd diese Wege benutzen. Der Lippensee am südlichen Rand der Senne lädt zum Baden und auch zum Segeln und Wasserskifahren ein. Auch der Wald- und der Habichtssee, 2 kleinere Seen nördlich von Paderborn am Rande des Truppenübungsplatzes, können zum Baden genutzt werden, ebenso ein See südlich von Hövelhof. Sämtliche Seen sind durch Sandabbau entstanden.

In der Senne gibt es einige **Angebote für Familien**. So eignen sich naturbezogene Aktivitäten wie Radfahren, eine Kanutour, Baden im Lippensee oder eine Kutschfahrt als familientaugliche Unternehmung. Darüber hinaus befinden sich in der Region 2 Tierparke, in denen heimische Tierarten, aber auch Löwen und Zebras etc. beobachtet werden können. Speziell für die Zielgruppe Familie entsteht jedes Jahr bei Paderborn-Sande von Mitte Juli bis zur Ernte Ende August ein 3 m hohes Hanflabyrinth, sowie Anfang August ein Maislabyrinth in der Nähe von

¹⁵⁹ vgl. SPITTLER (2008), S. 315 - 318

¹⁶⁰ vgl. Stadt Paderborn (2008)

Sennestadt. In Westenholz bei Delbrück haben Familien die Möglichkeit im Heuhotel zu übernachten. Die Bad Lippspringe Marketing GmbH veranstaltet im Jahr 2008 insgesamt 5 familienfreundliche Radtouren durch die Senne¹⁶². Weitere spezielle Angebote für Familien, insbesondere der Bauernhofurlaub, sind in der Senne noch nicht oder nur sehr vereinzelt zu finden.

In der Senne kann der Besucher verschiedene **Angebote aus dem Bereich Kultur** nutzen. Die historisch gewachsene Kulturlandschaft kann nicht nur im Vorbeifahren oder -wandern besichtigt werden, sie wurde teilweise auch erlebbar gemacht. So können 4 Mühlen auf Anfrage besichtigt werden. Die historischen Wirtschaftsweisen können auf dem Museumshof Senne, der Heidschnuckenschäferei, dem Landschaftspflegehof Ramsbrock, im Heimatzentrum OWL und an einem Lehrbienenstand erlebt werden. Insgesamt sind in der Senne 10 Museen bzw. Heimathäuser zu finden, die sich mit der Geschichte der Senne und historischem Handwerk und Alltag beschäftigen. Darüber hinaus gibt es in der Senne einige Veranstaltungen, bei denen der Besucher Bräuche und traditionelles Handwerk erleben kann. Dazu gehören der Bauernmarkt auf Steinkrögers Hof bei Bielefeld, das Heideblütenfest in der Heidschnuckenschäferei und das Heimat- und Erntedankfest in Espeln. Archäologisch interessierten Besuchern bietet die Region 2 archäologische Erlebnispfade und das archäologische Freilichtmuseum in Oerlinghausen.¹⁶³ Außerdem wurde in Anreppen bei Delbrück 1967 ein früh römisches Lager entdeckt, das bis zu 6000 Soldaten aufnehmen konnte. Vor Ort befindet sich ein Informationsstand, der die Geschichte und Bedeutung des Römerlagers näher bringt.¹⁶⁴

Die **Landwirtschaft** ist durch die Regionalvermarktungs-Initiative „Senne Original“ in die Angebotsstruktur der Region eingegliedert. Der Verein ist Vermittler zwischen Erzeugern und Verbrauchern, verbessert mit der Regionalmarke das Image der landwirtschaftlichen Betriebe und erleichtert den Verkauf der Produkte. Insgesamt 27 Erzeuger bieten über den Verein Produkte wie Kartoffeln, Forellen, Wild- und Lammfleisch, Bier, Honigprodukte, Spargel und Erdbeeren an. Die Lebensmittel werden in Supermärkten der Region und auf Veranstaltungen wie Bauernmärkten verkauft. Auch 4 gastronomische Betriebe sind Partner der Initiative und

¹⁶¹ vgl. Hotel Heide Residenz (2008)

¹⁶² vgl. Stadt Bad Lippspringe, b (2008)

¹⁶³ vgl. KIPER/ RÜTHER/ VENNE (2007), S. 106 - 113

¹⁶⁴ vgl. Touristikzentrale Paderborner Land, b (2008)

verwenden die Produkte für ihre Gerichte. Die Höfe, die sich an der Initiative beteiligen, sind zumeist am „Senne Original“-Logo zu erkennen, das im Eingangsbereich angebracht ist.¹⁶⁵

Pauschalen für die Senne bieten die Tourismusorganisationen in Paderborn und Bad Lippspringe sowie die Touristikzentrale Paderborner Land an. In Paderborn kann der Besucher eine 3-tägige Radtour mit Übernachtung und Frühstück auf der BahnRad-Route nach Bielefeld buchen. Bad Lippspringe bietet aufgrund seiner Ausrichtung als Kurort Pauschalen im Bereich Kur und Wellness, aber auch mit den Themen Radfahren und Wandern an. Die Touristikzentrale Paderborner Land bietet weitere 7 organisierte Radtouren von 2 – 7 Tagen durch die Senne an. Die Touren haben Themen wie „Strampeln und Schlemmen“ oder „Von Fluss zu Fluss“.¹⁶⁶

Erwähnt werden muss im Hinblick auf die Angebotsstruktur für einen naturbezogenen Tourismus auch die Stadt Bad Lippspringe als Kurort für die Region. Die Stadt bietet Kureinrichtungen wie ein Thermalbad, Heilquellen, eine Salzgrotte, einen Kurwald und ein Allergiezentrum, sowie kulturelle Veranstaltungen wie Konzerte und Theater.

7.2.4 Organisation und Vernetzung

Zunächst wird die Organisation der gesamten Region als Tourismusdestination untersucht, um im Anschluss die Vernetzung der Angebote innerhalb des naturbezogenen Tourismussegmentes darzustellen.

Als **touristische Dachorganisation** ist das Teutoburger Wald Tourismusmarketing für die Senne zuständig. Die Kreise Minden-Lübbecke, Lippe, Höxter, Gütersloh und Herford, die Stadt Bielefeld und das Paderborner Land werden hier zusammengefasst. Die Senne taucht jedoch nicht als einheitliche Urlaubsregion auf, sondern wird im Zusammenhang mit dem Paderborner Land oder dem Teutoburger Wald genannt. Die Teutoburger Wald Tourismusmarketing mit Sitz in Bielefeld ist in die Ostwestfalen Lippe Marketing GmbH eingegliedert, die ein Gemeinschaftsunternehmen der 5 zugehörigen Kreise, der Stadt Bielefeld und der regionalen Wirtschaft ist. Die Organisation vereint die Tourismusverbände Bielefeld Marketing GmbH, Pro Wirtschaft GT GmbH (Gütersloh), Kulturland Kreis Höxter, Lippe Tourismus & Marketing GmbH, Mühlenkreis Minden-Lübbecke, Touristikzentrale Paderborner Land und die Touristikgemeinschaft Wittekindsland e.V. (Herford). In diesem Bereich ist sie

¹⁶⁵ vgl. Senne-Original (2008)

¹⁶⁶ vgl. Touristikzentrale Paderborner Land (2008)

vor allem für ein übergeordnetes Marketing in Form von Imagearbeit und PR zuständig, aber auch das Bearbeiten von Anfragen und die Entwicklung neuer Projekte gehören zum Aufgabenbereich.¹⁶⁷ Somit ist die Teutoburger Wald Tourismusmarketing kein Anbieter mit einer eigenen Angebotspalette, sondern stellt im Sinne eines regionalen Marketings vorhandene Angebote zusammen. Auf der Internetplattform www.teutoburgerwald.de werden die Region, Natur und (Kultur)Landschaft und die Angebote aus den Bereichen Wellness, Wandern und Radfahren vorgestellt. Die Senne wird hier als Landschaft am Teutoburger Wald vorgestellt.

Die Senne fällt in die Bereiche der **Tourismusverbände** Bielefeld Marketing GmbH, Pro Wirtschaft GT GmbH (Gütersloh), Lippe Tourismus & Marketing GmbH und der Touristikzentrale Paderborner Land.¹⁶⁸ Die Bielefeld Marketing GmbH hält in Bielefeld eine Touristinformatio n bereit, wo der Besucher einen Service von Unterkunft buchen bis zu Informationen zu Freizeit und Erholung nutzen kann. Das Unterkunftsverzeichnis bezieht sich auf das Stadtgebiet von Bielefeld, betrifft die Senne also im Bereich von Brackwede und dem Stadtbezirk Sennestadt. Auch die Pro Wirtschaft GmbH bietet eine Unterkunftsdatenbank an. Sie bezieht sich auf den Kreis Gütersloh und berücksichtigt so auch die im Untersuchungsraum liegenden Gemeinden Rietberg, Verl und Schloß Holte-Stukenbrock.¹⁶⁹ Die Lippe Tourismus & Marketing GmbH bietet dem Besucher ein Call-Center für touristische Anfragen, jedoch keine eigenen Räumlichkeiten im Sinne einer Tourismusinformatio n. Teilweise ist ein Informationsstand am Hermannsdenkmal geöffnet. Zum Zuständigkeitsgebiet der Lippe Tourismus & Marketing GmbH gehören auch die Gemeinden Oerlinghausen, Augustdorf und Schlangen am Rande der Senne. Im Gastgeberverzeichnis tauchen aus diesen Orten insgesamt 3 Unterkünfte auf.¹⁷⁰ Die Touristikzentrale Paderborner Land kann die zentralen Heidebereiche der Senne und die Orte Bad Lippspringe, Hövelhof und Delbrück zu ihrem Zuständigkeitsgebiet zählen. Viele Angebote, sowohl Freizeit-Tipps und Gastgeber als auch Pauschalen beziehen sich auf diesen Bereich. Das Paderborner Land bietet allerdings keine eigenen Räumlichkeiten für eine Touristinformatio n, sondern nutzt die vorhandenen Touristinformatio n in Hövelhof oder Paderborn oder verschickt Info-Material nach telefonischer Anfrage.¹⁷¹

¹⁶⁷ vgl. OWL-Marketing (2008)

¹⁶⁸ vgl. Teutoburger Wald Tourismusmarketing (2008)

¹⁶⁹ vgl. Pro Wirtschaft GmbH (2008)

¹⁷⁰ vgl. Lippe Tourismus & Marketing GmbH (2008)

¹⁷¹ vgl. Touristikzentrale Paderborner Land, c (2008)

Über diese Tourismusverbände hinaus findet eine touristische Organisation auf der **Gemeindeebene** statt. An dieser Stelle ist vor allem Hövelhof als sehr aktive Gemeinde im Tourismusbereich zu nennen. Der Verkehrsverein ist vor allem bemüht den Radtourismus im Speziellen den Emsradweg nach Vorne zu bringen. Der Verkehrsverein pflegt darüber hinaus eine sehr enge Zusammenarbeit mit der Touristikzentrale Paderborner Land, die auch die konzeptionelle Tourismusarbeit mit einschließt. Ansonsten gibt es in der Senne keine planvolle Zusammenarbeit unter den Gemeinden. Einzelne Projekte, wie die Planung des Senne-Radweges durch die Anrainergemeinden des Truppenübungsplatzes, bilden eine Ausnahme. Die Orte Schloß Holte-Stukenbrock, Hövelhof, Rietberg, Delbrück, Bad Lippspringe, Schlangen und Oerlinghausen pflegen auf ihren Internetseiten eine Plattform für Freizeit und Tourismus und bieten einen Überblick über die Gastgeber an. Außerdem sind in Rietberg, Hövelhof, Oerlinghausen und Bad Lippspringe Touristinformationen zu finden. Die Touristinformation in Hövelhof bietet neben den Broschüren des Paderborner Landes auch eine Reihe eigener Materialien an. Ein weiterer Akteur, der an der touristischen Organisation der Region beteiligt ist, ist der Naturpark Eggegebirge und südlicher Teutoburger Wald. Naturparke zählen die Entwicklung eines nachhaltigen, naturbezogenen Tourismus zu ihren Aufgaben. Die Naturparkverwaltung in Detmold nimmt diese Aufgabe beispielsweise durch das Herausgeben von Wandervorschlägen wahr. Auf seinen Internetseiten stellt der Naturpark Sehenswertes und sportliche Aktivitäten in der Natur vor, stellt jedoch kein Gastgeberverzeichnis oder eigene Angebote zur Verfügung¹⁷².

Zur **Vernetzung innerhalb der Angebotsstruktur** werden im Folgenden einige Beispiele vorgestellt, bei denen eine Vernetzung stattgefunden hat. Inwiefern diese Vernetzung einen erfolgreichen Ansatz darstellt und in welchen Bereichen sie fehlt oder nicht zufrieden stellend ist, wird im Kapitel 6.4.4 zur Beurteilung der Strukturen erörtert.

Ein wichtiges Medium für eine übersichtliche Darstellung der Angebote einer Destination ist in der heutigen Zeit das **Internet**. Für die Senne hat das Naturschutzzentrum Senne, der Verein Senne-Original und der Regionalverlag Thomas P. Kiper in Zusammenarbeit mit der Stiftung für Umwelt und Sport der Stadtwerke Bielefeld das Senne-Portal entwickelt. Die Internetplattform ist für Radfahrer und Wanderer gedacht, die hier ihre Touren planen und sich gleichzeitig über Gastronomie, Sehenswürdigkeiten, Kultur und Geschichte, Natur und Landschaft, Aktivitäten sowie Übernachtungsmöglichkeiten informieren können. Zu allen

¹⁷² vgl. Naturpark Eggegebirge und südlicher Teutoburger Wald (2008)

Einträgen unter diesen Themenbereichen kann der Nutzer ein Steckbrief aufrufen und sich den Ort in einer zugehörigen Karte anzeigen lassen. Diese interaktive Karte ist gleichzeitig ein Routenplaner für Wanderer und Radfahrer, der bei individueller Start- und Zieleingabe in der Routenführung die Attraktivität der Strecke und Sehenswürdigkeiten berücksichtigt. In der Karte werden gastronomische Betriebe und Sehenswürdigkeiten angezeigt. Hier kann auf umgekehrtem Wege wiederum zu jedem markierten Ort ein Steckbrief aufgerufen werden. Die Streckenführung kann mit ausführlicher Wegbeschreibung als PDF ausgedruckt werden.¹⁷³

Ein weiteres Beispiel für eine Vernetzung im **Radtourismus** ist das Buch „Senne – Die Natur mit dem Rad erleben“. Wie bereits erwähnt, enthält diese Broschüre 9 Routenvorschläge mit textlicher und kartografischer Beschreibung. Sowohl im Text als auch in den Karten wird auf Sehenswürdigkeiten und Gastronomie am oder in der Nähe des Radweges hingewiesen. Zu einigen Themen, die im Text oder mit einem Symbol in der Karte erwähnt werden, bietet das Buch kurze Exkurse mit genaueren Erläuterungen. So wird der Verein Senne-Original, der die Vermarktung regionaler Produkte aus der Landwirtschaft fördert, beschrieben. Jeder Partnerhof ist in der Radkarte mit dem Senne-Original-Logo markiert und kann so von den Radfahrern genauer unter die Lupe genommen werden.¹⁷⁴

Die Streckenführung der beschilderten Radwege in der Senne verbindet eine große Zahl an Sehenswürdigkeiten miteinander. Ein Beispiel hierfür ist die BahnRadRoute Teuto-Senne. Sie führt von Bielefeld bis Paderborn auf ca. 80 km an folgenden 20 Sehenswürdigkeiten bzw. Stationen entlang: Biologische Station Gütersloh/ Bielefeld mit den Rieselfelder Windel und einem Naturbeobachtungsturm, Flugplatz Windelsbleiche, Museumshof Senne, Schäferei Bethel, Landschaftshistorischer Weg Senne, Waldlehrpfad Schloß Holte, 1000-jährige Eiche, Holter Schloss, Furlmühle, Jägerkrug mit Campingplatz, Alte Fockelmühle, Soldatenfriedhof, Emsquelle, Senner Pferde, NSG Moosheide, Heidschnucken-Schäferei, Jagdschloß Hövelhof, NSG Ergarten-Lauerwiesen, Freizeitanlage Lippesee und Schloss Neuhaus mit Schloss- und Auenpark. An der Strecke oder in kurzer Entfernung liegen insgesamt 6 Campingplätze und 21 gastronomische Betriebe.¹⁷⁵

Da auch in der Senne das Radverkehrsnetz NRW installiert wurde, existiert eine gewisse Einheitlichkeit in der Beschilderung. In rot-weißer Optik zeigen entweder Wegweiser mit einem

¹⁷³ vgl. Senne-Portal (2008)

¹⁷⁴ vgl. KIPER/ RÜTHER/ VENNE (2007)

¹⁷⁵ vgl. ADFC-Regionalkarte Ostwestfalen (2008)

Fahrrad-Symbol die Richtung an oder Schilderbäume weisen an Kreuzungen den Weg. Auf den Schildern ist jeweils ein Nah- und ein Fernziel mit Kilometerangabe vermerkt. Das Nahziel ist auf 100 m genau angegeben. Die regionalen Radwege und Fernwege sind dem Radverkehrsnetz NRW unter- bzw. eingeordnet, indem den rot-weißen Wegweisern die Tafeln mit dem zugehörigen Logo angehängt werden. Ein Beispiel für die Vernetzung von Gesundheits- und naturbezogenem Tourismus sind die Angebote der Bad Lippspringe Marketing GmbH. In einigen Pauschalen werden Wellness- und Gesundheitsangebote mit Radfahren, Wandern und Nordic-Walking kombiniert.¹⁷⁶

Die Zusammenstellung der Angebote zu einer übersichtlichen Palette erfolgt zumeist auf den Internetseiten der einzelnen Tourismusverbände. Alle 4 für den Tourismus zuständigen Organisationen pflegen einen eigenen Internetauftritt. Dabei sprechen die Seiten vom Paderborner Land, Gütersloh und Lippe den Besucher direkt an und vermitteln ihm Informationen zum Wandern und Radfahren, sonstigen Aktivitäten, Sehenswürdigkeiten, Veranstaltungen und Übernachtungsmöglichkeiten. Lediglich die Seite der Bielefeld Marketing GmbH liefert dem Touristen abgesehen von einem Gastgeberverzeichnis keine direkten Informationen, sondern verweist auf die Touristinformation oder leitet zum Internetauftritt der Stadt Bielefeld über, wo der Tourismus einen eigenen Bereich hat.

7.2.5 Tourismusmarketing in der Senne

Im Folgenden wird erläutert, in welcher Form die Senne bereits als Tourismusregion vermarktet wird.

Eine so genannte **Dachmarkenstrategie** wird in der Senne nicht verfolgt. Eine Ursache dafür ist, dass die Senne in den räumlichen Ausmaßen, wie sie in dieser Arbeit behandelt wird, bisher nicht als einheitliche Tourismusregion angesehen und organisiert wird. Vielmehr vermarkten sich die Kreise, Gemeinden und Städte eigenständig. Dabei wird die Senne größtenteils als eine attraktive Region für Ausflüge erwähnt. Sowohl die **Tourismusorganisationen** Paderborner Land Touristik und Pro Wirtschaft (Gütersloh), als auch die für ganz OWL zuständige Teutoburger Wald Tourismusmarketing stellen die Senne auf ihren Internetseiten als einzigartige Landschaft dar, die bekannt für ihre Heideflächen ist und sich besonders zum Wandern und Radfahren eignet. Besonders die Touristikzentrale Paderborner Land offeriert die Senne als ein lohnendes Ausflugsziel. Die Definition der Senne bezieht sich jedoch auch hier

¹⁷⁶ vgl. Stadt Bad Lippspringe, c (2008)

auf die eigentlichen Heideflächen. Sehenswürdigkeiten wie die Wassermühlen bei Hövelhof oder das NSG Steinhorster Becken, die sich im westlichen Teil der Senne befinden, werden zumeist nicht mehr in Zusammenhang mit der Senne gebracht, sondern vielmehr mit den Gemeinden.¹⁷⁷

Die einzelnen **Gemeinden** in der Senne, also Oerlinghausen, Schloss Holte-Stukenbrock, Verl, Rietberg, Delbrück, Hövelhof, Augustdorf, Schlangen und Bad Lippspringe werben teilweise mit der Senne als Erholungslandschaft. Die Gemeinde Hövelhof und die Stadt Schloß Holte-Stukenbrock haben die Senne sogar auf der Startseite des Internetauftrittes innerhalb eines Slogans verarbeitet. Hövelhof nennt sich „Das Sennezentrum an den Quellen der Ems“¹⁷⁸ und Schloß Holte-Stukenbrock hat den Zusatz „Senne und mehr“¹⁷⁹ gewählt. Auf den Internetseiten dieser Orte wird die Senne zusätzlich ausführlich in ihrer Entstehung, Landschaft, ihren Sehenswürdigkeiten und Ausflugsmöglichkeiten beschrieben. In Bad Lippspringe wird die Senne als Naturlandschaft vor der Haustür und als geeignet für Naturerlebnis und Radfahren dargestellt. Auf den Internetseiten von Verl sind geführte Wanderungen und Radtouren in die Senne zu finden und Augustdorf definiert sich über seine Lage am Rande der Senne. Auf dieser Internetseite sind auch die Sperrzeiten für den Truppenübungsplatz zu finden, die hier „Sennesperrzeiten“¹⁸⁰ genannt werden. Auf den Internetseiten von Schlangen, Rietberg, Delbrück und Oerlinghausen wird die Senne allerdings nicht erwähnt. Schlangen und vor allem Oerlinghausen definieren sich vielmehr über die Lippe Tourismus & Marketing GmbH und somit über die Ferienregion Lipper Land. Delbrück und Rietberg sehen sich dagegen zum Delbrücker Land und zu den Rietberger Emsniederungen zugehörig.

Eine **Internetpräsenz** besteht durch das Senne-Portal, das unter Kapitel 6.2.4 beschrieben wurde. Auf dieses Forum wurde zur Zeit der Inbetriebnahme in unterschiedlichsten lokalen und regionalen Medien hingewiesen. So veröffentlichten die „Neue Westfälische“ und das „Westfalenblatt“ Artikel und ermöglichten so eine PR in der Region. Einen ständigen Hinweis auf das Senne-Portal liefern die Homepages der Gemeinde Hövelhof und der Stadt Schloß Holte-Stukenbrock. Auch das Naturschutzzentrum Senne weist auf die Internetseite hin und

¹⁷⁷ vgl. Touristikzentrale Paderborner Land, d (2008)

¹⁷⁸ Gemeinde Hövelhof, c (2008)

¹⁷⁹ Stadt Schloß Holte-Stukenbrock, a (2008)

¹⁸⁰ Gemeinde Augustdorf (2008)

stellt auch die Broschüre vor, die zur Inbetriebnahme der Seite entwickelt wurde. Diese Broschüre liegt im Naturschutzzentrum Senne sowie in der Touristinformation Hövelhof aus.

Über die oben erwähnte **Broschüre** zum Senne-Portal hinaus gibt es **Fahrrad- und Wanderkarten** sowie **Bücher**, die sich mit der Senne beschäftigen. Das Spiralbuch „Senne – Die Natur mit dem Rad erleben“ mit dazugehöriger Karte enthält 9 Routenvorschläge für die Senne, der Hefter „Faszinierende Senne zu Fuß“ enthält 21 Vorschläge. Das Buch „Senne und Teutoburger Wald – Natur entdecken und erleben“ beschäftigt sich mit Kultur, Natur, Landschaft und Geschichte der Senne. Diese Karten und Bücher sind ebenfalls im Naturschutzzentrum Senne und der Touristinformation Hövelhof zu erhalten. Darüber hinaus werden sie auch in Buchhandlungen der Region verkauft. Des Weiteren existieren 4 Flyer zu Lehrpfaden bzw. Naturschutzgebieten und ein Veranstaltungskalender für Veranstaltungen im Bereich des Naturerlebens und der Umweltbildung. Diese insgesamt 6 Flyer wurden vom Naturschutzzentrum Senne herausgegeben. Die Bücher und die Karte wurden ebenfalls in Zusammenarbeit mit dem Naturschutzzentrum erstellt und von einem regionalen Verlag und Euronatur herausgegeben.

Über die **PR** in den regionalen Zeitungen hinaus bekam die Senne 2006 ebenfalls einen Platz im WDR-Fernsehen. Die Sendung „Wunderschönes NRW“ widmete am 16.07. eine Folge der Landschaft zwischen Teutoburger Wald und Ems.¹⁸¹ Zusätzlich war die Region durch die Nationalparkdiskussion seit 1998 häufig in den regionalen, landes- und auch bundesweiten Medien vertreten. Die Diskussion drehte sich um die Flächen des Truppenübungsplatzes, angrenzenden Naturschutzgebieten und den Teutoburger Wald und hob die landschaftlichen und naturschutzfachlichen Vorzüge dieses Gebietes hervor.

Sonstige **Image-, Angebots- oder Verkaufswerbung** konnte für die Senne selbst nicht ermittelt werden. Das Paderborner Land gibt verschiedene Urlaubskataloge heraus, in denen die Senne als Ausflugsstipp erwähnt wird. Sie fallen sowohl in den Bereich der Image- als auch der Angebots- und Verkaufswerbung. Einen eigenen Flyer in Form einer Angebotswerbung erhält der Senne-Radweg. Der Flyer enthält eine Karte mit der Routendarstellung und Informationen zu den Städten und Gemeinden, die an diesem Radweg liegen. Auf der Rückseite wird darüber hinaus auf das Senne-Portal hingewiesen.

¹⁸¹ vgl. WDR (2008)

Ein wichtiger Aspekt für die Vermarktung der Gesamtregion ist auch die Initiative „Senne-Original“, die regionale Lebensmittel aus der Land- und Forstwirtschaft vermarktet. Eine regionale Direktvermarktung schärft das Bewusstsein der Bewohner für „ihre Senne“ und auch der Besucher nimmt die Region dadurch besser als ein Ganzes wahr. Zusätzlich verhilft eine solche Initiative, wenn wie in der Senne die Produkte in Geschenkkörben und teilweise auf der Speisekarte regionaler Gasthöfe angeboten werden, einer Region etwas Unverwechselbares zu geben.

8 Beurteilung des Untersuchungsraums

8.1 Nutzerbezogene Bewertung des naturbezogenen Tourismus in der Senne

Um die spätere Bewertung der Tourismuspotentiale in der Senne argumentativ zu unterstützen, wird im folgenden Abschnitt eine nutzerbezogene Bewertung durchgeführt. Durch das Einbeziehen der Nutzer vor Ort erlangt die Gesamtbewertung des Raumes eine höhere Realitätsnähe und Glaubwürdigkeit. Die Meinung eines einzelnen Nutzers ist zwar stets subjektiv und somit nicht wissenschaftlich tragfähig, die Meinungen einer großen Zahl von Nutzern spiegelt jedoch im Durchschnitt eine allgemeine Meinung und somit eine intersubjektivität wider, die argumentativ verwendet werden kann. Dazu werden zunächst die gebräuchlichen Verfahren vorgestellt und eine Methode für das Untersuchungsgebiet entwickelt.

8.1.1 Methoden der nutzerbezogenen Bewertung

Für eine nutzerbezogene Bewertung werden direkte und indirekte Methoden verwendet. Bei der direkten Methode werden die Nutzer vor Ort befragt, gezählt oder beobachtet. Die indirekte Methode bezieht sich dagegen auf Simulationsmaterial und das Vorstellungsvermögen der Befragten. Sie wird meist an einem Ort ohne direkten Bezug zur Fragestellung durchgeführt und bezieht sich auf allgemeine Meinungen zu einem bestimmten Thema. Im Folgenden werden die direkten und indirekten Methoden kurz vorgestellt.¹⁸²

Direkte Verfahren¹⁸³

Die direkten Verfahren sind unterteilt in Frequenzuntersuchung, Beobachtungsverfahren und Befragung.

Bei der **Frequenzuntersuchung** soll durch Besucherzählungen die Nutzungsattraktivität eines Untersuchungsraums ermittelt werden. Diese Methode eignet sich für räumlich begrenzte und klar definierte Untersuchungsaspekte, da sie in multifunktionalen Räumen die Motivation des Besuchers für einen Aufenthalt nicht berücksichtigt.

¹⁸² vgl. HARFST/ SCHARPF/ WÖBSE (1988) in DEMUTH (2000), S. 90

¹⁸³ vgl. DEMUTH (2000), S. 91

Beim **Beobachtungsverfahren** sollen aus den Verhaltensweisen der Nutzer Rückschlüsse auf die Nutzungsmöglichkeiten oder -intensitäten gezogen werden. Die eigentliche Motivation der Nutzer für ihr Verhalten bleibt bei diesem Verfahren jedoch unberücksichtigt.

Bei der **Befragung** wird der Nutzer direkt angesprochen und kann auf diesem Wege seine Meinung äußern. In welchem Grad er dies tun kann entscheidet die Methode der Befragung. Es können offene oder geschlossene Befragungen angewendet werden. Bei der offenen Befragung kann der Nutzer seine Meinung frei äußern, ohne dass ein Rahmen oder ein Antwortschema festgelegt ist. Dies kann in Form eines offenen Interviews oder Fragebogens stattfinden. Die geschlossene Befragung dagegen weist einen vorgegeben Rahmen in Form von festgelegten Fragen und einer eingegrenzten Antwortdimension auf. Für die Durchführung einer geschlossenen Befragung liegen wiederum zwei grundlegende Methoden vor. Die Meinung der Nutzer kann durch eine Präferenzmessung erfasst oder mit Hilfe der beschreibenden Bewertung ermittelt werden. Die Präferenzmessung wird häufig in Form eines Paarbildvergleichs durchgeführt. Der Nutzer muss hier lediglich zum Ausdruck bringen, welches Bild oder Modell er bevorzugt. Die beschreibende Bewertung ermöglicht eine differenziertere Darstellung der Nutzermeinungen und somit auch eine differenziertere Auswertung. Sie kann mit unterschiedlichen Methoden durchgeführt werden. Die Adjektiv-Checkliste stellt eine Auswahl von Adjektiven dar, die vom Nutzer auch in Mehrfachnennung angekreuzt werden können. Bei der Skala-Befragung stehen den Befragten mehr als zwei qualitative Antwortkategorien zur Auswahl, denen verschiedene Zustände zugeordnet werden müssen. Diese Methode kann nicht rechnerisch ausgewertet werden. Das semantische Differential ermöglicht dagegen eine rechnerische Auswertung der Befragung. Die zu bewertenden Gegenstände, Zustände oder Materialien werden anhand einer Skala, beispielsweise von -3 bis +3, bewertet. Aus den Ergebnissen der Befragten kann so für jeden Bewertungszustand ein Mittelwert gebildet werden, der die Durchschnitts-Meinung der Befragten wiedergibt. Wenn diese Mittelwerte in einem Diagramm nebeneinander dargestellt werden, ergibt sich ein so genanntes Polaritätsprofil, das übersichtlich die Präferenzen der Nutzer zeigt. Letztendlich ist eine geschlossene Befragung auch in Form eines Fragebogens möglich. Als Antwortmöglichkeiten bietet sich Multiple-Choice an und auch eine Adjektiv-Checkliste kann beispielsweise in einen solchen Fragebogen integriert werden.

Indirektes Verfahren

In indirekten Verfahren wird häufig Simulationsmaterial verwendet, da sie nicht vor Ort durchgeführt werden und sich zumeist auf ein bestimmtes Thema beziehen, das jedoch nicht

räumlich festzumachen ist. Hier wird an das Erfahrungswissen und Vorstellungsvermögen der Befragten appelliert, das als Basis für eine Einschätzung dient.¹⁸⁴

8.1.2 Entwicklung einer Methode für den Untersuchungsraum

Da es sich in diesem Fall um eine Fragestellung für einen präzisen Raum handelt, eignet sich ein direktes Verfahren für den Untersuchungsraum. Ziel des nutzerbezogenen Ansatzes ist in diesem Fall eine Bewertung der touristischen Strukturen und die Frage, wie die Senne als einheitlicher Raum für naturbezogenen Tourismus wahrgenommen wird. Um präzise Aussagen zu erhalten, können hier keine Beobachtungsverfahren oder Frequenzuntersuchungen zum Einsatz kommen, da Motivationen und Meinungen der Nutzer unberücksichtigt bleiben würden. Somit bleibt die Befragung als geeignetes Instrument für eine Erhebung in der Senne. Da keine zu bewertenden Zustände miteinander verglichen werden sollen und eine Adjektiv-Checkliste zu wenig aussagekräftig für eine derartige Befragung ist, eignet sich die geschlossene Befragung ebenfalls nur bedingt. Ideal für diese Erhebung ist also ein Fragebogen, der flexibler die Aktivitäten und Ansichten der Befragten wiedergeben kann.

Der **Fragebogen** soll so gestaltet sein, dass er von den Befragten eigenständig ausgefüllt werden kann. Dazu eignet sich das Multiple-Choice-Verfahren, bei dem eine Auswahl von Antworten vorgegeben ist und angekreuzt werden muss. Die Antworten sind jedoch so gestaltet, dass unter dem Punkt „Sonstiges“ individuelle Antworten möglich bleiben. Die Einstiegsfrage des Bogens ist jedoch offen gestaltet, um die Teilnehmer zum Denken anzuregen. Die Befragten sollen ihre ersten spontanen Gedanken zur Senne aufschreiben und nicht durch vorgegebene Antworten beeinflusst werden. Zu Anfang werden die Probanden zusätzlich nach Alter, Herkunft, Geschlecht und Familienstand gefragt, um später eine Zielgruppe herauszuarbeiten. Auch die Frage nach der Art der Aktivität und der Begleitung dient dieser Fragestellung. Darüber hinaus soll durch den Fragebogen deutlich werden, wie die Senne genutzt wird und ob die Befragten die Senne als Urlaubsregion kennen und wahrnehmen. Die letzten Fragen beziehen sich auf eine Bewertung des Rad- und Wanderwegenetzes. Der vollständige Fragebogen ist im Anhang zu finden.

8.1.3 Durchführung der nutzerbezogenen Bewertung

Zur Durchführung der Befragung wurden unterschiedliche Orte und Tageszeiten gewählt, um nicht durch die Befragung lediglich einer bestimmten Nutzergruppe das Ergebnis im Voraus zu beeinflussen. So wurde die Befragung sowohl an Ausflugsgaststätten als auch an

¹⁸⁴ ebd.

Sehenswürdigkeiten aus dem Bereich Natur und Kultur oder sonstigen Freizeiteinrichtungen wie dem Lippesee durchgeführt. Der Fragebogen wurde zum Teil von der Interviewerin ausgefüllt oder auch an die Probanden zum eigenständigen Ausfüllen verteilt. Bei der Befragung konnten 100 Personen befragt werden, was den Mindestwert für eine gewisse Repräsentativität darstellt und gewährleistet, die Befragung sinnvoll auswerten zu können.

8.1.4 Auswertung

Die Auswertung des Fragebogens erfolgt je nach Frage unterschiedlich. Zunächst werden die allgemeinen Angaben zur Person ausgewertet, um Aussagen über die Zielgruppe treffen zu können. Die Ergebnisse werden in einem Kreisdiagramm prozentual dargestellt. Bei der ersten Frage, die nach den spontanen Gedanken zur Senne fragt, werden die genannten Aspekte in verschiedene Themenfelder eingeordnet und die Schlagworte nach ihrer Häufigkeit der Nennung sortiert. Die Fragen, die keine Mehrfachnennung zulassen, werden prozentual ausgewertet und ebenfalls in einem Kreisdiagramm dargestellt. Die Fragen mit mehrfachen Antwortmöglichkeiten lassen eine prozentuale Auswertung nicht zu und werden so in absoluten Werten innerhalb eines Säulendiagramms dargestellt.

Zunächst ermöglicht die Auswertung des Fragebogens Aussagen über die **Zielgruppe** für die Freizeitnutzung in der Senne. Es fällt auf, dass unter den Probanden ein höherer Anteil von weiblichen Nutzern (59%) auszumachen ist. Es ist jedoch nicht ausgeschlossen, dass die Befragung hier ein falsches Bild ergibt, da u.a. eine große Frauengruppe befragt wurde. Weiterhin gehört der Nutzer der Senne eher der Altersgruppe 50+ an (49%). In der Altersgruppe bis 30 Jahren konnten auffällig wenig Probanden befragt werden (15%). Zudem hielten sich die meisten Nutzer dieser Altersgruppe am Lippesee auf. Die Frage nach der Herkunft der Befragten zeigt eindeutig auf, dass ein Großteil der Besucher direkt aus der Senne oder der näheren Umgebung kommt (92%) und die Senne für einen Tagesausflug (63%) nutzt. Dabei ist zu beachten, dass die Probanden, die angegeben haben sehr selten (24%) oder zum ersten Mal (12%) in der Senne zu sein, sich zumeist auch für einen Tagesausflug in der Senne aufhielten. So steigt die Zahl der Tagesausflügler ebenfalls auf nahezu 100%. Tatsächlich konnten während der Befragung nur 2 Ehepaare aus den Niederlanden und insgesamt 5 Radfahrer, die den Emsradweg befuhren, als mehrtägige Urlauber aufgespürt werden. Der Zielgruppe kann weiterhin eine hohe Geselligkeit zugeordnet werden, denn viele Nutzer wurden von Freunden, Partnern und Familie begleitet. Oft konnten bei der Befragung größere Gruppen angetroffen werden, teilweise setzten sich die Radgruppen aus 20 Personen zusammen. Lediglich 3 Nutzer waren dagegen alleine unterwegs, darunter 2 Radfahrer und eine Spaziergängerin mit ihrem Hund. Für den Freizeitnutzer der Senne spielen Natur und Landschaft bereits eine sehr wichtige

Rolle. Für 90% sind Natur und Landschaft alleinige (43%) oder mitbestimmende (47%) Beweggründe für den Aufenthalt in der Senne. Nur 10% geben an, aus anderen Beweggründen die Senne zu besuchen. Dabei spielen die Gastronomie und Aktivitäten am Lippesee eine große Rolle. Die häufigste Aktivität der Probanden zum Zeitpunkt der Befragung ist allerdings das Radfahren (48%), gefolgt von der Kategorie „Sonstiges“ mit 21%. Immerhin noch 18% wandern und 13% unternehmen einen Ausflug mit dem Auto. Bei den Ausflügen mit dem Auto sind der Lippesee und gastronomische Betriebe das Ziel. Vor Ort werden oftmals zusätzlich Spaziergänge unternommen. Die naturbezogenen Tätigkeiten Radfahren und Wandern nehmen so zusammen 66% der Aktivitäten ein. Innerhalb der Kategorie „Sonstiges“ steht wiederum die Gastronomie mit 34% an erster Stelle, gefolgt von der Freizeitanlage Lippesee. Des Weiteren unternehmen 19% eine Inline-Skating-Tour und 14% geben an, sich auf einem Campingplatz aufzuhalten. Weitere 10% unternehmen am Befragungstag eine Motorradtour. So sind auch in der Kategorie „Sonstiges“ weitere naturbezogene Tätigkeiten, wie Inline-Skating oder Camping zu finden. Auch die Motorradfahrer geben an, unter anderem wegen der Natur und Landschaft in der Senne zu sein. Zusammenfassend sind die derzeitigen Nutzer der Senne also eher älter als jünger, unternehmen zumeist am Wochenende mit Freunden oder der Familie Tagesausflüge in die nahe gelegene Senne und wollen dort zu einem großen Teil aktiv entspannen, die Landschaft der Senne erleben und das gastronomische Angebot nutzen.

Ergebnisse, die Nutzergruppe der Senne betreffend:

Tabelle 1: Altersverteilung

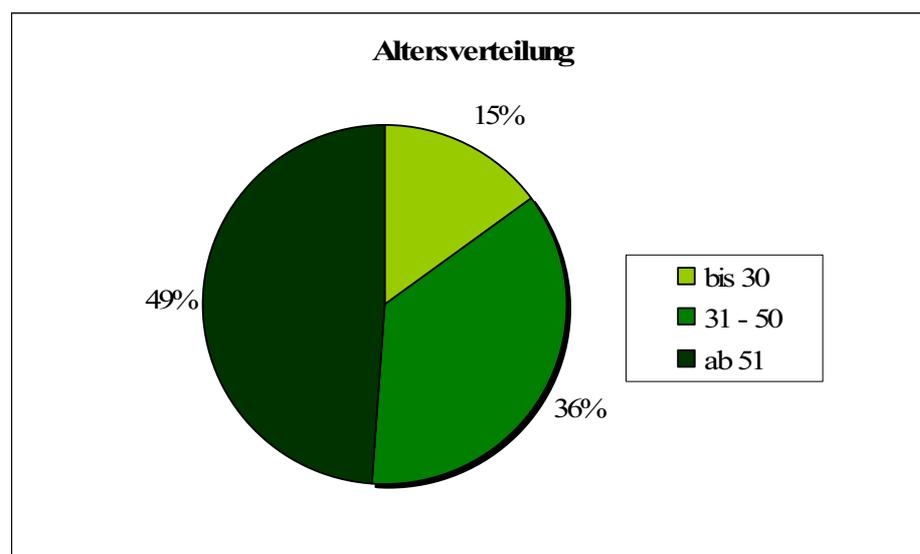


Tabelle 2: Geschlechterverteilung

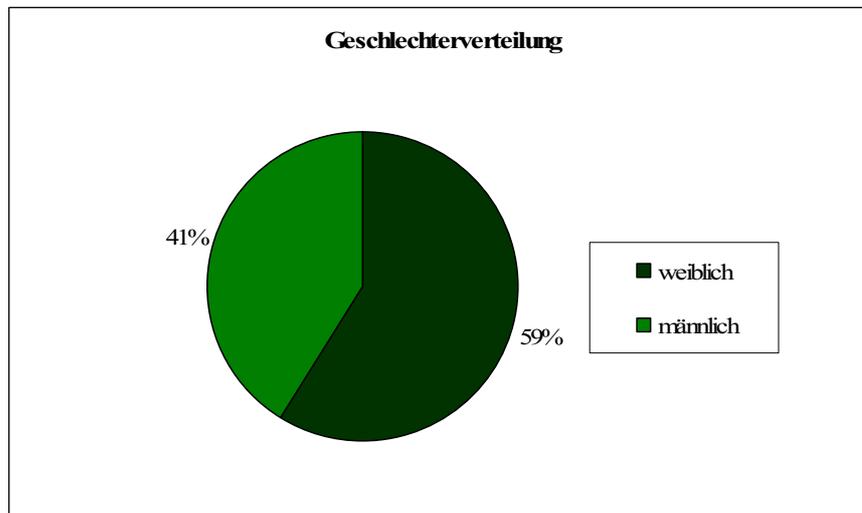


Tabelle 3: Herkunft der Nutzer

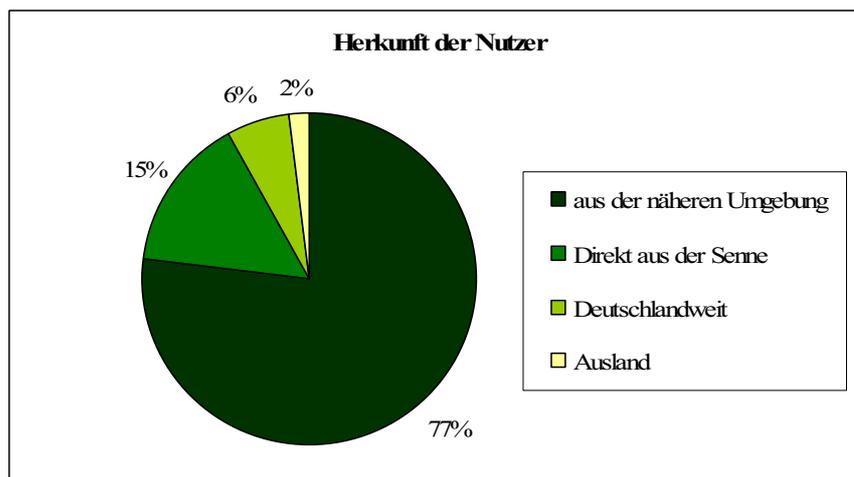


Tabelle 4: Aufenthalt in der Senne

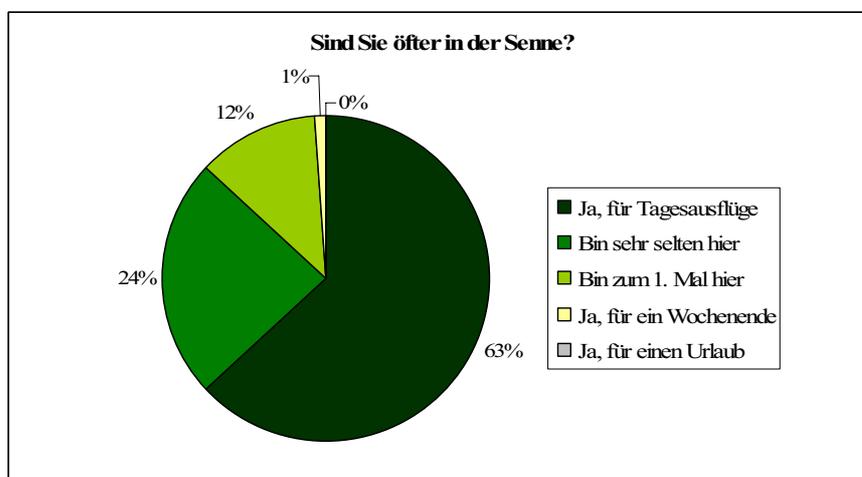


Tabelle 5: Begleitung

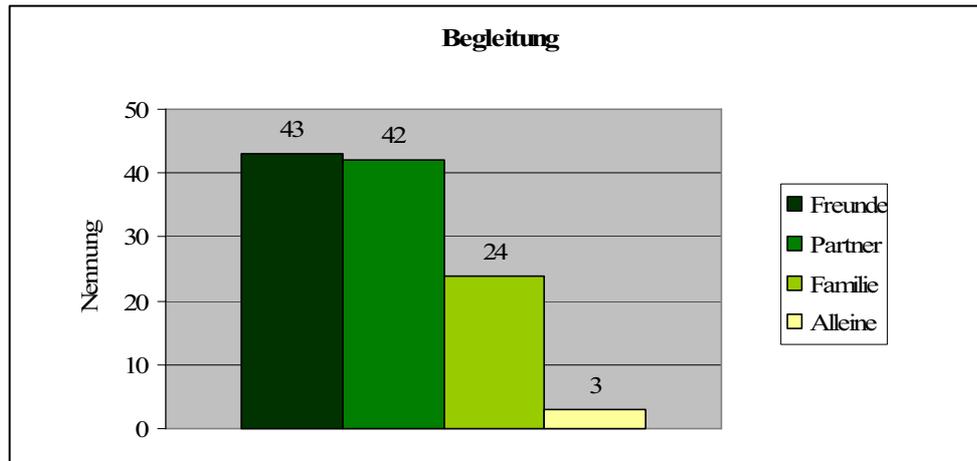


Tabelle 6: Natur und Landschaft als Motivation

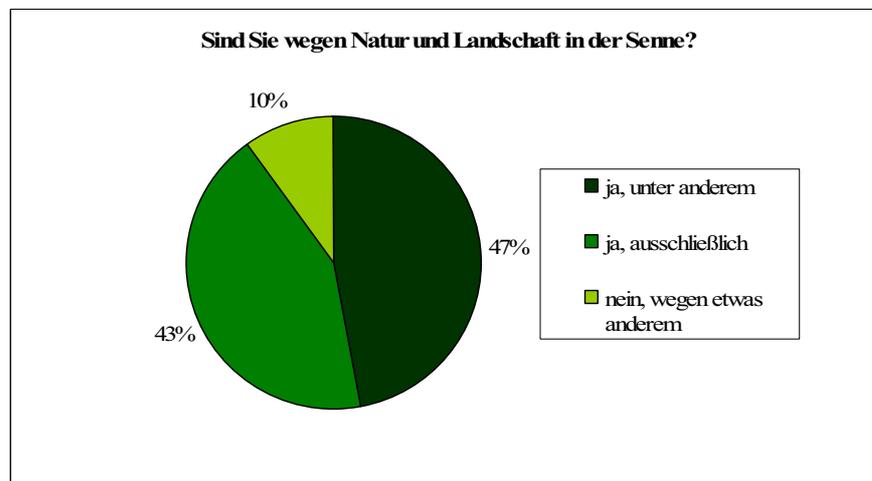


Tabelle 7: Aktivitäten der Nutzer

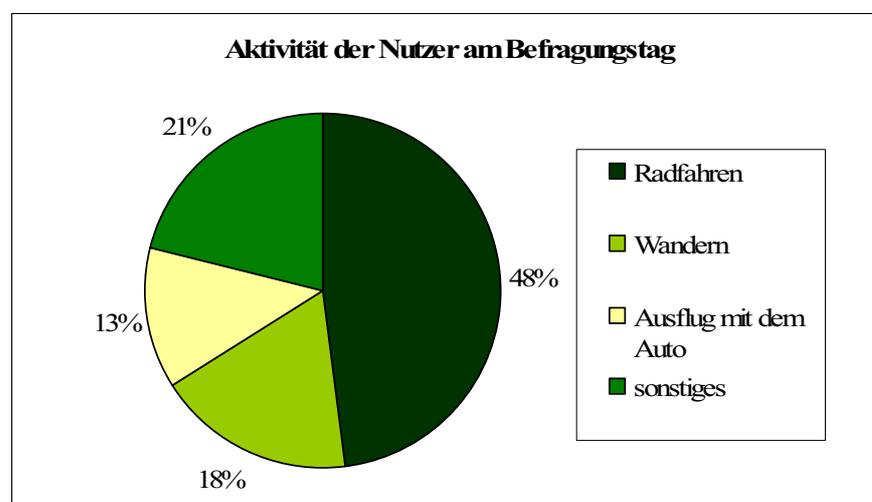
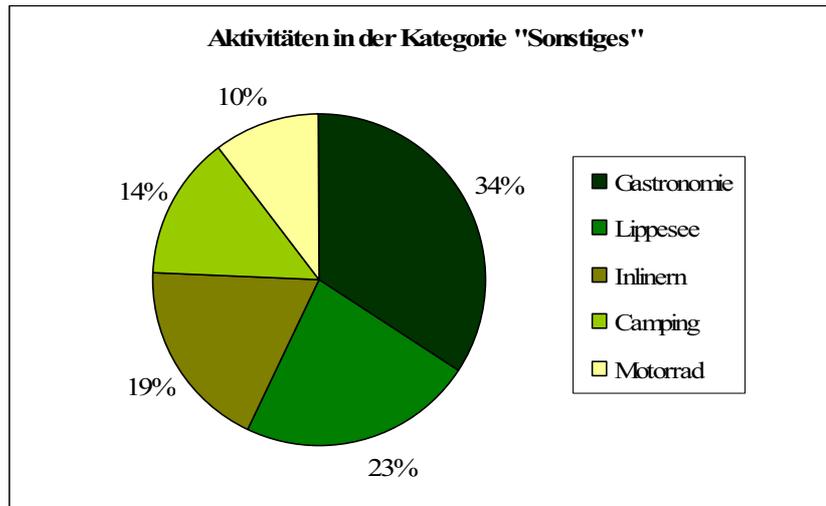
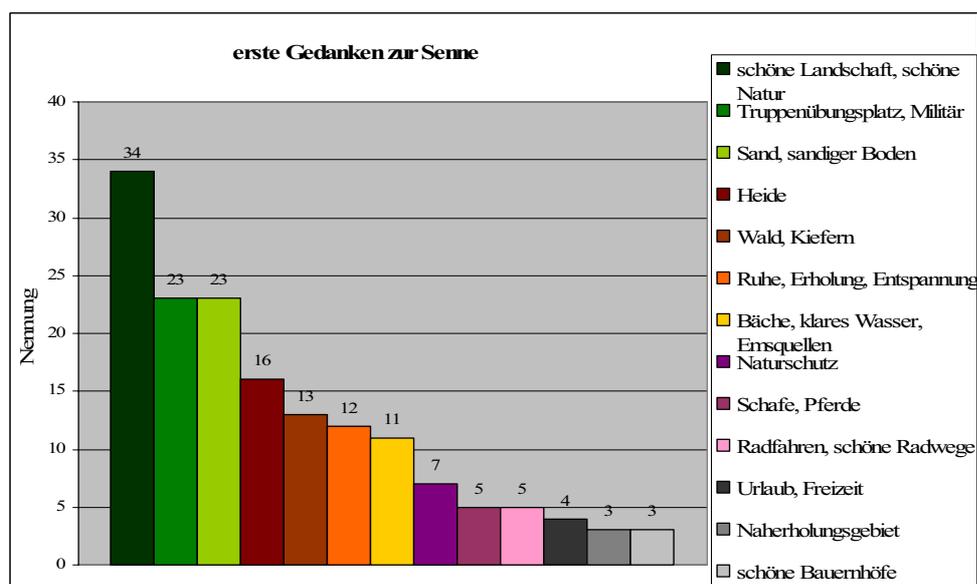


Tabelle 8: Aktivitäten in der Kategorie "Sonstiges"



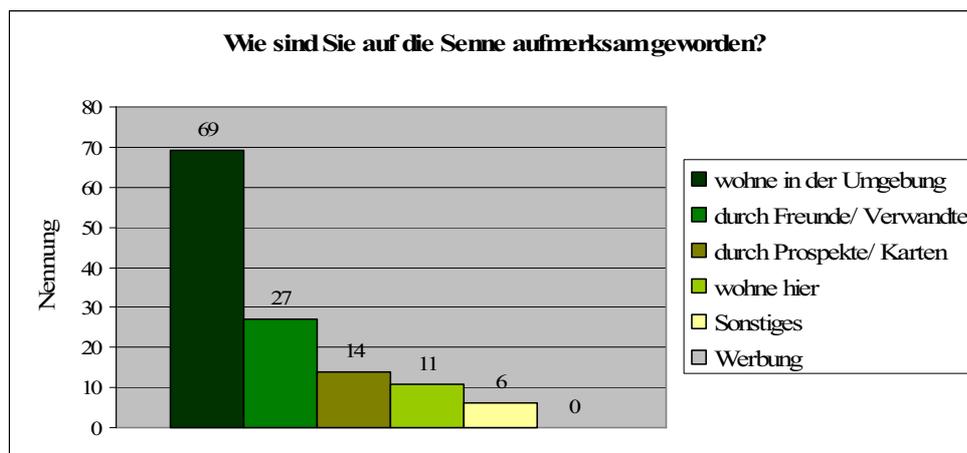
Im Folgenden befasst sich die Auswertung mit der **Wahrnehmung der Senne** durch den Besucher. Zunächst wurden die Probanden gefragt, welche spontanen Gedanken sie mit der Senne in Verbindung bringen. Die mit Abstand häufigsten Angaben befassen sich mit der schönen Landschaft und Natur der Senne. Auf dem 2. Rang steht der Truppenübungsplatz, der eng mit der Senne in Verbindung gebracht wird. Dies ist wahrscheinlich durch die Lage der meisten Heideflächen und Trockenrasen auf dem Truppenübungsplatz bedingt, die, wie die Ergebnisse zeigen, ebenfalls vorrangig mit der Senne assoziiert werden. Insgesamt beziehen sich 74% der ersten Gedanken auf Aspekte von Natur und Landschaft. Das unterstreicht das Image der Senne als Region mit abwechslungsreicher und schöner Natur und Landschaft, die sich für eine naturbezogene Erholungsnutzung eignet.

Tabelle 9: erste Gedanken zur Senne



Das **Marketing** der Senne als eigenständige Urlaubsregion ist, wie die Ergebnisse zeigen, allerdings noch nicht optimal. Ein Großteil der Nutzer ist auf die Senne aufmerksam geworden, weil er aus der näheren Umgebung stammt (69 Nennungen) oder durch Mundpropaganda informiert wurde (27 Nennungen). Weitere 11 Probanden geben an in der Senne zu wohnen und demnach nicht zusätzlich auf diese Region aufmerksam gemacht werden zu müssen. Die 6 Nennungen in der Kategorie „Sonstiges“ beziehen sich auf Kindheitserinnerungen und die Zeit in der Bundeswehr. Damit beziehen sich 113 der insgesamt 127 Angaben auf nicht marketingbedingte Gründe. Lediglich 14 Probanden geben an, zusätzlich oder ausschließlich durch Prospekte oder Karten auf die Senne aufmerksam geworden zu sein. Auf Nachfrage geben diese Besucher fast ausschließlich die Karte zum Emsradweg, das Buch „Senne – Die Natur mit dem Rad erleben“ und andere Karten an, die in den Buchhandlungen der Umgebung erhältlich sind. Zwei Ehepaare aus den Niederlanden sind allerdings durch die Werbung in der heimischen Zeitung und einen Katalog des Paderborner Landes auf die Region aufmerksam geworden.

Tabelle 10: Wie sind Sie auf die Senne aufmerksam geworden?



Insgesamt wissen nur wenige Besucher, wo sie sich über die Senne informieren können. 68% kennen keine derartige Einrichtung. Unter den 32 % der Besucher, die mit „Ja“ antworten, nennen 38% die Biostationen und 34% Informationstafeln, wie beispielsweise an den Emsquellen. Die Touristinformation in Hövelhof scheint mit 9% nicht sehr bekannt zu sein.

Tabelle 11: Informationsstellen in der Senne

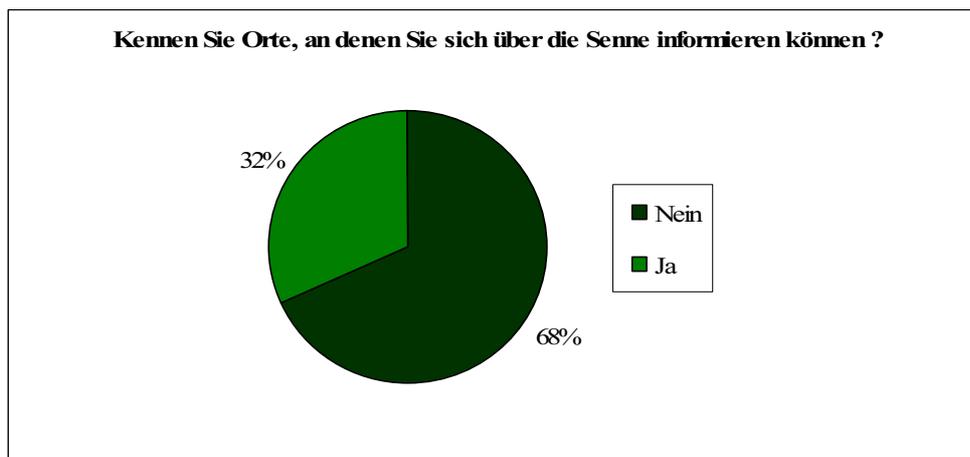
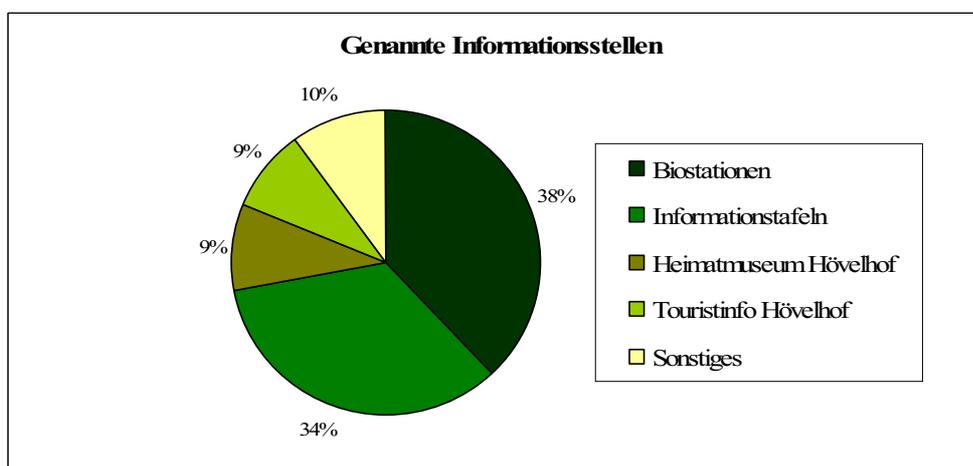


Tabelle 12: Informationsstellen in der Senne 2



Es folgen 2 weitere Fragen, die sich mit der Bekanntheit von Tourismus- und Regionalmarketing in der Senne beschäftigen. Die Frage nach der Internetplattform können nur 10% der Probanden mit „Ja“ beantworten. Von diesen geben einige die Internetauftritte der Gemeinden Schloß Holte-Stukenbrock und Hövelhof an. Insgesamt kennen nur 4 der 100 Befragten das Senne-Portal, das sich ausschließlich mit der Senne, den Radwegen, der Landschaft, Natur, Geschichte und Kultur und auch mit der Gastronomie beschäftigt. Die Initiative „Senne Original“ kennen ebenfalls nur 13% der Befragten. Von ihnen wird sie mit Ausdrücken wie „landwirtschaftliche Produkte“ oder „Vermarktung von Lebensmitteln“ größtenteils richtig beschrieben. Auffällig ist, dass selbst Probanden, die in der Senne wohnen, diese Initiative nicht bekannt ist.

Tabelle 13: Internetplattform

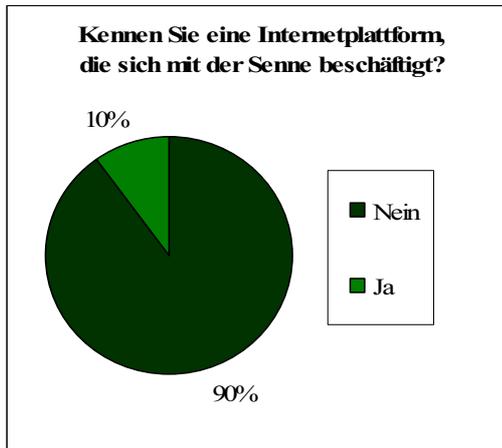
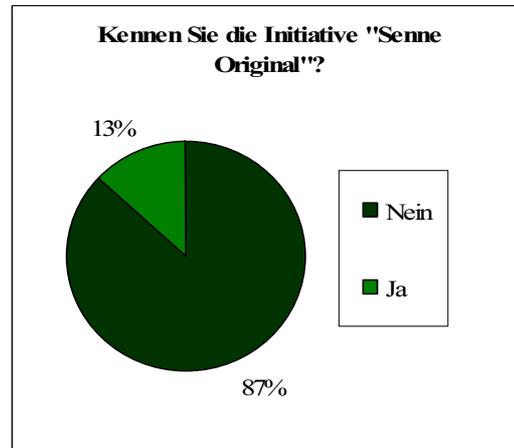


Tabelle 14: "Senne Original"



Die abschließenden Fragen beziehen sich auf die Nutzung und Beurteilung der Senne, vor allem der **Rad- und Wanderwege**. Eine Mehrheit der Befragten (71%) war schon einmal auf dem Truppenübungsplatz. Von ihnen nutzt die Mehrheit die Wege zum Radfahren (42%) und Wandern (19%). Allerdings fahren auch 15% mit dem Auto über den Truppenübungsplatz.

Tabelle 15: Nutzung des Truppenübungsplatzes

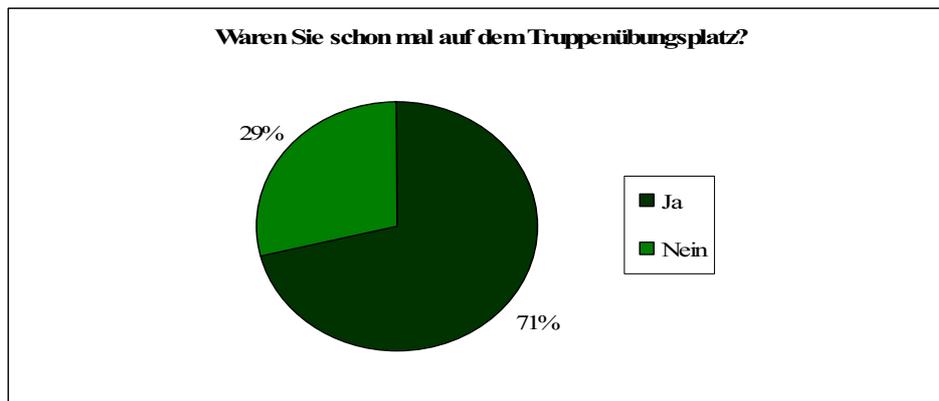
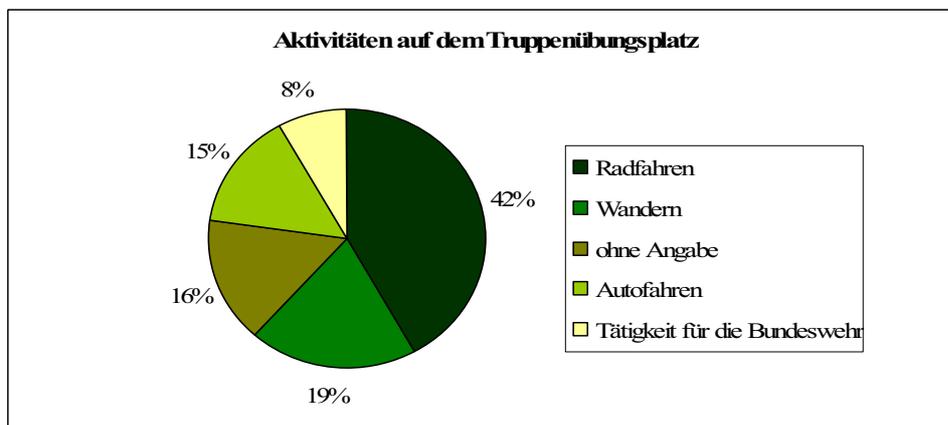


Tabelle 16: Nutzung des Truppenübungsplatzes 2



Die meisten Radfahrer und Wanderer (38 Nennungen) orientieren sich mit Hilfe von Karten. 32 Probanden kennen sich jedoch aus, sodass sie keine Karte/Beschilderung oder nur gelegentlich eine Karte/Beschilderung zur Hilfe nehmen. Dies lässt sich durch die zahlreichen Besucher aus der näheren Umgebung und der Senne selbst erklären, die regelmäßig für Tagesausflüge in die Region kommen. Nach der Beschilderung richten sich 30 Probanden, während nach textlicher Beschreibung nur wenige Nutzer fahren und wandern. Ein Grund dafür könnte die umständliche Handhabung sein, denn eine textliche Beschreibung erfordert ein ständiges Anhalten und genaues Lesen. Die Bewertung der unterschiedlichen Medien ist insgesamt gut. Mit leichtem Vorsprung wird die Beschilderung am besten bewertet. Die Begründungen für eine mäßige oder schlechte Bewertung des Textes lagen jedoch laut Probanden wiederum in der schlechten Handhabe und nicht am Text selber.

Tabelle 17: Orientierung beim Radfahren und Wandern

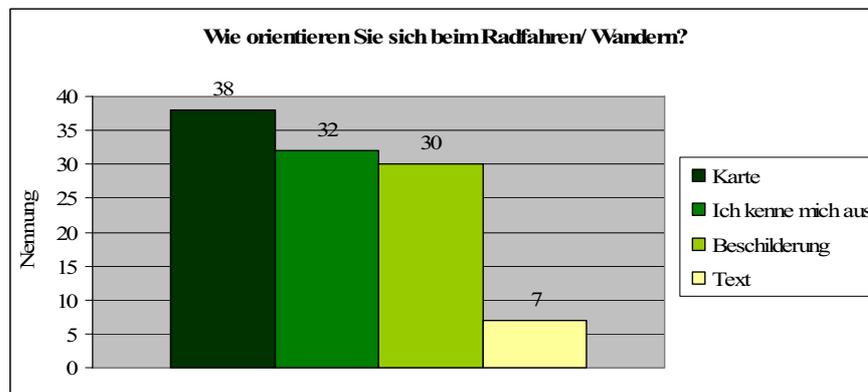
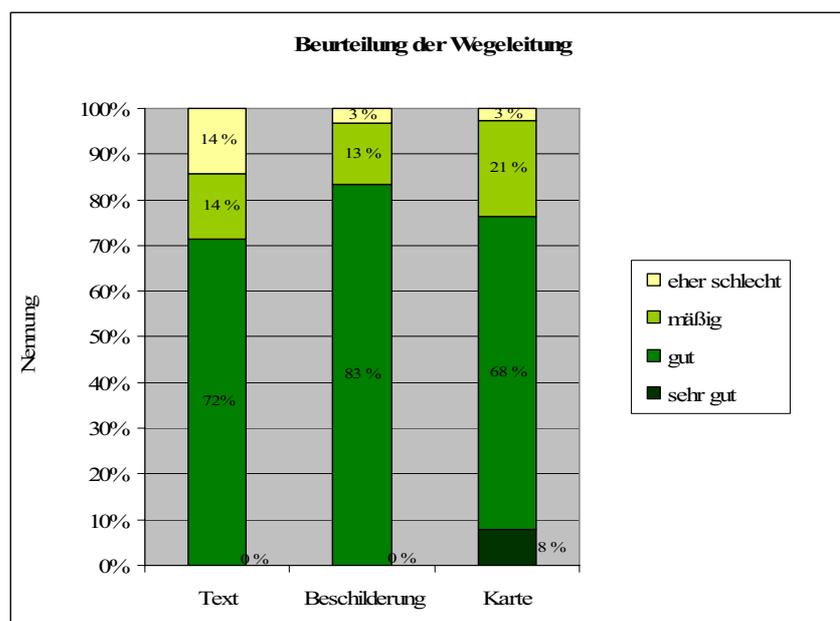
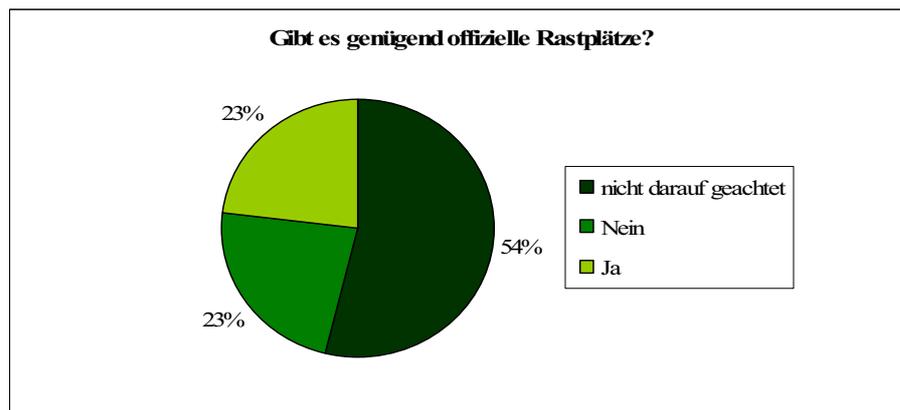


Tabelle 18: Beurteilung der Wegeleitung



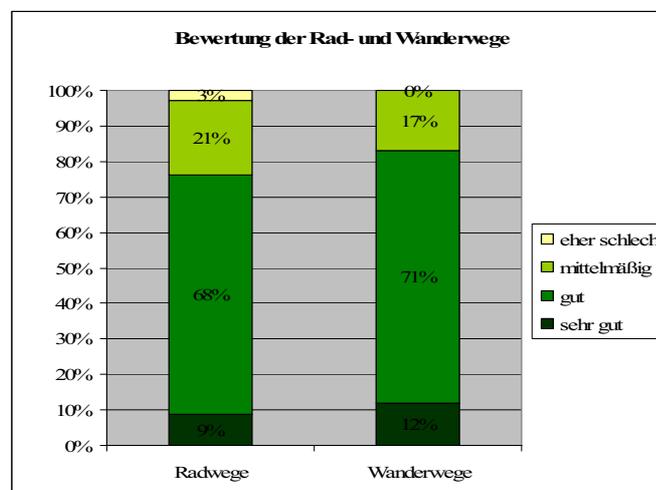
Schließlich sollten die Besucher die Wege und die zugehörige Infrastruktur bewerten. Bei der Frage nach der Anzahl offizieller Rastplätze geben 54% der Probanden an, nicht darauf geachtet zu haben. Das weist darauf hin, dass die Besucher der Senne zu einem Großteil keine Rastplätze nutzen, bzw. vielmehr die gastronomischen Angebote als Rastmöglichkeiten in Anspruch nehmen. Die übrigen Befragten bejahen und verneinen die Frage zu gleichen Anteilen, sodass sich hier kein eindeutiges Bild ergibt.

Tabelle 19: Rastplätze



Die Bewertung des Zustandes der Rad- und Wanderwege ist insgesamt gut. Dabei werden die Wanderwege mit 12% sehr guten und 71% guten Beurteilungen etwas besser bewertet, als die Radwege. Die Wanderwege werden von den Probanden oft zusätzlich für ihre Naturnähe gelobt und aufgrund dieser positiv bewertet, teilweise seien jedoch Brücken und Gelände baufällig. Die mittelmäßigen oder schlechten Bewertungen für die Radwege kommen durch das Vorhandensein von Schlaglöchern und Wellen im Asphalt, verursacht durch Baumwurzeln, zustande.

Tabelle 20:
Bewertung
der Rad- und
Wanderwege



Insgesamt bestätigt die Umfrage ein gutes Naturpotential für einen naturbezogenen Tourismus. Auch die Rad- und Wanderwege bedürfen laut der Probanden lediglich kleiner Verbesserungen. Die große Diskrepanz zu einer etablierten Urlaubsregion ist scheinbar die Darstellung und das Außenmarketing der Senne. Der Besucher kann die Senne kaum als zusammengehörige Urlaubsregion wahrnehmen, wenn er keine Anlaufstellen für Informationen kennt und die wenigen Informationsstellen, die in der Senne existieren, werden scheinbar sehr schlecht dargestellt.

8.2 Beurteilung der Potentiale und Strukturen im naturbezogenen Tourismus

8.2.1 Natur- und Kulturpotential

Verglichen mit dem Naturpotential des Nationalparks De Hoge Veluwe ist die **Naturausstattung** der Senne durchaus als ausreichend für einen naturbezogenen Tourismus anzusehen. Die Größe der Heideflächen und Trockenrasen, deren Vorkommen grundsätzlich positiv zu bewerten sind, beträgt im Nationalpark ca. 2500 ha, in der Senne nehmen diese Flächen ca. 3650 ha ein. Somit kann die Senne durch ihre Größe punkten und eignet sich dadurch besser für den Fahrradtourismus als der Nationalpark, der lediglich 42 km Wegenetz für eine Tagestour bietet. Allerdings ist zu berücksichtigen, dass sich ein Großteil der Senner Heideflächen auf dem Truppenübungsplatz befinden und nicht in der Form für den Tourismus genutzt werden können wie im Nationalpark, wo auf den Wegen täglich von 8 – 20 Uhr gewandert und Rad gefahren werden kann. Der Truppenübungsplatz dagegen kann nur außerhalb der Sperrzeiten am Wochenende oder ab dem späten Nachmittag genutzt werden. Dann ist das Befahren der Wege mit dem Fahrrad und dem Auto sowie Wandern und Reiten erlaubt. Das Verlassen der Wege und Rasten sind jedoch verboten. Darüber hinaus ist die Fläche des Nationalparks zwar kleiner, die Vegetation bietet jedoch im größeren Maß außergewöhnliche Natursehenswürdigkeiten wie Offensandflächen und eine Flugsandlandschaft mit Wanderdünen.¹⁸⁵ Somit könnte die Landschaft als sehenswerter angesehen werden, weil sie extremere Landschaftsbilder aufweist. Die zu beobachtenden Tiere im Nationalpark könnten ebenso als attraktiver angesehen werden. Während in der Senne Vögel, Schmetterlinge und Libellen eher das Interesse von Kennern auf sich ziehen, sind im Nationalpark der Dachs, die Ringelnatter oder der Baumrarder beheimatet. Dam- und Rotwild kann jedoch in beiden Gebieten gut beobachtet werden. Die Umgebungen der Heideflächen haben ein vergleichbares Attraktivitätspotential. In De Hoge Veluwe eröffnet sich dem Besucher eine dünn besiedelte,

¹⁸⁵ vgl. Nationalpark De Hoge Veluwe (2008)

flache Wald- und Wiesenlandschaft mit der Nähe zum Meer, die Senne bietet eine parkartige, flache Kulturlandschaft und die Nähe zum Höhenzug des Teutoburger Waldes. Insgesamt gleichen sich die Vor- und Nachteile gegenüber dem Nationalpark in den Niederlanden also in etwa aus, sodass der Vergleich für die Senne ein ausreichendes Naturpotential für einen naturbezogenen Tourismus aufzeigt. Dieses Ergebnis bestätigt auch die Befragung, wo 90% der Probanden angeben, ausschließlich oder unter anderem wegen der Natur und Landschaft die Senne zu besuchen. Auch wird die Senne spontan mit einer schönen Natur und Landschaft und zahlreichen Elementen aus der Natur assoziiert.

Abgesehen vom Vergleich mit dem De Hoge Veluwe Nationalpark sind in der Senne folgende **Schwächen** im Natur- und Kulturpotential auszumachen: Der Truppenübungsplatz mit seiner einzigartigen Landschaft und den Heideflächen kann sowohl heute als auch in den nächsten Jahren touristisch wenig genutzt werden. Lässt man den Truppenübungsplatz also außer Acht, dann sind die zeitlich unabhängig und weniger eingeschränkt nutzbaren Heideflächen im Naturschutzgebiet Moosheide recht klein und lassen eine Tageswanderung oder -radtour allein durch eine Heidelandschaft nicht zu. Hinzukommt, dass diese Heideflächen und lichten Kiefernwälder zumeist nahe der Autobahn 33 liegen und so die Bedingung der Ruhe für eine Erholungsnutzung nicht an jedem Ort gegeben ist. Die Tier- und Pflanzenarten, die hier und in den Bachauen der Senne beobachtet werden können, sind zwar zu einem großen Teil in ihrem Bestand gefährdet und somit als interessant für Naturbeobachtungen einzustufen, jedoch eher unauffällig und für den Laien schwer zu erkennen und zu beobachten. Ein weiterer negativer Aspekt für die Landschaft außerhalb des Truppenübungsplatzes ist die teilweise starke Zersiedelung, sodass hier wenige ungestörte Flächen mit Naturcharakter existieren.

Auf der anderen Seite ergibt sich hieraus aber die **Stärke** einer harmonischen, parkartigen, abwechslungsreichen Kulturlandschaft. In dieser gewachsenen Landschaft rund um den Truppenübungsplatz findet der Besucher viele Wassermühlen, große Einzelhöfe, alte Kapellen und teilweise alte Wasser- und Jagdschlösser, sowie wie historische Ortsbilder wie in Delbrück.



Abb. 17: Historisches Ortsbild in Delbrück (eigene Quelle)

Die Beweidung der Heideflächen durch Heidschnucken zeigt dem Besucher, wie eine historische Kulturlandschaft gepflegt und bewahrt wird. Durch die Dreiteilung der Landschaft in verschiedene Landschaftsformen und den sandigen Boden mit dem typischen Mais- und Spargelanbau weist die Senne einen hohen Wiedererkennungswert auf. Auch die Eigenschaft „nährstoffärmste Landschaft NRW's“ kann als Alleinstellungsmerkmal genutzt werden. Im NSG Moosheide kommen mit der Wildbahn der Senner Pferde, der Emsquelle und den begehbaren Heideflächen einige Hauptattraktionen aus dem Bereich des Naturpotentials zusammen, sodass hier eine Art Mittelpunkt des Besucherinteresses liegen könnte.

Zusammenfassend ist die Senne keine Landschaft für reine Natururlauber, sondern spricht gleichermaßen natur- und kulturinteressierte Besucher an, die eher eine kulturhistorisch gewachsene, parkähnliche Landschaft mit einzelnen Natur-Highlights schätzen.

Insgesamt war es für das Natur- und Kulturpotential der Senne von Vorteil, dass die Region in der Vergangenheit nur mühsam landwirtschaftlich erschlossen werden konnte und so ein Teil als Militärstandort gewählt wurde, denn

„Dadurch, dass in der Vergangenheit kaum Eingriffe in diese einmalige Landschaft vorgenommen wurden, ergibt sich ein nicht zu unterschätzendes Potential für den Tourismus.“

¹⁸⁶

8.2.2 Tourismusleitbild

Eine Beurteilung des touristischen Leitbildes der Senne kann an dieser Stelle nicht vorgenommen werden, da kein solches Leitbild existiert. Allein diese Tatsache ist jedoch als äußerst negativ einzustufen. Die touristische Entwicklung einer Region sollte immer auf einem

¹⁸⁶ TEGELER (2001), S. 91

Leitbild aufbauen, um eine gezielte Entwicklung zu garantieren und die Anstrengungen zielgenau zu bündeln. Sowohl die Weiterentwicklung der Angebotsstruktur, als auch ein touristisches Marketing der Region kann nur vor dem Hintergrund eines Leitbildes sinnvoll durchgeführt werden. Da in der Senne keine einheitlichen Organisationsstrukturen im Tourismus existieren, ist es in der Vergangenheit und auch gegenwärtig sehr schwer ein einheitliches Leitbild überhaupt aufzustellen.

Der Ansatz des **regionalen Entwicklungskonzeptes** in den Jahren 2000/2001 ließ, obwohl das Konzept durch ein externes Planungsbüro erstellt wurde, ebenfalls einen übergeordneten roten Faden vermissen und setzte sich so aus vielen Einzelprojekten der Gemeinden zusammen, die jedoch nicht aufeinander abgestimmt waren. Die Projektanträge für sich gesehen scheinen teilweise durchaus sinnvoll für die Weiterentwicklung eines naturbezogenen Tourismus zu erscheinen. Alle Projekte in der Übersicht ergeben jedoch eher einen Flickenteppich aus teilweise ähnlichen Maßnahmen. Aus diesen Gründen eignet sich das regionale Entwicklungskonzept der Senne nicht als Grundlage für ein touristisches Leitbild, da es allein auf die finanzielle Förderung einzelner Projekte abzielte. Positive Ansätze des regionalen Entwicklungskonzeptes sind allerdings der Versuch einer Benennung touristischer Entwicklungszonen und die Zusammenfassung von Heimat, Kultur und Tourismus in einem Handlungsfeld. Die Senne wurde in 3 Entwicklungszonen unterteilt. Den Kern bilden die empfindlichen Heideflächen und Trockenrasen der Senne, wo eine touristische Nutzung äußerst sanft und nachhaltig stattfinden sollte. In Richtung der umliegenden Städte Paderborn oder Detmold soll sich die touristische Nutzung intensivieren. Dieses Modell ist in sofern sinnvoll, als dass die Landschaft und Natur der Senne im und rund um den Truppenübungsplatz auf jeden Fall erhalten bleiben muss. Eine zu intensive touristische Nutzung würde das Naturpotential der Region gefährden. Die Zonierung darf jedoch nicht zu einer Vernachlässigung der Kern-Senne gegenüber den umliegenden Städten führen. Im Gegenteil sollte gerade hier die touristische Entwicklung besonders behutsam und arbeitsintensiv vorangetrieben werden, um eine sinnvolle Weiterentwicklung zu garantieren. Die Zusammenfassung von Heimat, Kultur und Tourismus in einem Handlungsfeld ist ein weiterer positiver Ansatz, da wie in Kapitel 3 erläutert diese 3 Bereiche nah zusammenhängen. Ein positives Heimatgefühl der Einwohner wirkt sich auch auf die Unverwechselbarkeit der Region aus, die als wichtig für die erfolgreiche Entwicklung eines naturbezogenen Tourismus gilt. Die Kultur sollte in der Senne ebenfalls in einem Zuge mit dem Tourismus behandelt werden, da ein naturinteressierter Tourist gleichermaßen kulturinteressiert ist (vgl. Kapitel 3).

8.2.3 Angebotsspektrum

Eine grundsätzliche touristische Infrastruktur mit Touristinformationen, Beherbergung und Gastronomie muss in einer Destination vorhanden sein, um die grundlegenden Bedürfnisse des Urlaubers wie Information und Versorgung zu befriedigen.

Im Bereich der **Beherbergung** kann die Senne durchaus mit dem Naturpark Altmühltal mithalten. Das Altmühltal bietet insgesamt 17.345 Betten, wohingegen die Senne lediglich 2.811 Betten zur Verfügung stellen kann. Ein Vergleich der absoluten Zahlen fällt für die Senne so zunächst nicht gut aus. Unter Berücksichtigung der unterschiedlichen Größen der Regionen ergibt sich jedoch auf den 2. Blick ein anderes Bild. Das Altmühltal mit seinen 3000 km² kann 5,78 Betten/km² bieten, während sich die Zahl in der 400 km² großen Senne auf 7,02 Betten/km² beläuft. Somit hält die Senne grundsätzlich eine sehr gute Bettenkapazität bereit. Bei einer näheren Analyse der Verteilung dieser Kapazität fällt jedoch auf, dass sich das Bettenangebot mit 38% stark auf die Senne-Randstadt Bad Lippspringe konzentriert und in der Senne selbst weniger Betten angeboten werden. Allein 77 der insgesamt 102 Ferienwohnungen liegen in Bad Lippspringe. So ergibt sich für die zentrale Senne um Hövelhof und Schloß Holte-Stukenbrock ein mangelndes Angebot an Zimmern und Ferienwohnungen für die Entwicklung eines naturbezogenen Tourismus über den Tagestourismus hinaus. Im naturbezogenen Tourismus sind qualitativ hochwertige Unterkünfte ebenso wichtig wie ein ausreichendes Angebot von Campingplätzen und Bauernhofunterkünften. Qualitativ hochwertige Unterkünfte sind wiederum in erster Linie in Bad Lippspringe zu finden. 10 Hotels oder Ferienwohnungen mit 4 Sternen werden hier Angeboten, insgesamt sind es in der Senne 17. Auf die Fläche der Senne bezogen sind das sogar mehr (0,04/km²) als im Altmühltal (0,02/km²). Das Angebot an Campingplätzen ist ebenfalls als ausreichend anzusehen. Allerdings setzen sich einige Plätze zu einem großen Teil aus Dauerstellplätzen und einer geringen Zahl an Touristenstellplätzen zusammen. Darüber hinaus sind die Campingplätze zumeist nicht für Campingurlauber mit höheren Ansprüchen an Service oder sanitäre Anlagen geeignet. In der Senne fehlt gänzlich ein Angebot von Unterkünften auf dem Bauernhof, die für ein abgerundetes Angebot im naturbezogenen Tourismus jedoch notwendig und sinnvoll sind (vgl. Kapitel 3). Insgesamt ist in der Beherbergung eine Basis vorhanden, die jedoch für einen naturbezogenen Tourismus sowohl in der Kapazität als auch in der Ausrichtung weiterentwickelt werden muss.

Die Senne bietet bereits eine gute Struktur im Bereich der **Ausflugsgastronomie** an. Ländlich gelegene Lokale mit Biergärten oder Cafe-Gärten, die zusätzlich an oder in der Nähe von Radwegen liegen, sind in ausreichendem Maße vorhanden. Viele Radrundwege führen an 5 oder mehr Ausflugsgaststätten vorbei. Teilweise sind die Räumlichkeiten in alten Fachwerkhöfen oder Mühlen untergebracht. Bei der Besichtigung des Untersuchungsraums hat

sich gezeigt, dass diese Ausflugsgaststätten von den Besuchern der Senne, vor allem von Radfahrern, intensiv genutzt werden.



Abb. 18: Der
Jägerkrug
(eigene Quelle)

Die **Touristinformation** in Hövelhof als einzige Informationsstelle, die direkt in der Senne liegt, ist eine sehr dürftige Versorgung der Gäste mit Urlaubsinformationen und Beratung. Allerdings sind hier die Informationen zur Senne allumfassend. Sowohl eigene Orts-Broschüren, als auch Prospekte des Paderborner Landes und die Rad- und Wanderführer, die von der Naturschutzstation Senne herausgegeben wurden, sind erhältlich. Die angebotenen Unterkünfte beziehen sich jedoch nicht auf die Senne, sondern lediglich auf das Gemeindegebiet. Des Weiteren hat sich bei der Befragung gezeigt, dass die Touristinformation in Hövelhof sehr unbekannt bei den Besuchern ist. Dadurch verliert diese Touristinformation stark an Bedeutung, denn der Wert von Informationen hängt von der für den Besucher praktischen Verfügbarkeit ab und nicht von der prinzipiellen Existenz¹⁸⁷. Weitere 4 Informationsstellen in Orten am Rande der Senne beschäftigen sich hauptsächlich mit dem jeweiligen Ort und stellen die Senne als Ausflugstipp dar, sodass der Urlauber diese Touristinformationen nicht als Anlaufstelle für die Senne als Urlaubregion nutzen kann. Rund um den Truppenübungsplatz und in der Oberen und Unteren Senne fehlen weitere Touristinformationen in Orten wie Schloß Holte-Stukenbrock, Verl oder Delbrück. Vor allem in Schloß Holte-Stukenbrock und Delbrück befinden sich einige Sehenswürdigkeiten und Radwege, die das Angebot einer Touristinformation sinnvoll machen. Das Positivbeispiel des Altmühltals zeigt ebenso auf, dass in einem Urlaubskerngebiet in regelmäßigen Abständen Touristinformationen vorhanden sein sollten. Auf Abschnitten des Altmühltalradweges befinden sich ca. alle 13 km derartige Einrichtungen. In der Senne begegnet der Radfahrer auf den 80 km der BahnRad-Route nur der Touristinformation in Hövelhof.

Das **Radwegenetz** der Senne ist von der Anzahl der Radwege als geeignet für die Entwicklung eines naturbezogenen Tourismus mit dem Radtourismus als Schwerpunkt anzusehen. Durch das Altmühltal, wo allerdings der Radtourismus neben dem Wandertourismus einen gleichberechtigten Schwerpunkt darstellt, führen 8 Fern- und Regionalwege. In der Senne, die ungefähr 8x kleiner ist als der Naturpark Altmühltal, sind sogar 11 ausgeschilderte Fern- oder Regionalradwege zu finden, darunter der bekannte Europa-Radweg. Dies ist ein hohes Potential für die touristische Entwicklung der Senne. Unter den Radwegen befinden sich sowohl Themenradwege zu kulturellen Themen (Delbrücker Kapellen-Radweg, Fürsten-Route Lippe, Römer-Route), als auch zu den unterschiedlichen Landschaften der Senne (Senne-Radweg, Senne-Parcours Hövelhof, die Routen des Buches „Senne – Die Natur mit dem Rad erleben“). Diese Angebotsstruktur eignet sich sehr gut für kultur- und naturinteressierte Touristen, wie sie in der Senne angesprochen werden könnten. Der Radführer „Senne – Die Natur mit dem Rad erleben“ ist darüber hinaus als sehr positiv für die Angebotsstruktur in der Senne zu betrachten, da er die gesamte Region der Senne, wie sie in dieser Arbeit definiert ist, erschließt und durch sämtliche landschaftliche Erscheinungsformen der Senne, auch die Heideflächen des Truppenübungsplatzes, führt. Der Radführer bietet leichte und anspruchsvolle Tagestouren. Für kurze Radtouren, die sich beispielsweise für Familien mit kleineren Kindern oder für einen halben Tag eignen, bietet Hövelhof 7 Rundwege an, die 7 – 23 km lang sind. Die Senne hält so für jeden Radfahrer die passende Tour bereit. In der Senne besteht zudem ein recht engmaschiges Netz sich schneidender Radwege, sodass der Radfahrer aus verschiedenen Teilstücken der regionalen Radwege oder Fernradwege eigene Rundkurse zusammenstellen kann.

Da die Senne jedoch in erster Linie für ihre Heideflächen steht, ist es ein Mangel in der Angebotsstruktur, dass nur selten ein Radweg durch Heideflächen oder an ihnen vorbei führt. Dies ist durch die Lage der meisten Heideflächen innerhalb des Truppenübungsplatzes bedingt. Hier können durch die äußerst beschränkte Nutzungsmöglichkeit keine beschilderten Radwege durchführen. Wie die Befragung zeigt, verbinden viele Probanden die Senne jedoch mit den Heideflächen und der Wunsch durch diese Heideflächen zu fahren ist sehr groß. So waren 71 % der Befragten trotz der erschwerten Nutzungsmöglichkeiten schon einmal auf dem Truppenübungsplatz. Dies wirft eine Diskrepanz zwischen den Nutzungswünschen der Besucher und der aktuellen, realistischen Situation auf.

¹⁸⁷ vgl. LUFT (2004), S. 288

In der Senne fehlen darüber hinaus anspruchsvolle Streckenführungen mit stärkerer Höhendifferenz für sportlich ambitionierte Radfahrer oder Mountainbiker. Diese Angebote können jedoch im benachbarten Teutoburger Wald wahrgenommen werden. Die Ausstattung der Radwege selbst ist bedingt zufrieden stellend. Dass die Strecken kaum über spezielle Radwege, sondern zumeist über schmale Landstraßen führen, wirkt sich nicht sehr negativ auf die Qualität aus, da nur selten Autofahrer die ca. 4 m breiten Straßen nutzen. Darüber hinaus sind die Radwege dadurch fast ausschließlich asphaltiert, was ein sehr bequemes Fahren und die Nutzung mit dem Rennrad ermöglicht. Allerdings werden die Wege durch den teilweise schlechten Zustand des Asphaltes negativ bewertet.



Abb. 19:
Typischer Radweg
in der Senne
(eigene Quelle)

Die meisten der 18 offiziellen Rastplätze befinden sich im Bereich des Lippesees, sodass sich für die Senne bei Hövelhof und Schloß Holte-Stukenbrock eine Unterversorgung mit Rastplätzen ergibt. Während der Befragung stellte sich allerdings heraus, dass viele Radfahrer nicht auf Rastplätze achten und für die Auswertung konnte kein aussagekräftiges Ergebnis im Hinblick auf eine ausreichende Ausstattung mit Rastplätzen erzielt werden. Schutzhütten erachten viele Radfahrer als nicht notwendig, sondern geben sich mit Bänken zufrieden. Die Mehrheit nutzt darüber hinaus die Ausflugslokale als Orte zum Rasten. Will die Senne jedoch in Zukunft mehr Familien mit Kindern anziehen, muss das Angebot an Rastplätzen erweitert werden, da es sich diese Zielgruppe weniger leisten kann, essen zu gehen. Die 14 Fahrradstationen mit Reparaturservice sind sehr gleichmäßig auf die Gemeinden und Städte der Region verteilt, sodass ein ausreichendes Angebot vorhanden ist. Eine Radregion wie die Senne müsste allerdings ein besseres Angebot an Leihfahrrädern zur Verfügung stellen. Im Tagestourismus, wie er aktuell in der Senne überwiegt, ist es zwar üblich eigene Fahrräder mitzubringen, soll sich die Senne aber mehr zu einer Urlaubsregion entwickeln, dann ist ein gutes Angebot an Leihrädern

unumgänglich. Als Vorbild könnte hier die ostfriesische Nordseeküste dienen, wo jeder Ort mindestens einen Fahrradverleih bietet.

Das **Wanderwegenetz** der Senne beschränkt sich zu einem großen Teil auf die Obere Senne und die Ausläufer des Teutoburger Waldes. Im Teutoburger Wald selbst existiert ein weitaus umfangreicheres und gut ausgeschildertes Wanderwegenetz, von dem die Obere Senne teilweise profitiert. Hier ist das Angebot an ausgeschilderten Wanderwegen recht hoch. Verglichen mit dem Altmühltal sind in der Oberen Senne in Bezug auf die Fläche sogar mehr Wanderwege vorhanden (Altmühltal: 0,012/km², Senne: 0,08/km²). Die 4 oben genannten Fernwanderwege führen allerdings bis auf eine Ausnahme nicht durch die Senne selbst, denn sie tangieren die Senne lediglich am Rande und enden zumeist in Gemeinden, die zwischen Teutoburger Wald und Senne liegen. Eine Ausnahme bildet nur der Diemel-Ems-Weg, der in der Nähe der Emsquellen endet und so in die Kernflächen der Senne vorstößt. Dadurch, dass die meisten Heide- und Trockenrasenflächen auf dem Truppenübungsplatz zu keiner Zeit erwandert werden können, ist der Nutzungsdruck auf den wenigen Flächen in der Moosheide sehr hoch. In der Moosheide rund um die Emsquellen stehen dem Besucher zahlreiche Möglichkeiten für kleine und größere Rundwege zur Verfügung.



Abb. 20: Wanderweg im NSG Moosheide entlang der Wildbahn der Senner Pferde (eigene Quelle)

In der Unteren Senne bis nach Delbrück und Rietberg sind nur sehr vereinzelt Wanderwege zu finden, da sich hier die Landschaft und die Wegestruktur dafür nicht eignen. Die Landschaft ist nicht mehr reliefiert und es existieren keine Wege mit ausschließlicher Fußgängernutzung. Die Wanderer müssten hier schmale, asphaltierte Landstraßen gemeinsam mit dem Rad- und Autoverkehr nutzen. Die Voraussetzungen für ein ausreichendes Wanderwegenetz existieren in diesem Bereich der Senne demnach nicht. Der Wanderführer „Faszinierende Senne zu Fuß“ versucht die Ebene der Senne mit einzubeziehen, die Wege sind jedoch nicht beschildert und der Wanderer muss auch hier in Kauf nehmen, die Straße mit dem Autoverkehr teilen zu müssen. Während der

Befragung bestätigte sich das Bild, dass die Senne eher eine Rad- als eine Wanderregion ist. Die meisten Wanderer konnten, wie oben beschrieben, in der Oberen Senne und im Bereich der Emsquellen angetroffen werden. Der Zustand der Wanderwege ist nicht im eigentlichen Sinne gut. Es existieren kaum asphaltierte oder geschotterte Wege, sondern naturbelassene, teilweise sandige Wege, die ein gutes Schuhwerk erforderlich machen. Gerade das wird jedoch von den Probanden positiv bewertet und ist für einen naturbezogenen Tourismus ohne Massencharakter als sinnvoll zu erachten. Der Zustand einiger Abschnitte ist jedoch aufgrund gesperrter Brücken als sehr negativ zu bewerten und unbedingt zu verbessern.



Abb. 21: Gesperrter Wanderweg in der Moosheide (eigene Quelle)

Eine für den naturbezogenen Tourismus bedeutsame **Verkehrsinfrastruktur** fehlt in der Senne fast gänzlich. Nur die Nordwestbahn bietet bei regelmäßigen Fahrzeiten eine Transportmöglichkeit für Fahrräder. Das übrige öffentliche Verkehrsnetz der Senne wird durch Busse vertreten, die keine gesonderten Möglichkeiten für einen Fahrradtransport anbieten. Darüber hinaus fahren viele Linien in der Senne nur unregelmäßig und sind auf die Bedürfnisse von Schulkindern ausgerichtet.

Die Angebote zur **Umweltbildung** in der Senne sind von der Anzahl her nur teilweise ausreichend. Die Führungs- und Erlebnisangebote sind mit knapp 50 als ausreichend anzusehen. Im Altmühltal können die Besucher über das Jahr verteilt zwar zwischen 410 Angeboten wählen, allerdings ist die Urlaubsregion sehr viel größer. Auf der anderen Seite werden diese Angebote von lediglich 2 Anlaufstellen angeboten, was die insgesamt 4 Anlaufstellen in der Senne nicht bewerkstelligen. Eine Dauerausstellung zu Flora, Fauna und Biotopen in der Senne ist für die Größe der Region theoretisch ausreichend. Allerdings öffnet die Ausstellung in Bad Lippspringe nur noch auf Anfrage, sodass eine spontane touristische Nutzung hier ausgeschlossen wird. Ein Problem dieser Institution könnte die Lage in Bad Lippspringe sein. Diese Stadt liegt lediglich am Rande der Senne und steht vielmehr für Kur- und Wellnessbetrieb als für naturbezogenen Urlaub in der Senne. Auch das Angebot an Lehrpfaden ist nicht zufrieden stellend. Die 5 Lehrpfade konzentrieren sich lediglich auf 3 Anlaufstellen, was für

eine Fläche von 400 km² nicht ausreichend ist. Aus den westlichen Bereichen der Region sind die im östlichen Rand der Senne gelegenen Lehrpfade mit dem Fahrrad für Familien kaum zu erreichen. Die inhaltliche Struktur der Angebote gestaltet sich insbesondere bei den Führungs- und Erlebnisangeboten etwas einseitig. Da die Anbieter ausschließlich die Biologischen Stationen der Region sind, orientieren sich die Angebote sehr an ökologischen und naturschutzfachlichen Inhalten. Sie richten sich oft an Besucher mit spezialisiertem und engagiertem Naturinteresse, sodass Naturerleben und spannende Angebote für Kinder in dieser Angebotsstruktur zu kurz kommen. Die 2 Tierparke der Region eignen sich nur bedingt für das Nahebringen der heimischen Umwelt. Der Safari-Park Stukenbrock zeigt vorwiegend afrikanische und asiatische Arten und steht in keinem Zusammenhang zu seinem Standort in der Senne. Der zweite Tierpark bei Delbrück zeigt auch heimische Tierarten mit erklärenden Tafeln, was für einen sanften, naturbezogenen Tourismus passender und sinnvoller ist. Hervorzuheben für die Umweltbildung in der Senne ist die Internetseite „Senne-Portal“ mit zahlreichen Steckbriefen zu Themen aus Natur und Landschaft. Der Nutzer kann einzelne Steckbriefe zu Tier- und Pflanzenarten aufrufen oder sich über die Entwicklung der Landschaft informieren. So detaillierte Informationen über Natur und Landschaft bieten nur wenige Tourismusregionen, die für einen naturbezogenen Tourismus stehen. Allerdings zeigt die Umfrage, dass nur wenige Besucher diese Internetseite kennen. Insgesamt hat kaum ein Besucher eine Vorstellung, wo er sich über die Senne informieren kann. Das bestätigt sowohl das Unterangebot, als auch das schlechte Außenmarketing der Einrichtungen und das Fehlen einer zentralen Informationsstelle, wo diese Angebote abgerufen werden können.

Bei den **naturbezogenen Sportarten** steht das Radfahren und Wandern im Vordergrund, was bei den Potentialen in der Senne als sinnvoll zu erachten ist. Dass Wanderstrecken für Nordic Walking und Radwege für Inlineskating genutzt werden können, wurde in der Senne erkannt. So wurde das Angebot an dieser Stelle sinnvoll erweitert und kann mit 10 Nordic Walking-Strecken und 22 Inlineskating-Routen als ausreichend angesehen werden. Allerdings sind die Inlineskating-Strecken nicht beschildert und können nur nach Karte und Beschreibung gefahren werden, was von vielen Nutzern als Nachteil empfunden wird. Wie die Umfrage zeigt, werden so die Inlineskating-Strecken bislang nur bedingt genutzt. Verglichen mit dem Altmühltal sind die Angebote in dem bayrischen Naturpark etwas vielseitiger. Mit Angeboten wie Drachenfliegen, Klettern und Reiten werden hier auch jüngere und abenteuerlustige Besucher angesprochen. In der Senne können neben den Grundangeboten nur der Lippensee und die Lippe im äußersten Süden der Region weitere naturbezogene Aktivitäten bieten. Hier kann der Urlauber baden, segeln und Kanu fahren. Wie die Begehung des Untersuchungsraums und die Befragung zeigten, wird das Angebot am Lippensee intensiv genutzt. Aufgrund der auf 35 km

beschränkten Flussstrecke, die durch die Region führt, sind mehrtägige Kanutouren in der Senne nicht möglich bzw. nur durchführbar, wenn dabei die Senne verlassen wird. Ein positiver Aspekt in der Angebotsstruktur sind die 3 kleineren Badeseen bei Bad Lippspringe und Hövelhof, die offiziell für das Baden freigegeben sind und teilweise über Sandstrand und Rutsche verfügen. Auch dieses Angebot wird gut angenommen. Für eine naturbezogene Tourismusstruktur fehlt ein Reitangebot. Es existieren zwar einige ausgeschilderte Reitwege, jedoch werden für Urlauber, die kein eigenes Pferd haben, keine Reitmöglichkeiten oder Ausritte angeboten. Die landschaftliche Struktur, mit kleinen Wäldchen und dem sandigen Boden, eignet sich jedoch sehr gut für eine Reitnutzung. Reiterhöfe und andere Höfe mit Pferdehaltung sind ebenso vorhanden.

Angebote für Familien gibt es in der Senne nur sehr vereinzelt. Im naturbezogenen Urlaub ist die Familie mit kleinen Kindern jedoch eine wichtige Zielgruppe, die nicht ausgeschlossen werden darf. Die wenigen verstreuten Angebote in der Senne können jedoch kaum eine Familie zu einem Urlaub in dieser Region bewegen. Das zeigte auch die Befragung, wo kaum Familien mit kleineren Kindern angetroffen werden konnten. Schon bei der Unterkunftssuche stehen für Familien keine adäquaten Unterkünfte zur Verfügung. Junge Familien wählen als Unterkunft Ferienwohnungen, von denen es, lässt man Bad Lippspringe unberücksichtigt, viel zu wenig in der Senne gibt. Zusätzlich sind Unterkünfte auf dem Bauernhof überhaupt nicht verfügbar, was eine weitere Schwäche in der Angebotstruktur darstellt. Der Naturpark Altmühltal hat sich besser auf die Zielgruppe Familie eingestellt und eigene Broschüren für den Urlaub mit Kindern zusammengestellt. Sie beinhalten sowohl Aktivitäten als auch Pauschalangebote für Familien. In der Senne stehen derartige Broschüren nicht zur Verfügung. Pauschalen oder eigens entwickelte Angebote für Familien, wie Führungen, andere Aktivitäten oder Karten existieren ebenfalls nicht. Eine Familie mit Kindern müsste sich die wenigen Angebote mühselig selbst zusammensuchen und dabei die vorhandenen Möglichkeiten aus dem Bereich der naturbezogenen Sportarten nutzen.

Das **kulturelle und kulturhistorische Angebot** in der Senne ist abwechslungsreich, wenn auch ohne herausragende Attraktionen, wie sie das Altmühltal mit dem Limes als Weltkulturerbe bieten kann. Trotzdem kann das Angebot ausreichend für die Etablierung eines naturbezogenen Tourismus sein, denn insgesamt liefert die Senne eine höhere Dichte an Orten ($0,053/\text{km}^2$), die sich mit kulturhistorischen Themen beschäftigen, als das Altmühltal ($0,016/\text{km}^2$). Insgesamt bietet das Altmühltal jedoch eine größere Anzahl Besonderheiten, mit der die Senne nicht mithalten kann. Zahlreichen Schlössern und Burgen, dem Limes, begehbaren Höhlen, einem Geschichtsdorf, Mittelaltermärkten und einem Bergwaldtheater im Altmühltal stehen in der Senne Mühlen, Heimathäuser, ein Freilichtmuseum und Bauernmärkte gegenüber. Eine

Besonderheit ist das frühromische Lager in Anreppen bei Delbrück, das mit einem Informationsstand bestückt ist. Ob ein Informationsstand ausreicht, um eine frühromische Stätte dem Besucher, insbesondere Familien mit Kindern zu präsentieren, ist jedoch fraglich. Insgesamt werden die kulturhistorischen Aspekte der Senne sehr schlecht präsentiert. Die Wassermühlen können beispielsweise nicht besichtigt werden oder öffnen nur für Gruppen auf Anfrage. Teilweise fehlen sogar Hinweis- oder Informationstafeln, die auf die alten Mühlen aufmerksam machen. Trotz dieser Mängel ist das Potential in der Angebotsstruktur vorhanden. Rein theoretisch könnte ein engagierter Besucher eine Wassermühle besichtigen, im Heimathaus altes Handwerk kennen lernen, Lehrpfade erwandern, sich im Freilichtmuseum über eiszeitliches bis mittelalterliches Leben informieren und in der Heidschnucken-Schäferei etwas über die historische Nutzung der Heide lernen. Der Besucher muss dafür jedoch Informationen von unterschiedlichsten Stellen einholen und sich um eine Öffnung oder eine Führung kümmern.

Die Einbindung der **Landwirtschaft** in die Strukturen des naturbezogenen Tourismus steckt in der Senne noch in den Anfängen. Ein gutes Potential ist in der Region vorhanden. Die Radwege führen an zahlreichen Höfen mit unterschiedlichster landwirtschaftlicher Ausrichtung von Acker- bis Futterbau vorbei. Die Möglichkeit den Besuchern durch Unterkünfte auf dem Bauernhof und verschiedene Angebote die Landwirtschaft näher zu bringen, wird hier nicht genutzt. Die Direktvermarktungsinitiative „Senne Original“ ist bereits ein sehr guter Ansatz für die Stärkung der Region durch die Landwirtschaft. Verglichen mit der ähnlichen Initiative im Altmühltal, beteiligen sich in der Senne mehr Landwirte an „Senne Original“, sodass eine breite Palette von Lebensmitteln angeboten werden kann. Sehr positiv sind auch die ersten Partnerschaften mit der regionalen Gastronomie und einigen Supermärkten der Region. Dieser Bereich des Marketings sollte jedoch noch ausgebaut werden, um auch die Besucher der Senne auf eine Regionalvermarktung aufmerksam zu machen. Die Befragung zeigte sogar, dass selbst Einwohner die Initiative nicht kennen. Das zeigt, dass zurzeit die Initiative für den Besucher noch zu wenig auffallend und einsichtig ist, um sie als regionale, unverwechselbare Aktion für die Stärkung der Senne wahrzunehmen.

8.2.4 Organisation und Vernetzung

Eine touristische Organisation der Senne als ganze Region findet nicht statt. Demnach fehlt auch eine Tourismusorganisation mit einer zentralen Informations- und Vermittlungsstelle. Da die touristische Entwicklung bei den Gemeinden der 4 Kreise oder bestenfalls bei den Tourismusorganisationen dieser Kreise liegt, unterliegt die Entwicklung einem zu starken „Kirchturmdenken“. Eine beständige touristische Zusammenarbeit unter den Gemeinden

gestaltet sich schwierig, da unterschiedliche Voraussetzungen bestehen und die Entscheidungen zu stark von politischen Hintergründen geprägt werden. Die Teutoburger Wald Tourismusmarketing ist als Dachorganisation für ganz OWL eine Ebene zu hoch angesiedelt, um die Entwicklung und das Marketing der Senne voranzutreiben. Darüber hinaus verfügt die Teutoburger Wald Tourismusmarketing nicht über ausreichende Mittel, um die Organisation einer Tourismusregion zu übernehmen.

Die nicht einheitliche Organisation der Senne wirkt sich sehr negativ auf den Besucher aus. Die **Informationssuche** ist mühsam, da der Urlauber unterschiedliche Internetseiten besuchen oder verschiedene Gemeinden oder Tourismusorganisationen kontaktieren muss, um einzelne Informationen über die Senne zu sammeln. Vor allem die Unterkunftssuche in der Senne gestaltet sich dadurch umständlich. Der Besucher weiß unter Umständen nicht, wo sich die Gemeinde- und Kreisgrenzen befinden oder muss Überschneidungen der Gemeinden mit den zuständigen Tourismusorganisationen beachten. So kann es schwierig sein, in einem vom Besucher eingegrenzten Gebiet alle Unterkünfte in Erfahrung zu bringen. Insgesamt ist der Besucher, der die Senne bereisen will, durch die uneinheitliche Organisation verwirrt, da es mit den touristischen Verbänden der Kreise, den Gemeinden, dem Naturpark, den Biologischen Stationen und der Teutoburger Wald Tourismusmarketing zu viele Akteure gibt, die in Eigenorganisation touristisch arbeiten.

Trotz dieser Mängel gibt es einige positive Beispiele für **Zusammenarbeit in der Region**. Der Senne-Radweg ist beispielsweise ein gemeinschaftliches Projekt aller Anrainergemeinden des Truppenübungsplatzes in Zusammenarbeit mit der Touristikzentrale Paderborner Land. Die Zusammenarbeit und damit auch die Absprache verschiedener organisatorischer Aspekte funktioniert darüber hinaus zwischen der Touristikzentrale Paderborner Land und der Gemeinde Hövelhof sehr gut, wie Herr Westhof, Leiter der Stabstelle Marketing der Gemeinde Hövelhof und Geschäftsführer des Verkehrsverein Hövelhof, bestätigte. Doch obwohl auf diese Weise ein Teil der Senne mit den Kernflächen in der Moosheide unter der einheitlichen Organisation der Touristikzentrale Paderborner Land steht, ist es im Hinblick auf das Ziel eine Tourismusregion Senne zu entwickeln nicht gutzuheißen, unter dem Namen Paderborner Land organisiert zu werden.

Die **Vernetzung innerhalb der Angebotsstruktur** zeigt in der Senne im Radtourismus sehr gute Ansätze. Die Streckenführung erschließt sämtliche Sehenswürdigkeiten der Senne und die zugehörigen Informationsmedien wie das „Senne-Portal“ und das Buch „Senne – Die Natur mit dem Rad erleben“ verbinden die Radrouten mit Informationen zur Gastronomie und zu Sehenswertem rund um Natur und Landschaft. Mit der Beherbergung bleibt allerdings ein

wichtiges Vernetzungselement unberücksichtigt. Das Senne-Portal hat hierfür zwar Kategorien vorgesehen, jedoch sind bisher nur sehr vereinzelt Einträge ohne weitere Informationen zu Preisen oder Art der Unterkunft vorhanden. Ein weiterer negativer Aspekt im Radtourismus sind die häufigen Überschneidungen der Radwege. Während das Kreuzen von Radwegen ein flexibles Radwegenetz mit unterschiedlichen Möglichkeiten zu Rundtouren ergibt, kann das häufige Überschneiden von Radwegen zu einer Unübersichtlichkeit führen. Die einzelne Route ist so nicht mehr unverwechselbar und kann leicht mit anderen Routen verwechselt werden. Teilweise führen 5 beschilderte und 3 textlich erläuterte Routen über mehrere Kilometer auf demselben Weg. Die Beschilderung in der Senne ist Teil des Radverkehrsnetzes NRW und bietet somit ein einheitliches Erscheinungsbild. Noch besteht allerdings Verbesserungsbedarf, da noch nicht alle Wegweiser in dieses System integriert sind und so unübersichtlich sind.



Abb. 22:
Unübersichtlicher
Wegweiser
(eigene Quelle)

Eine unzureichende Vernetzung existiert zwischen allen anderen Angeboten der Senne, wenn sie nicht vom Radtourismus ausgehend vorgestellt werden. Aufgrund der fehlenden einheitlichen Organisation der Senne können auch die Angebote nicht auf einen Blick dargestellt werden. Die Beherbergung, Sehenswürdigkeiten, Aktivitäten, Führungen und andere Angebote können jeweils nur bei den einzelnen Gemeinden bzw. bei den Biologischen Stationen erfragt und müssen vom Besucher

selber zu einem Gesamtbild zusammengefügt werden. Ein kulturinteressierter Tourist findet beispielsweise keine übersichtliche Darstellung der Angebote und Sehenswürdigkeiten in der gesamten Senne, eine Verknüpfung mit der Gastronomie oder anderen Aktivitäten findet überhaupt nicht statt. Diese Tatsachen sind in der Senne unbedingt zu verbessern, da gerade die Wirkung auf den Besucher ein wichtiger Aspekt für die langfristig erfolgreiche Entwicklung eines naturbezogenen Tourismus ist.

8.2.5 Tourismusmarketing

Das Marketing der Senne ist bisher nur unzureichend. Da keine einheitliche Organisation der Senne als Tourismusregion und kein Leitbild existieren, können auch kein geschlossenes Marketing und einheitliche Werbe- und Imageaktionen aufgezogen werden. Die einzigen Medien, die bisher indirekt **Imagearbeit** für die Senne leisten, sind das Senne-Portal und die beiden Bücher „Senne – Die Natur mit dem Rad erleben“ und „Faszinierende Senne zu Fuß“. Diese Bücher sind in den regionalen Buchhandlungen und in der Region selbst in der Touristinformation Hövelhof und am Naturschutzzentrum Senne erhältlich und können so lediglich Menschen aus der näheren Umgebung erreichen. Das „Senne-Portal“, das geeignet wäre auf einfachem Wege eine große Zahl von Menschen zu erreichen, kann diese Menschen trotzdem nicht ansprechen, da es für sich alleine steht und in kein Marketingkonzept integriert ist. So kann der potentielle Gast nicht auf dieses Medium aufmerksam gemacht werden, obwohl die Seite für sich durchaus positiv zu bewerten ist und zu einer positiven Imagebildung verhelfen könnte. Ein ähnliches Beispiel ist die Initiative „Senne Original“. Die bereits erwähnten guten Ansätze und Vorteile, die eine Vermarktungsinitiative regionaler Produkte mit sich bringt, kann der Region noch nicht zu Gute kommen, da der Verein in keinem Marketingzusammenhang steht und weit davon entfernt ist eine Bedeutung zu erlangen, die mit dem Rhönschaf oder anderen Initiativen vergleichbar wäre. Weitere einzelne Zeitungsberichte oder eine Reportage im Fernsehen sind nicht mehr als Stückwerk und können durch die mangelnden touristischen Informations- und Organisationsstrukturen in der Region nicht ihre volle Wirkung erzielen. Gerade weil es kein einheitliches Marketingkonzept gibt, ist es umso positiver zu bewerten, dass die einzelnen Marketingaktionen der Tourismusorganisationen und Gemeinden ein recht einheitliches Bild ergeben. Die Senne erhält hier ein Image als Region mit einmaliger Landschaft, die bestens zum Radfahren geeignet ist.

Insgesamt bleiben in der Senne durch das nicht vorhandene Marketing viele **Potentiale** ungenutzt. Zu einem sinnvollen Marketing-Mix gehören als Basis die Kommunikationspolitik mit einer sinnvollen Image- und Markenbildung, sowie Öffentlichkeitsarbeit und Werbemaßnahmen. Wie schon bei der Organisation und Vernetzung erwähnt, sind Angebote

vorhanden, können aber nicht optimal genutzt werden, weil eine Kommunikationspolitik nicht stattfindet. Das Image der Senne ist bereits sehr naturbezogen, muss jedoch, wie auch die Befragung zeigt, sowohl thematisch als auch räumlich noch weiter in die richtigen Bahnen gelenkt werden. Der Begriff der Senne darf nicht nur für das Gebiet des Truppenübungsplatzes und die angrenzenden Flächen gelten, sondern sollte auch mit der Landschaft bis nach Delbrück und Verl verbunden werden. Zudem verbinden viele Menschen die Senne lediglich mit dem Truppenübungsplatz und dem Militär, was kein wünschenswertes Image für eine Urlaubsregion sein kann. So bleibt die Senne vorerst ein Geheimtipp für Tagesausflüge.

8.3 Übersicht

In der Gesamtbeurteilung bietet die Senne eine gute Basis für einen naturbezogenen Tourismus, jedoch ohne die Aussicht sich zu einer touristischen Topadresse zu entwickeln.

Die **Stärken** der Senne sind das Natur- und Kulturpotential und teilweise die Angebotsstruktur. Die Stärken innerhalb der Angebotsstruktur liegen eindeutig im Radtourismus und weiteren naturbezogenen Sportarten. In vielen Angebotssegmenten, wie beispielsweise im kulturhistorischen Bereich, aber auch bei den Angeboten aus der Landwirtschaft oder der Gastronomie, sind die Potentiale und Strukturen für ein gutes Angebot vorhanden. Eine negative Bewertung erfolgt anschließend jedoch durch die mangelnde Umsetzung oder Verfügbarkeit der Angebote, wodurch die Angebote von Besuchern nur sehr eingeschränkt genutzt werden können. Das betrifft beispielsweise das Senne-Informationszentrum oder die Heidschnuckenschäferei, deren Existenz grundsätzlich sehr positiv zu bewerten ist. Durch die nicht vorhandenen oder sehr unregelmäßigen Öffnungszeiten und eine mangelnde Präsentation können diese Einrichtungen die Erwartungen des Besuchers jedoch nicht erfüllen. Für die junge Familie und im Bereich der Mobilität im Urlaub fehlen Angebote in der Senne. Insgesamt müssen die touristischen Basisangebote wie Beherbergung und Touristinformation ausgebaut werden und die Angebote in der Umweltbildung müssen sich mehr an den naturbezogenen Touristen als Zielgruppe orientieren. Insgesamt ist die Angebotsstruktur für die Weiterentwicklung eines naturbezogenen Tourismus aber bereits sinnvoll gestaltet. Das Natur- und Kulturpotential ist ausreichend und bietet einige Besonderheiten, ohne jedoch mit überragenden Attraktionen große Touristenströme anziehen zu können. Gerade diese Tatsache bietet aber die Chance, behutsam einen nachhaltigen Tourismus mit eher zurückhaltenden Nutzungsintensitäten zu entwickeln.

Die **Schwächen** der Region liegen eindeutig in der nicht vorhandenen touristischen Organisation. Aufgrund dieser fehlenden Organisation kann die Senne dem Touristen gegenüber

nicht als einheitliche Urlaubsregion auftreten, was dem Besucher einige Nachteile bei der Planung und Durchführung eines Urlaubs oder Ausflugs bringt. Zusätzlich sind aus diesem Grund kein Leitbild und kein einheitliches Marketing vorhanden. Da die Senne in 4 Kreisen und 10 Gemeinden liegt, könnte eine einheitliche Organisation die Region auch in Zukunft vor Probleme stellen, zumal Sitzungen mit touristischen Themen bislang oft kontrovers geführt wurden¹⁸⁸. Vor allem ein einheitliches Marketing, das eine Imagebildung und Dachmarkenstrategie, sowie gezielte Öffentlichkeitsarbeit und Werbung mit einbezieht, ist notwendig, wenn die Besuche und Urlaube in der Senne nicht Zufallsprodukt bleiben sollen.

Das folgende **Stärken-Schwächen-Profil** gibt einen zusätzlichen zusammenfassenden Überblick. Als Skalierung wurde ein Nullwert mit Plus- und Minusbereichen gewählt. Dabei steht der Nullwert für einen allgemein erwarteten Durchschnitt. So kann auf den ersten Blick abgelesen werden, ob ein Merkmal über oder unter dem Durchschnitt ist und so eher eine Stärke oder Schwäche darstellt. Aus einer Stärke können Wettbewerbsvorteile gegenüber Konkurrenten erwachsen, aus Schwächen dagegen Wettbewerbsnachteile.

	-2	-1	0	+1	+2
Heideflächen und Trockenrasen					x
Radwegenetz					x
abwechslungsreiche Landschaft				x	
Ausflugsgastronomie				x	
Badmöglichkeiten				x	
sehenswerte Tier- und Pflanzenarten				x	
kulturhistorische Elemente			x		
naturbezogene Sportarten/ Aktivitäten			x		
Wanderwegenetz			x		
Umweltbildung /-information			x		
tour. bedeutsame Verkehrsinfrastruktur		x			
Vernetzung der Angebote		x			
Gästeinformation	x				
Unterkünfte	x				
Angebote für Familien mit Kindern	x				
Marketing	x				
einheitliche Organisation	x				
Tourismusleitbild	x				

¹⁸⁸ Herr Westhof im Gespräch am 03.07.2008, Hövelhof

9 Vorschläge zur verbesserten Entwicklung eines naturbezogenen Tourismus in der Senne

Die Senne muss noch einige Schritte gehen, um die Entwicklung eines naturbezogenen Tourismus voranzutreiben. In der Angebots- und Organisationsstruktur müssen unterschiedliche Entwicklungsschritte gegangen werden. Da in der Senne ebenso ein touristisches Leitbild fehlt, werden alle Themenbereiche und Maßnahmen in ein solches Leitbild integriert. So wird im Folgenden ein Vorschlag für ein touristisches Leitbild entwickelt. Basierend auf der Vision dieses Leitbildes können im Anschluss Vorschläge für verschiedene Handlungsfelder und konkrete Aufgaben und Maßnahmen für die Weiterentwicklung der Angebotsstruktur, der Organisation und ein sinnvolles Tourismusmarketing unterbreitet werden. Die Entwicklung eines Leitbildes ist notwendig, um alle Maßnahmen in einen übergeordneten Zusammenhang zu stellen und in der Planung einen roten Faden erkennen zu lassen. Planungen und Umsetzungen ohne Leitbild führen vielmehr zu zahlreichen Einzelprojekten, die keinen Bezug zueinander entwickeln können. Auf diese Weise kann eine Region kein abgerundetes Angebot und Erscheinungsbild entwickeln.

9.1 Entwicklung eines Tourismusleitbildes

Das folgende Leitbild bezieht sich auf die in dieser Arbeit kartierten Strukturen in der Senne und nimmt so die in Kapitel 7 herausgearbeiteten Stärken und Schwächen auf. Es orientiert sich so weit wie möglich an der Realität und greift Vorschläge aus Gesprächen und Interviews auf. Dennoch erhebt dieses Leitbild keinen Anspruch auf sofortige Durchführbarkeit. Der Zeitrahmen einer Diplomarbeit erlaubt keine Gespräche mit allen beteiligten Akteuren in Bezug auf die Machbarkeit oder Bereitschaft, diesem Leitbild zu folgen. Ein Leitbild wird normalerweise in Zusammenarbeit mit allen Akteuren über viele Monate hinweg erarbeitet. Denn nur, wenn alle Akteure einbezogen werden und ihren Teil zum Leitbild beitragen, kann dieses auch konsequent umgesetzt werden. Darüber hinaus beschreibt dieses Leitbild einen Idealfall in der Entwicklung der Senne.

9.1.1 Die Vision

Herr Westhof, Leiter der Stabstelle Marketing in Hövelhof und Geschäftsführer des Verkehrsvereins Hövelhof, betonte in einem Gespräch den Fahrradtourismus weiter nach vorne bringen zu wollen. Weiterhin dürfe die Tourismusnutzung in der Senne keinesfalls einen Massencharakter aufweisen, sondern müsse durch eine sanfte Nutzung eine nachhaltige

Entwicklung garantieren, die auch die regionale Wirtschaft positiv beeinflusst. Dadurch könne auch das Image und der Stellenwert des Tourismus innerhalb der Region verbessert werden. Außerdem regt Herr Westhof ein gemeinsames Auftreten der Senne mit dem Teutoburger Wald an, um die Angebotspalette und das Naturpotential zu erweitern. Zusätzlich begründet er die Zusammengehörigkeit durch die enge Verzahnung in Bezug auf die Entstehung der Senne nach der Eiszeit. Um das Leitbild möglichst realitätsnah zu gestalten, werden die Anregungen von Herrn Westhof im Folgenden berücksichtigt.

Die Vision beginnt mit den **wichtigsten Leitsätzen** für das zukünftige Image der Region. Für welche Eigenschaften und Angebote will die Senne in erster Linie stehen? Dafür sollte sich die Vision an den Stärken wie Natur, Kultur, Gastronomie und dem Radwegenetz orientieren, aber auch einige Schwächen wie im Bereich des Marketings und der Organisation aufgreifen, um Entwicklungsperspektiven zu schaffen und die Vision nicht zu einer Realitätsbeschreibung verkommen zu lassen. Die Vision könnte daher folgendermaßen beginnen:

„Die Senne steht für eine abwechslungsreiche, parkartige Natur- und Kulturlandschaft am Fuße des Teutoburger Waldes. Die Heideflächen, zahlreichen Sandbäche und lichten Wälder, als auch die Wassermühlen und historischen Höfe bilden die Highlights der Sennelandschaft. Radfahren ist in dieser Landschaft bei gastlicher Atmosphäre und regionalen Köstlichkeiten besonders attraktiv. Durch den benachbarten Teutoburger Wald wird eine besonders kontrastreiche Landschaft und Angebotspalette geboten. Insgesamt bietet die Senne aktive Entspannung in außergewöhnlicher Natur und gewachsener Kultur bei ruhiger und gepflegter Atmosphäre.“

Weiterhin lautet die Vision:

„Die touristischen Angebote orientieren sich am endogenen Potential der Region und bei ihrer Entwicklung sollen wirtschaftlicher Erfolg, ökologische Verträglichkeit und soziale Qualität gleichermaßen berücksichtigt werden. Im Mittelpunkt der Angebotspalette stehen Natur und Kultur, sowie das Radwegenetz und die Gastronomie. Somit bietet die Senne beste Voraussetzungen für „Auch-Natururlaube“ wie Rad-, Wander-, Kultur- oder Bauernhofurlaube, sowie deren Kombination. Der Tourismus hat keinen Massencharakter, sondern ermöglicht Tages- und Übernachtungstouristen bei geringer Nutzungsintensität eine individuelle Gestaltung ihrer Aktivitäten. Die Angebotsstruktur soll Paare und Gruppen mittleren Alters und aktive Rentner genauso ansprechen wie Familien mit Kindern. Durch Synergieeffekte auf den Naturschutz, die Land- und Forstwirtschaft, Handel, Kultur und Gewerbe erhält der Tourismus auch innerhalb der Region ein positives Image. Durch eine sinnvolle Gesamtorganisation der Senne-Region wird das positive Auftreten gegenüber dem Besucher gewährleistet, eine schnelle Kommunikation gefördert und ein einheitliches Marketing garantiert.“

9.1.2 Handlungsfelder

Aus der Strukturkartierung der Senne und der oben verfassten Vision werden nun Handlungsfelder bestimmt, die Themenfelder zusammenfassen und jeweils eigene Ziele und Leitlinien beinhalten. Die Handlungsfelder sollten sowohl das ursprüngliche als auch das abgeleitete Angebot behandeln und sich darüber hinaus mit der touristischen Organisation der Region und der Vermarktung beschäftigen.

Um das Potential der Natur und Landschaft zu erhalten und weiter zu verbessern, sollte sich ein Handlungsfeld mit dieser Thematik beschäftigen. Die Angebotsstruktur kann nicht innerhalb eines Handlungsfeldes bearbeitet werden, da die Palette zu umfangreich und vielschichtig ist. Die Entwicklung der Angebotsstruktur wird daher aufgeteilt in die Felder „Beherbergung“, „Gastronomie und Landwirtschaft“, „Besucherdinformation und Umweltbildung“, „Mobilität“, „naturbezogene Aktivitäten“, „Familie“ und „Kultur(historisches)“. Der Bereich „Familie“ erhält ein eigenes Handlungsfeld, da diese Zielgruppe Bestandteil der Vision ist, in diesem Feld aber kaum Angebote existieren und so ein intensiver Handlungsbedarf besteht. Zusätzlich beschäftigt sich jeweils 1 Handlungsfeld mit der touristischen Organisation der Senne und mit einem sinnvollen Marketing. Zusammenfassend lauten die 10 Handlungsfelder wie folgt:

Handlungsfelder für die Entwicklung eines naturbezogenen Tourismus in der Senne:

1. Beherbergung
2. Gastronomie und Landwirtschaft
3. Besucherdinformation und Umweltbildung
4. Mobilität
5. Natur und Landschaft
6. naturbezogene Aktivitäten
7. Kultur(historisches)
8. Senne für Familien
9. Organisation
10. Marketing

Für diese Handlungsfelder gelten folgende Leitlinien und Oberziele:

„Beherbergung“

Leitlinien: Das Beherbergungsangebot in der Senne stellt alle Unterkunftstypen, vorrangig aber qualitativ gute Pensionen, Hotels, Ferienwohnungen und Campingplätze zur Verfügung. Diese

sind in allen Bereichen der Senne in ausreichender Anzahl zu finden. Die Gäste treffen stets auf freundlichen Service und eine zeitgemäße Ausstattung. Für jede Zielgruppe steht in Zukunft in der Senne eine passende Unterkunft bereit.

Folgende Oberziele werden für den Bereich Beherbergung festgelegt:

- Bei Hövelhof und Schloß Holte-Stukenbrock bis nach Delbrück und Verl wird die Erhöhung der Bettenkapazität durch Ferienwohnungen, insbesondere auf dem Bauernhof, Pensionen und Hotels gefördert.
- Die Unterkünfte sollen einen authentischen, regionalen Charakter haben und nicht auf massentouristischen Ansätzen aufbauen.
- Die Entwicklung von rad-, wander- und familienfreundlichen Unterkünften wird gefördert.
- Auch die Campingplätze sollen sich für Besucher mit höheren Qualitätsansprüchen eignen.

„Gastronomie und Landwirtschaft“

Leitlinien: Die Senne ist schon heute bekannt für ihre zahlreichen Ausflugslokale. Diese Stärke wird kontinuierlich ausgebaut. Besonderer Wert wird auch hier auf einen authentischen und regionalen Charakter gelegt. Die Gastronomie ist mit der regionalen Landwirtschaft verbunden, um die Qualität der Gastronomie zu fördern und einen Beitrag zur regionalen Identität zu leisten.

Folgende Oberziele werden für den Bereich Gastronomie und Landwirtschaft festgelegt:

- Das Potential der zahlreichen historischen Gebäude in der Senne für authentische und gastronomische Angebote soll mehr genutzt werden als bisher. Als Vorbild könnte hier der Jägerkrug, eine ehemalige Poststation, dienen.
- Die in der Senne produzierten landwirtschaftlichen Produkte sollen intensiver in der Region vermarktet werden und so auch den Besucher auf die regionalen Stärken aufmerksam machen.
- Die regionalen Produkte müssen verstärkt in gastronomischen Betrieben der Region angeboten werden.

- Die landwirtschaftlichen Strukturen mit einem hohen Anteil an kleinen Betrieben werden wenn möglich beibehalten und sorgen für Vielfalt in der Landschaft und der Produktpalette.
- Die gastronomischen und auch landwirtschaftlichen Betriebe mit Direktvermarktung sollen besucherfreundlicher gestaltet werden.

„Besucherinformation und Umweltbildung“

Leitlinien: Dem Besucher der Senne steht ein breit gefächertes Informationsangebot zur Verfügung, auf das auf einfachem Wege zugegriffen werden kann. Die Informationsstellen und das Material bieten sowohl Informationen für den Aufenthalt als auch über die Region. Die Umweltbildungsorte bieten zielgruppengerechte Umweltbildung und machen Natur und Landschaft mit allen Sinnen begreifbar. Das Vorhandensein und der Standort der Informations- und Umweltbildungsstellen werden dem Gast nahe gelegt. Darüber hinaus wird auf eine persönliche und individuelle Information großen Wert gelegt.

Folgende Oberziele werden für den Bereich Besucherinformation und Umweltbildung festgelegt:

- Das Angebot an Touristinformationen wird erweitert.
- Die Tourist- und sonstigen Informationsstellen sollen dem Gast besucherfreundliche Öffnungszeiten und kompetente Betreuung bieten.
- Es werden Verweise auf die Informationsstellen durch das Internet oder in Broschüren gegeben.
- Das Angebot in der Umweltbildung soll seinen Schwerpunkt auf die Entwicklung der Sennelandschaft und ihr heutiges Erscheinungsbild samt Flora und Fauna legen.
- Das Angebot an Lehrpfaden zu Themen aus Natur und Umwelt wird erweitert.
- Die Informationsangebote werden frühzeitig aufeinander abgestimmt, um Überschneidungen zu vermeiden.

„Mobilität“

Leitlinien: Der Urlauber ist in der Senne nicht unbedingt auf seinen PKW angewiesen, sondern kann alle wichtigen touristischen Anlaufstellen mit öffentlichen Verkehrsmitteln oder nach

kurzen Entfernungen mit dem Fahrrad erreichen. Der Service und die Information über die Verkehrsmittel sind auf Touristen eingestellt.

Folgende Oberziele werden für den Bereich Mobilität festgelegt:

- Das Busnetz muss zeitlich und räumlich erweitert werden, um dem Urlauber das Erreichen von Zielen wie der Emsquelle in regelmäßigen Abständen zu ermöglichen.
- Der Transport von Fahrrädern muss vor allem in den Buslinien der Region erleichtert werden.
- Die Vorzüge der Senne-Bahn müssen erhalten und erweitert werden.
- In den Bahnhöfen der Senne-Bahn und den Touristinformationen werden Auskünfte und Fahrpläne der Senne-Bahn und der Buslinien ausgelegt.

„Natur und Landschaft“

Leitlinien: Die Natur und Landschaft der Senne werden bewahrt und weiterentwickelt. Natur, Landschaft und Tourismus entwickeln sich zu einem sich gegenseitig stärkenden Gefüge. Natur und Landschaft sind Grundlage für den Tourismus in der Senne. Wo immer möglich werden Schutz und Nutzung von Natur und Landschaft miteinander verbunden. Die touristische Nutzung der Landschaft orientiert sich jedoch an der ökologischen Tragfähigkeit.

Folgende Oberziele werden für den Bereich Natur und Landschaft festgelegt:

- Die Vielfalt der Senner Landschaft mit größeren naturnahen Bereichen auf der einen und der typischen strukturreichen, bäuerlichen Kulturlandschaft auf der anderen Seite muss erhalten bleiben.
- Die wichtigsten Elemente der naturnahen Landschaft in der Senne wie Heide- und Trockenrasenflächen, wertvolle Bachtäler und abwechslungsreiche, standortgerechte und naturnahe Waldbilder sollen erhalten, gefördert und teilweise wiederhergestellt werden.
- Die Landschaft muss vor weiterer Zersiedelung und Zerschneidung geschützt werden.
- Der Truppenübungsplatz, der bereits 1995 im LEP und GEP als „Bereich zum Schutz der Natur“ behördenverbindlich ernannt wurde, soll nach wie vor nach dem Abzug des britischen Militärs dem Naturschutz aber auch der sanften Tourismusnutzung vorbehalten bleiben.

- Die touristische Nutzung der strukturreichen Kulturlandschaft im westlichen Teil der Senne wird gefördert, um den Nutzungsdruck auf die empfindlichen Flächen im und um den Truppenübungsplatz zu verringern.

„Naturbezogene Aktivitäten“

Leitlinien: Die Sport- und Aktivitätsangebote werden natur- und landschaftsverträglich gestaltet. Die Kernangebote sind Radfahren und Wandern. Angebote wie Nordic Walking, Schwimmen und Inline-Skating ergänzen diese Kernangebote zu einer vielseitigen Angebotspalette. Die sportlichen Aktivitäten sind eng mit dem Erleben von Natur, Landschaft und Kultur verbunden.

Folgende Oberziele werden für den Bereich naturbezogene Aktivitäten festgelegt:

- Für eine landschaftsverträgliche Besucherlenkung soll das Angebot offizieller Rastplätze erweitert werden.
- Das Rad- und Wanderwegenetz muss weiter optimiert werden.
- In der Senne sollen Reitmöglichkeiten für Besucher geschaffen werden, um das Angebot naturbezogener Aktivitäten vielseitiger zu gestalten.
- Themenrouten zu Natur, Landschaft und Kultur sollen geschaffen und verbessert werden.

„Kultur(historisches)“

Leitlinien: Natur und Kulturlandschaft können in der Senne gemeinsam erlebt werden. Dafür wird das in der Senne vorhandene kulturhistorische Potential besser genutzt. Den Mittelpunkt des Angebotes stellen die früheren Nutzungsweisen der Landschaft und altes Handwerk dar. Zusätzlich können kulturelle Veranstaltungen besucht werden.

Folgende Oberziele werden für den Bereich Kultur(historisches) festgelegt:

- Kulturhistorische Orte müssen besser in Szene gesetzt und besucherfreundlich gestaltet werden. Dies gilt insbesondere für Radfahrer und Wanderer.
- Frühere Nutzungsweisen und altes Handwerk sollen erlebbar gemacht und auch für Kinder auf interessante Weise vermittelt werden.

- Die regionale Festkultur soll unter kulturhistorischen Gesichtspunkten weiterentwickelt und den Gästen zugänglich gemacht werden.

„Senne für Familien“

Leitlinien: Zukünftig kommen auch Familien mit Kindern gerne in die Senne. Sie finden hier auf einfachem Wege genügend zielgruppengerechte Angebote, um einen interessanten und entspannenden Tag oder Urlaub zu erleben. Die Angebotsstruktur für Familien beschäftigt sich ebenfalls mit den Kernthemen Natur, Landschaft, Kulturhistorie und naturbezogene Aktivitäten.

Folgende Oberziele werden für den Bereich Kultur(historisches) festgelegt:

- Die Weiterentwicklung einer speziellen Angebotspalette für Familien soll gefördert werden.
- Angebote im Bereich der naturbezogenen Aktivitäten, der Kultur und Umweltbildung werden möglichst familienfreundlich gestaltet.
- Darüber hinaus werden spezielle Angebote für Familien innerhalb der anderen Angebotssegmente geschaffen, insbesondere im Bereich der naturbezogenen Aktivitäten, der Umweltbildung, kulturhistorischen Elemente und Beherbergung.
- Es werden eigene Informationsmaterialien für Familien entwickelt

„Organisation“

Leitlinien: Die Organisationseinheit ist von der örtlichen auf die überörtliche Ebene umzugestalten. Die Gemeinden der Region müssen als wichtige Träger der kommunalen Tourismusentwicklung eine einheitliche Organisationsform für die Senne finden, sodass die Kommunikations- und Informationsstrukturen intern und extern verbessert werden können. Die Strukturen ermöglichen dem potentiellen Gast und dem Besucher vor Ort eine schnelle und übersichtliche Informationsbeschaffung.

Folgende Oberziele werden für den Bereich Organisation festgelegt:

- In der Senne stellt ein neuer Organisationsträger, in den auch Vertreter der Gemeinden eingebunden sind, eine zentrale Informationsstelle zur Verfügung, die einen zentralen Buchungsservice und Informationen für die gesamte Senne bietet.
- Die zentrale Tourismusstelle ersetzt nicht die örtlichen Tourismusstellen und Angebote, sondern kooperiert mit ihnen und verweist auf sie.

- Der Besucher soll in der zentralen und den örtlichen Tourismusstellen nicht nur informiert, sondern individuell betreut werden¹⁸⁹.
- Auch im Internet soll eine Plattform alle wichtigen Informationen für einen Aufenthalt in der Senne bieten. Zum Angebot gehören ein Unterkunftsverzeichnis, Aktivitäten, Informationen über Natur und Landschaft, die Orte in der Senne und zielgruppenspezifische Angebote.

„Marketing“

Leitlinien: In der Senne muss ein einheitliches Marketing aufgebaut werden, das zunächst eine sinnvolle Kommunikationspolitik, aber auch eine Preis-, Produkt- und Distributionspolitik beinhaltet. Das Marketing der Senne orientiert sich an den endogenen Potentialen und Stärken der Region und soll die Zielgruppen ansprechen.

Folgende Oberziele werden für den Bereich Marketing festgelegt:

- Der neu gegründete Organisationsträger ist ebenso für die Entwicklung eines sinnvollen Marketing-Mix zuständig.
- Innerhalb der Kommunikationspolitik soll mit Hilfe der Dachmarkenstrategie eine Identität geschaffen werden, die das Besondere und die Persönlichkeit der Senne ausdrückt.
- In Zusammenarbeit mit den örtlichen und privaten touristischen Anbietern erarbeitet der Organisationsträger Produkte, die über eine gezielte Distributionspolitik vertrieben werden.
- Die Möglichkeiten der Öffentlichkeitsarbeit und der Werbung sollen genutzt werden.

9.1.3 Konkrete Aufgaben

Handlungsfeld „Beherbergung“

In der Beherbergung soll die Bettenkapazität im Bereich des Truppenübungsplatzes bis hin nach Verl und Delbrück erhöht werden. Dies könnte sich als schwieriger Prozess gestalten, da hierfür auch in der Bevölkerung ein Umdenken stattfinden muss. Die heutige touristische Situation der Senne wird niemanden dazu animieren, eine Ferienwohnung oder Pension einzurichten. Erst

¹⁸⁹ vgl. LUFT (2004), S. 71

wenn erste Entwicklungen stattgefunden haben, werden auch Anwohner profitieren wollen. Die Region könnte diese Entwicklung durch gezielte Informationen beeinflussen. Die Bevölkerung muss über die touristischen Planungen aufgeklärt und an ihr beteiligt werden. Gleichzeitig muss gezielt auf die mangelhafte Bettenkapazität aufmerksam gemacht werden. Eventuell könnte für die Einrichtung einer Ferienwohnung im genannten Gebiet auch ein einmaliges Fördergeld gezahlt werden. Um den authentischen, regionalen Charakter der Unterkünfte zu garantieren, könnte ein Leitfaden für Beherbergungsbetriebe entwickelt werden, der durch verstärkte Beratung der Vermieter umgesetzt wird. Zusätzlich könnte eine Auszeichnung vergeben werden, die die regionale Zugehörigkeit verdeutlicht. Hier wäre eine Erweiterung der Initiative „Senne Original“ denkbar, die sich bisher nur auf landwirtschaftliche Produkte bezieht.

Für die Förderung von rad-, wander- und familienfreundlichen Unterkünften könnten ebenfalls Auszeichnungen im Sinne einer Zertifizierung vergeben werden. Um die Beherbergungsbetriebe mit regionalem Charakter oder die rad-, wander- und familienfreundlichen Betriebe weiter zu unterstützen, muss die Zertifizierung auf regionaler Ebene durch Marketingaktivitäten hervorgehoben werden.

Die Campingplätze der Region müssen im Bereich der Service-Qualität, der sanitären Anlagen und auf lange Sicht im Hinblick auf die Anzahl der Touristenplätze verbessert werden. Die Service-Qualität bezieht sich vor allem auf eine besucherfreundliche Rezeption, die gleichermaßen als touristische Informationsstelle fungiert. Eine Klassifizierungsinitiative in der Region wäre hilfreich für eine positive Entwicklung.

Handlungsfeld „Gastronomie und Landwirtschaft“

Um das Potential der historischen Gebäude besser zu nutzen, können Initiativen von Anwohnern, in historischen Gebäuden wie Höfen oder Scheunen ein gastronomisches Angebot einzurichten, grundsätzlich unterstützt werden. Die Unterstützung kann vor allem durch professionelle Beratung, Schulungen und Marketingmaßnahmen stattfinden. Gastronomische und direktvermarktende landwirtschaftliche Betriebe können durch eine bessere Beschilderung sowohl für den Auto- als auch für den Radverkehr besucherfreundlicher gestaltet werden. Darüber hinaus sollten in der auf Radtourismus ausgerichteten Senne genügend separate Abstellplätze für Fahrräder vorhanden sein.



Abb. 23:
Fahrradparkplatz
am Jägerkrug
(eigene Quelle)

Unter Besucherfreundlichkeit sind insbesondere die Ausweitung der Öffnungszeiten und das durchgängige Angebot mindestens einer warmen Mahlzeit zu verstehen. Insbesondere in der Mittagszeit und sonntags sollen Radfahrer und Wanderer geöffnete Lokalitäten vorfinden. Bauernhöfe mit einer Direktvermarktung über „Senne Original“ müssen verstärkt mit dem Logo werben und sich mehr für interessierte Besucher öffnen. Dies kann durch Informationstafeln, Hofläden und Führungen umgesetzt werden. Die Initiative „Senne Original“ muss durch weitere gastronomische Betriebe und regionale Vermarkter erweitert werden. Die Richtlinien in Bezug auf die Zusammenarbeit mit den Gaststätten müssen weiter ausformuliert werden. So wäre es wünschenswert, wenn jeder Partnerbetrieb in seiner Speisekarte auf „Senne Original“ hinweist und mindestens 1 Gericht und Getränk aus Senne-Produkten anbietet. Insgesamt könnte „Senne Original“ von der Landwirtschaft auf die Gastronomie und Beherbergung ausgeweitet werden und hier die Betriebe kennzeichnen, die besonderen Wert auf regionale Produkte oder einen regionalen Charakter legen und durch ihre Arbeitsweisen die Wertschöpfung in der Region steigern.

Durch die Stärkung von „Senne Original“ könnten ebenso die Landwirte der Region profitieren, die weiterhin dazu animiert werden, eine vielseitige Produktpalette anzubieten. Dadurch trägt die Initiative auch zum Erhalt der kleinstrukturierten Landschaft bei.

Handlungsfeld „Besucherinformation und Umweltbildung“

Um ein flächendeckendes und sinnvolles Angebot an Touristinformationen bieten zu können, sollten in Schloß Holte-Stukenbrock und in Delbrück Touristinformationen eröffnet werden. In Schloß Holte-Stukenbrock kann eine Information die Obere Senne und auch den Truppenübungsplatz abdecken. Für den Standort Delbrück spricht die Lage in der Unteren Senne, die Nähe zum Lippesee als Freizeitattraktion und der sehenswerte Ort selbst. Die Touristinformation in Hövelhof, die zentral in der Senne liegt, könnte sich auch in Zukunft zur

zentralen Touristinformation der Senne entwickeln. Eine besucherfreundliche Gestaltung der Informationsstellen bedeutet eine gute Ausschilderung an den Radwegen in der Umgebung und im Ort selbst, sowie Öffnungszeiten an den Wochenenden. Insbesondere das Informationszentrum Senne in Bad Lippspringe muss in dieser Hinsicht verbessert werden. In diesem Gebäude am Rande der Senne sind zurzeit keine regelmäßigen Öffnungszeiten möglich. Das kann an einem mangelhaften Konzept, aber auch an einem schlecht gewählten Standort liegen. Bad Lippspringe wird vielmehr mit Kur- und Wellnessaufenthalten in Verbindung gebracht und weniger mit der Senne. Daher könnte ein Standortwechsel des Zentrums in Erwägung gezogen werden. Ein zukünftiger Standort sollte einen direkten Bezug zur Senne haben. Das Gebäude sollte allerdings eine attraktive Architektur bieten und multifunktionale Nutzungen zulassen, sodass hier sowohl Beratung, Wissensvermittlung und Erlebnis stattfinden können¹⁹⁰. Eine Vision in diesem Sinne wäre die Nutzung des Jagdschlusses in Hövelhof.



Abb. 24:
Jagdschloss in
Hövelhof
(Deutschland-
Tourismus, 2008)

Hier könnte zusätzlich die zentrale Touristinformation untergebracht werden. Das Jagdschloss wird heute als Pastorei genutzt.

Im Bereich der Umweltbildung sollten die Touristinformationen mit den Biologischen Stationen kooperieren, da hier bereits ein gutes Angebot existiert. Das Naturschutzzentrum Senne hat bereits in Zusammenarbeit mit dem Naturpark Teutoburger Wald Gästeführer ausgebildet. Der touristische Organisationsträger der Region sollte sich mit diesen Akteuren zusammensetzen und die Angebote durchdenken und umstrukturieren. Für eine zielgruppengerechtere Ausrichtung der Angebote, sollten weniger fachlich spezialisierte Führungen über Gräser, Heuschrecken oder Molche angeboten werden. Vielmehr sollte ein umfassender Blick auf die Natur, die Landschaft und die Geschichte der Landschaft gelegt werden. Die faunistischen Führungen sollten sich immer auf eine bestimmte Vegetationseinheit der Senne beziehen, wie etwa die Bewohner der lichten Kiefernwälder oder der Heide, um die Zusammenhänge nicht aus den Augen zu verlieren. Um Führungen kindgerecht zu gestalten, sollten viele aktive Elemente eingebaut sein. Da in der Senne viele Flächen sehr empfindlich gegenüber zu intensiver

¹⁹⁰ vgl. REVERMANN/ PETERMANN (2003), S. 64 - 65

Nutzung sind und somit das Erleben in der Natur mit allen Sinnen eingeschränkt ist, sollte ein Naturerfahrungsraum ausgewiesen werden, wo das ungestörte Erleben der Natur abseits der Wege möglich ist.

Handlungsfeld „Mobilität“

Der touristische Organisationsträger der Senne sollte das Gespräch mit den betreffenden Verkehrsverbänden suchen, um die Fahrzeiten und Strecken zu optimieren. Um nicht verschiedene Linien aufwändig zu ändern, könnte auch eine Freizeitlinie geschaffen werden, die beispielsweise von Hövelhof aus in einem Rundkurs die wichtigsten Sehenswürdigkeiten wie Heimatmuseum, Heidschnuckenschäferei, Emsquelle und Senner Pferde, Truppenübungsplatz etc. anfährt. Eine Infrastruktur für diese Linie wäre teilweise schon vorhanden. So existiert bereits am Wanderparkplatz Emsquellen eine überdachte Haltestelle, die jedoch nur an 3 Wochenenden im Jahr von einem Bus angefahren wird. Diese Linie und eventuell andere Hauptlinien sollten mit einem Anhänger zur Fahrradmitnahme ausgestattet sein, um Radfahrern das Überbrücken von längeren Abschnitten zu ermöglichen.

Die Senne-Bahnhöfe müssen ansprechend gestaltet werden und Eingangstor zur Senne sein. Bereits am Bahnhof sollen erste Informationen zur Lage und den in der Umgebung liegenden Radwegen vorhanden sein. Die Aufenthaltsqualität an den Bahnhöfen muss durch ein gepflegtes Erscheinungsbild, Sitzmöglichkeiten oder ein Cafe gesteigert werden. Die Parkplätze an den Bahnhöfen müssen ausreichende Kapazitäten für Tagesgäste bieten, da sie oft als Ausgangspunkte für Radtouren genutzt werden. Als vorbildlich können hier die Bahnhöfe in Schloß Holte und Hövelhof genannt werden.

Letztendlich sollten Fahrplan-Broschüren entwickelt werden, die touristisch bedeutsame Ziele hervorheben und in allen Touristinformationen und Bahnhöfen erhältlich sind.

Handlungsfeld „Natur und Landschaft“

Die Heide- und Trockenrasenflächen können durch Fortführung und Ausweitung der Beweidung durch Schafe und die Senner Pferde erhalten bleiben. Bei Bedarf müssen weitere Pflegemaßnahmen wie Entkusselung oder Mahd die Heidepflanzen jung halten und die Flächen vor Verbuschung bewahren. Für eine nachhaltige Waldentwicklung sollten die Altbestände aus Kiefer und Eichen erhalten und ausgeweitet werden. Die Kiefern in der Senne stammen zwar zu einem großen Teil aus Aufforstungsmaßnahmen, sie kommt jedoch von Natur aus auf nährstoffarmen, sandigen und trockenen Böden vor, sodass sich in der Senne Altbestände

gebildet haben, die sich auf ihrem natürlichen Standort befinden und für die Flora und Fauna der Senne von hoher Bedeutung sind. Die Wiesen der Bachtäler müssen nach wie vor extensiv bewirtschaftet werden. Die typischen Baumarten in den Bachtälern wie Erle, Pappel, Esche und Stieleiche müssen darüber hinaus erhalten und weiter zurückgewonnen werden.

Um die Landschaft vor weiterer Zersiedelung zu schützen, sollten die Wohnbauflächen in den Flächennutzungsplänen der Gemeinden eingegrenzt und sinnvoll verortet werden.

Die Kooperation der Biologischen Stationen mit dem britischen Militär muss für eine Entwicklung des Truppenübungsplatzes im Sinne des Naturschutzes und eines sanften Tourismus weiter fortgeführt und intensiviert werden. Dazu könnten Themen wie Landschaftspflege, Sperrzeiten und Wegefreigabe gehören.

Handlungsfeld „naturbezogene Aktivitäten“

Um das Rad- und Wanderwegenetz weiter zu optimieren, müssen die Ausgangspunkte für Wanderungen und Radtouren besucherfreundlicher gestaltet und die Beschilderung der Routen verbessert werden. An Startpunkten müssen Wanderparkplätze mit ausreichenden Parkplätzen und Möglichkeiten zur Müllentsorgung zur Verfügung gestellt werden, die sich nicht mit anderen Nutzungsfunktionen überschneiden. So muss im Furlbachtal das Problem der Parkplatzsuche für Wanderer gelöst werden, die größtenteils den Parkplatz eines Restaurants besetzen. Auf die Qualität der Rad- und Wanderwege muss verstärkt geachtet werden. Zwar wurden die Wege insgesamt positiv bewertet, jedoch müssen Behinderungen und schlechte Abschnitte schneller als bisher beseitigt werden. So müssen dringend einige Brücken im Bereich der Oberen Senne erneuert werden. Die Beschilderung für Radfahrer muss weiter optimiert werden. Zwar sind auch in der Senne Wegweiser des NRW-Systems aufgestellt worden, die Wegeführung stimmt aber in vielen Fällen nicht mit den touristischen Routen überein, sodass es hier zu einer sehr unterschiedlichen Gesamterscheinung in der Beschilderung kommt. Der Radfahrer kann hier keine einheitliche Gestaltung erkennen, an der er sich orientieren kann. So sollten für die ganze Senne einheitliche Wegweiser erstellt werden, die bei gleicher Optik die unterschiedlichen Streckenlogos integrieren. Die Wegweiser sollten jedoch bei Bedarf auch in das NRW-System optisch integriert werden können. Des Weiteren werden an den Strecken fahrradfreundliche Beherbergungsbetriebe und Gaststätten, sowie Touristinformationen und die wichtigsten Sehenswürdigkeiten ausgeschrieben. Am Parkplatz Emsquelle, an ausgewählten Stellen in der Moosheide, im Holter Wald und dem Furlbachtal, sowie in der Unteren Senne zwischen Delbrück und Verl sollten Rastplätze in Form von Bänken mit Tisch und der Möglichkeit zur Müllentsorgung entstehen.

Das Radwegenetz der Senne bietet bereits eine Route zu Natur und Kultur, den Senne-Parcours Hövelhof. Die Streckenführung verbindet alle Landschaftsformen der Senne, führt an wichtigen Naturschutzgebieten wie der Moosheide, Erdgarten-Lauerwiesen oder Steinhorster Becken entlang und zeigt Kultur im Heimatmuseum, in verschiedenen Orten und anhand der Wassermühlen. An den Stationen muss jedoch die Erlebbarkeit verbessert werden. Die Wassermühlen müssen zu besichtigen sein, das Heimatzentrum in Hövelhof darf nicht nur nach Anmeldung zu besichtigen sein, ebenso die Heidschnuckenschäferei, die Jungendstilkapelle und das Dorfschulmuseum. In der Senne bietet sich darüber hinaus eine Route zu den Themen Landwirtschaft und (historische) Wirtschaftsweisen an. Wenn sich die Initiative „Senne-Original“ auf oben beschriebenem Wege weiterentwickelt, könnte die Route an zahlreichen „Senne-Original“ Mitgliedshöfen und -gaststätten entlangführen. Die Radfahrer können sich an den Höfen über die Produkte und deren Produktion informieren, Einblicke in Stallungen und Geräte erhalten oder in einem Hofcafe rasten. In den Gaststätten können die Produkte umgehend „getestet“ werden.

Um Reitmöglichkeiten zu schaffen, werden Reiterhöfe und andere Höfe mit Pferdehaltung über die Notwendigkeit dieses Angebots in der Senne informiert. Eine Beratung und Unterstützung im Marketing wird von Seiten des touristischen Organisationsträgers garantiert. Gleichzeitig muss auch das Reitwegenetz ausgeweitet und besser beschildert werden, um die Durchführung von Ausritten zu erleichtern. Die Möglichkeit auf dem Truppenübungsplatz zu reiten muss unbedingt erhalten und ausgeweitet werden.

Handlungsfeld „Kultur(historisches)“

Kulturhistorische Orte, die besser in Szene gesetzt und besucherfreundlicher gestaltet werden müssen, sind vor allem die Henken- und die Furlmühle, das Dorfschulmuseum in Riege, das Heimatzentrum in Hövelhof, die Jugendstilkapelle und die Heidschnuckenschäferei bei Hövelhof.



Abb. 25:
Dorfschulmuseum
in Riege
(eigene Quelle)

Die Mühlen sollten für eine minimale Besucherinformation mit Informationstafeln bestückt und darüber hinaus teilweise zugänglich gemacht werden. Das Dorfschulmuseum, das Heimatzentrum und die Heidschnuckenschäferei müssen regelmäßige, tägliche Öffnungszeiten bieten, um Touristen einen Besuch zu ermöglichen. Auch die Jugendstilkapelle sollte in Zukunft nicht nur nach Anmeldung zu besichtigen sein. Alle Museen und Einrichtungen müssen Abstellmöglichkeiten für Fahrräder bieten und in die Beschilderung des Rad- und Wanderwegenetzes aufgenommen werden.

Um das historische Handwerk erlebbarer zu machen, muss dieses vorgeführt und zum selbst Ausprobieren angeboten werden. Aufgrund des hohen Personalaufwandes könnte hier einmal wöchentlich ein derartiges Angebot im Heimatzentrum, im Freilichtmuseum Oerlinghausen und im Museumshof Senne stattfinden. Das Freilichtmuseum Oerlinghausen bietet bereits jeden Sonn- und Feiertag Vorführungen in alten Handwerkstechniken.

Bei allen regionalen Festen soll ein Bauernmarkt einen festen Bestandteil bilden. Reine Bauernmärkte, wie der alljährliche auf Steinkröger's Hof bei Friedrichsdorf, werden häufiger im Jahr veranstaltet, als bisher. Für alle Veranstaltungen dieser Art liegt in den Touristinformationen eine Broschüre aus.

Handlungsfeld „Senne für Familien“

Um die gesamte Angebotspalette der Senne möglichst familienfreundlich zu gestalten, muss bei den kindergeeigneten Aktivitäten wie Reiten, Radfahren, Kanu fahren und Inline-Skating besonders auf Sicherheit und familiengerechte Angebote geachtet werden. Reiten für Kinder, geführte Rad- und Kanutouren für Familien, sowie Vermietung von Kinderfahrrädern müssen im Programm enthalten sein. Notwendig sind auch Preisrabatte für Familien. Wie schon im Handlungsfeld „Kultur(historisches)“ erläutert, muss Kultur in der Senne erlebbar gemacht werden und „zum Anfassen“ sein, um diese Themen für Kinder interessant zu machen. Im Bereich der alten Handwerkstechniken können Kurse und Aktionstage für Kinder angeboten werden, in denen sie beispielsweise Körbe flechten, Bögen bauen, schmieden oder einen mittelalterlichen Tag erleben können. Auch hier müssten einige Einrichtungen dem Freilichtmuseum Oerlinghausen folgen, das bereits viele Aktionen anbietet. Im Bereich der Umweltbildung müssen neue Führungen konzipiert werden, die Zusammenhänge einfach vermitteln und die Eigenaktivität der Teilnehmer fördern. Ausstellungen und Museen in der Senne sollten ein interaktives Konzept verfolgen, wo es durch Ausprobieren und Einsetzen der Sinne viel zu entdecken gibt.

Im Bereich der Beherbergung müssen Unterkünfte auf dem Bauernhof geschaffen werden. Ferienwohnungen und Heuhotels mit Einblick in das Bauernhofleben sind bei Familien sehr begehrt und fördern bei den Besuchern zusätzlich das Verständnis für Vorgänge in der Landwirtschaft. Auch hier können geeignete Höfe (mit Tierhaltung) über die Notwendigkeit des Angebots informiert und durch Beratung und Marketing unterstützt werden.

In einer eigens für Familien entwickelten Broschüre, die in allen Touristinformationen ausliegt, werden alle Angebote für Familien und spezielle Angebote für Kinder zusammenfassend dargestellt.

Handlungsfeld „Organisation“

Die erste konkrete Aufgabe für eine bessere touristische Organisation der Senne ist die Gründung eines Gebietsausschusses, dem die wichtigsten Akteure, wie die Gemeinden, die Fremdenverkehrsvereine der Gemeinden und Vertreter aus Wirtschaft und Gastgewerbe sowie sonstige Akteure im Tourismus und der Öffentlichkeitsarbeit angehören. So entsteht eine kooperativ organisierte Tourismusförderung, die durch die Beteiligung der Leistungsträger die Wirtschaftlichkeit der Entwicklung im Blick behält¹⁹¹. Dieser Gebietsausschuss kann nun unter professioneller Anleitung ein touristisches Leitbild erstellen und erste Schritte für die Entwicklung einer naturbezogenen Tourismusregion Senne einleiten. Dazu können bereits eine gesamträumliche Koordination und Aufbereitung der Angebotsstruktur gehören. Ziel ist die Gründung eines destinationsbezogenen Organisationsträgers mit zugkräftigem Namen, der selbständig agiert und einen gesamträumlichen elektronischen Systemverbund sowie eine zentrale Touristinformation, die die gesamte Region vernetzt, bieten kann. Dazu eignen sich die Rechtsformen Verein, Verband oder eine GmbH. Ein Name für diese Organisation könnte Tourismusverein Sennerland e.V. sein. Ein Verein bietet den Vorteil einer offenen Mitgliedschaft, die an persönliche Beteiligung und nicht zwangsläufig an Kapital gebunden ist. Dadurch können auf unproblematische Weise zahlreiche Akteure und die öffentliche Hand in den Verein eingebunden werden.¹⁹² Solange jedoch keine weiteren Grundlagen für einen naturbezogenen Tourismus in der Senne geschaffen werden, steht der Aufwand einen solchen Verein zu führen in keinem Verhältnis zum Nutzen. Eine gesamträumliche Organisation würde sich erst bei steigender Nachfrage lohnen. Daher sollte der Gebietsausschuss den Anfang der Entwicklung leiten und die Zusammenarbeit in der Region verbessern. Wichtige Aufgaben des

¹⁹¹ vgl. LUFT (2004), S. 103

¹⁹² vgl. LUFT (2004), S. 109

Gebietsausschusses sind auch vertrauensbildende Maßnahmen bei der Bevölkerung, das Einbeziehen der wesentlichen Leistungsträger, und insgesamt eine transparente Vorgehensweise für eine gute Akzeptanz und Unterstützung der Entwicklung¹⁹³. Soll in der Senne eine gesamträumliche Organisation entstehen, wäre es sinnvoll die zentrale Touristinformation in Hövelhof zu verorten. Bereits heute versteht sich Hövelhof als das Sennezentrum und kann mit Wassermühlen, dem Heimatzentrum OWL, der Heidschnuckenschäferei und dem Naturschutzgebiet Moosheide wichtige Elemente der touristischen Landschaft bieten. In der Tourismuszentrale liegen zukünftig alle Prospekte aus, die die Senne als ganze Region betreffen und die jeweiligen Ortsprospekte, sowie Infomaterial privater und öffentlicher Anbieter. Darüber hinaus muss die Zentrale ständig mit genügend Personal besetzt sein, um eine individuelle Beratung zu ermöglichen. Die Zentrale übernimmt ebenso die Funktion eines Call-Centers, um telefonische Anfragen und Zimmervermittlung schnell zu bearbeiten.

Für einen umfassenden Internetauftritt könnten die Seiten der Homepage www.senne-portal.de erweitert werden. Die positiven Ansätze müssen hier konsequenter genutzt werden. Die Einträge in den vorhandenen Kategorien wie „Natur und Landschaft“, „Kultur und Geschichte“, „Rasten und Speisen“ sowie „Sport und Freizeit“ müssen vervollständigt werden. Außerdem müssten die Kategorien Übernachten und Touristinformation hinzugefügt werden.

Handlungsfeld „Marketing“

Das wichtigste bzw. erste Ziel im Marketingbereich ist der Auftritt als zusammengehörige Tourismusregion. Der potentielle Gast muss die Senne als Urlaubsregion wahrnehmen und mit ihr die Kernangebote, Radfahren in einer abwechslungsreichen Natur- und Kulturlandschaft sowie die Heideflächen, assoziieren. Der Organisationsträger führt dazu eine Dachmarkenstrategie durch, die alle Gemeinden, örtlichen Tourismusstellen und Leistungsträger dazu aufruft, die Senne als Marke zu nutzen. Dafür wird vom Organisationsträger ein einheitliches Logo mit einem kurzen Slogan zur Verfügung gestellt. Ein bereits bestehendes Logo wird auf der Internetplattform „Senne-Portal“ genutzt. Dieses Logo könnte zusammen mit einem Slogan wie „Senne – Natur und Kultur erleben“ verwendet werden.

¹⁹³ vgl. Verein Destinations Management Monitor Austria (2008)



Abb. 26: Mögliches
Logo für die Senne
(Senne-Portal, 2008)

Das Marketing konzentriert sich insgesamt auf die Kernangebote und diejenigen Angebote, die die Senne einzigartig machen. Somit sollte sich die Öffentlichkeitsarbeit und Image-, Angebots- und Verkaufswerbung auf das Radfahren, die Kulturlandschaft, die Landschaft aus Heide, Trockenrasen und Kiefernwäldern, sowie die Ausflugsgastronomie und „Senne Original“ konzentrieren. Öffentlichkeitsarbeit und Werbung sollten sich nicht nur auf die Umgebung der Senne, sondern auch auf alle umliegenden Bundesländer, sowie auf die Niederlande beziehen. Für die Niederländer ist Deutschland 2007 das beliebteste ausländische Urlaubsziel gewesen. Wegen der Nähe zur niederländischen Grenze ist NRW das am häufigsten besuchte Bundesland.¹⁹⁴ Hier liegt für die Senne eine große Chance, über Tagesgäste hinaus, Urlauber in die Region zu holen.

Innerhalb der Kommunikationspolitik ist es also zunächst wichtig durch Öffentlichkeitsarbeit und Imagewerbung eine Imagebildung voranzutreiben und Vertrauen zu schaffen und durch Angebots- und Verkaufswerbung die Zielgruppen anzusprechen.

Für einen sinnvollen Marketing-Mix muss die Kommunikationspolitik vor allem auf die Produktpolitik abgestimmt werden. Produkte könnten in der Senne geführte Radtouren auf den Themenrouten inklusiv Besichtigungen und Gastronomie sein. Auch Pauschalangebote, die Radfahren, Natur und Kultur verbinden, wären als Gegenstück zur oben beschriebenen Kommunikationspolitik sinnvoll.

Abschließend muss der neue Organisationsträger oder der Gebietsausschuss eine Prospektreihe erstellen, die optisch ansprechend und einheitlich sämtliche Angebote der Region zusammenfassend darstellt. Die Basis der Reihe stellt das Gastgeberverzeichnis dar. Darüber hinaus könnten Broschüren zu den Themen

- Radfahren,
- Wandern,

¹⁹⁴ FUNNEKOTTER (2008)

- Kulturhistorische Landschaft,
- Senne Original,
- Aktiv in der Natur,
- Veranstaltungen,
- Mobil mit Bus und Bahn und
- Senne für Familien entstehen.

10 Ausblick: Die Senne auf dem Weg zu einer naturbezogenen Urlaubsregion

Insgesamt zeigt die vorliegende Arbeit viele Potentiale in Natur, Landschaft und Kultur auf. Vor allem die vielfältige Landschaft mit Heideflächen, Kiefernwäldern und einer kleinstrukturierten Kulturlandschaft hat auf Bundesebene einen Seltenheitswert und könnte Besucher locken. Diese Potentiale müssen im Hinblick auf die mögliche zukünftige Rolle der Senne als Tourismusregion unbedingt erhalten und gefördert werden. Bei einer sinnvollen Weiterentwicklung der noch nicht optimalen Angebotsstruktur und einer verbesserten Einstellung auf die Bedürfnisse und Verhaltensweisen der Besucher, kann sich die Senne durchaus zu einer Urlaubsregion für naturbezogenen Tourismus entwickeln. Dabei muss der Schwerpunkt der Weiterentwicklung auf den naturbezogenen Aktivitäten, insbesondere dem Radtourismus, der Umweltbildung und -information, den Angeboten für Familien, der touristisch bedeutsamen Verkehrsinfrastruktur und dem Unterkunftsangebot liegen. Darüber hinaus müssen die vorhandenen und zukünftigen Angebote durch regelmäßige Öffnungszeiten, personelle Besetzung und sinnvolles Marketing für den Touristen besser verfügbar und nutzbar sein.

In der zukünftigen Entwicklung ist es jedoch utopisch und auch nicht gewollt, sich mit Regionen wie der Lüneburger Heide zu vergleichen, die mit zahlreichen Kutschfahrten und Bustouren vielerorts schon naturbezogenen Massentourismus bietet. Einerseits wird die Senne auch bei positiver Weiterentwicklung der Angebotsstruktur nicht ein so großes touristisches Interesse wie in der Lüneburger Heide auslösen können. Andererseits sollte im Hinblick auf eine nachhaltige, eigenständige Regionalentwicklung ein eher sanfter Tourismus angestrebt werden, der den individuellen, aktiven Urlaub fördert. Die Senne wird weiterhin auf Tagestouristen aus der näheren Umgebung setzen und angewiesen sein, um einen sanften Urlaubstourismus entwickeln zu können. Die Problematik auf dem Weg zu einer Urlaubsregion sind die Voraussetzung einer einheitlichen Organisation und die finanziellen Investitionen in der Anfangszeit, die sich evtl. erst Jahre später bezahlt machen. Die Gemeinden sehen die Senne vielmehr als florierenden Wirtschaftsstandort an, sodass Interesse und Akzeptanz des Tourismus in der Politik und der Bevölkerung nicht sehr hoch sind. Würden es jedoch einige engagierte Menschen aus der Region schaffen, das Interesse auf den Tourismus zu lenken und die wichtigen Akteure an einen Tisch zu bringen, wäre das eine große Chance für die Senne.

11 Literaturverzeichnis

ADFC-Regionalkarte Ostwestfalen (2008)

ADFC (Hrsg.): Regionalkarte Ostwestfalen. – 2. Auflage – Bielefelder Verlag : Bielefeld, 2008.

ISBN 978-3-87073-411-4

Apel-Reisen (2008)

Apel-Reisen: Busreisen 2008, Altmühltal

URL: <http://www.apel-reisen.de/bus31.htm>

Abrufdatum: 24.06.2008

AubE Umweltakademie (2003)

AubE Umweltakademie: Senne – momentane Situation und Chancen für den Tourismus. – unveröffentlichter Entwurf, Bielefeld, 2003

AubE Umweltakademie (2008)

AubE Umweltakademie: Natürlich Ostwestfalen Lippe – Region und Landschaft neu erleben. – 1. Auflage – Westfalen : Bielefeld, 2008. ISBN 978-3-88918-111-4

Biologische Station Gütersloh/ Bielefeld (2008)

Biologische Station Gütersloh/ Bielefeld: Veranstaltungen

URL: <http://www.biostation-gt-bi.de/>

Abrufdatum: 09.06.2008

Biologische Station Paderborner Land (2008)

Biologische Station Paderborner Land: Veranstaltungen

URL: <http://www.biologische-station-paderborner-land.de/>

Abrufdatum: 09.06.2008

Bundesministerium für Ernährung, Landwirtschaft und Verbraucherschutz (2006)

Bundesministerium für Ernährung, Landwirtschaft und Verbraucherschutz (2006): Nationaler Strategieplan der Bundesrepublik Deutschland für die Entwicklung ländlicher Räume 2007 - 2013. Berlin, 2006

CIPRA (2007)

Cipra: Biologische Vielfalt zahlt sich aus - Schutzgebiete bringen den Alpen ein gutes Image und helfen Mensch und Natur

URL: <http://www.cipra.org/de/alpmedia/news/2548/>

Stand: 20.03.2007, Abrufdatum: 16.05.2008

DEMUTH (2000)

Demuth, B.: Das Schutzgut Landschaftsbild in der Landschaftsplanung. Mensch & Buch Verlag Berlin, 2000

Europäische Gemeinschaft (2008)

Europäische Gemeinschaft: Ein einheitlicher Rechtsrahmen für die Finanzierung der Gemeinsamen Agrarpolitik

URL: <http://europa.eu/scadplus/leg/de/lvb/l11096.htm>

Stand: 16.01.2008, Abrufdatum: 14.05.2008

Europäische Union (2005)

Europäische Union: Verordnung über den ELER

URL: http://eur-lex.europa.eu/LexUriServ/site/de/oj/2005/l_277/l_27720051021de00010040.pdf

Stand: 21.10.2005, Abrufdatum: 14.05.2008

FREYER (2004)

Freyer, W.: Tourismusmarketing. – 4. Auflage. – Oldenbourg Verlag : München, 2004.

ISBN 3-48620004-6

FUNNEKOTTER (2008)

Funnekotter, B.: Niederländer entdecken Deutschland neu

URL: <http://www.tagesspiegel.de/wirtschaft/Niederlande;art271,2491232>

Stand: 09.03.2008, Abrufdatum: 30.07.2008

Gemeinde Augustdorf (2008)

Gemeinde Augustdorf: Sennesperzeiten

URL: <http://www.augustdorf.de/>

Abrufdatum: 24.06.2008

Gemeinde Hövelhof, c (2008)

Gemeinde Hövelhof: Startseite

URL: <http://www.hoewelhof.de/hoewelhof05/>

Abrufdatum: 24.06.2008

Gemeinde Hövelhof, a (2008)

Gemeinde Hövelhof: Unterkunftsverzeichnis

URL: http://www.hoewelhof.de/hoewelhof05/tourismus_verkehrsverein/sp_auto_74932.shtml

Abrufdatum: 15.06.2008

Gemeinde Hövelhof, b (2008)

Gemeinde Hövelhof: Wanderwege

URL: http://www.hoewelhof.de/hoewelhof05/tourismus_verkehrsverein/sp_auto_82227.html

Abrufdatum: 11.06.2008

Gemeinde Schlangen (2008)

Gemeinde Schlangen: Unterkünfte in der Gemeinde Schlangen

URL: http://www.schlangen-online.de/city_info/display/cms/frame/index.cfm?region_id=209&id=82

Abrufdatum: 16.06.2007

Gemeinde Verl (2008)

Gemeinde Verl: Unterkunftsverzeichnis

URL: <http://verl.de/index.php?id=51>

Abrufdatum: 16.06.2008

GOOGLE MAPS (2008)

Google Maps: Nationalpark De Hoge Veluwe

URL: <http://maps.google.de/>

Abrufdatum: 06.06.2008

GÜNTHER / MÜNNEKHOFF (2003)

Günther, W. ; Münnekhoff, B.: Basisdokumentation Naturerlebnis Wattenmeerregion Eiderstedt/

Dithmarschen. Landesamt für den Nationalpark Schleswig-Holsteinisches Wattenmeer : Tönning, 2003

HAHNE (2006)

Hahne, U.: Integriertes ländliches Entwicklungskonzept Kulturland Kreis Höxter. Universität Kassel :

Kassel 2006

HARFST/ SCHARPF/ WÖBSE (1988) in DEMUTH (2000)

Demuth, B.: Das Schutzgut Landschaftsbild in der Landschaftsplanung. Mensch & Buch Verlag : Berlin, 2000

HARTEISEN/ LIEPMANN/ WIENDL et al. (2003)

Harteisen, U. ; Liepmann, P. ; Wiendl, A.: Förderung des Landtourismus NRW. -

Hotel Heide Residenz (2008)

Hotel Heide Residenz: Planwagen- und Kutschfahrten

URL: <http://www.heideresidenz.de/freizeit/plan.html>

Abrufdatum: 16.06.2008

HUTTER/ SCHROEDER/ RÜTHER (2000)

Hutter, C.-P. ; Schroeder, C. ; Rüter, P.: Senne und Teutoburger Wald – Natur entdecken und erleben. – Weitbrecht Verlag : Stuttgart, 2000. - ISBN 3-522-72091-1

Informationszentrum Naturpark Altmühltal, b (2008)

Informationszentrum Naturpark Altmühltal (Hrsg.): Gastgeberverzeichnis 2008. Eichstätt, 2008

Informationszentrum Naturpark Altmühltal, a (2006)

Informationszentrum Naturpark Altmühltal: Geschäftsbericht 2006 Naturpark Altmühltal. Eichstätt, 2007

KIPER (2001)

Kiper, T.: Faszinierende Senne zu Fuss – das Wanderbuch für die Senne. – Verlag T. Kiper : Bielefeld, 2001. ISBN 9-3803990-6-0

KIPER/ RÜTHER/ VENNE (2007)

Kiper, T. ; Rüter, P ; Venne, C.: Senne – Die Natur mit dem Rad erleben. - Verlag T. Kiper : Bielefeld, 2007. ISBN 978-3-936359-21-3

Kompetenzzentrum Tourismus Weser-Ems (2001)

Kompetenzzentrum Tourismus Weser-Ems: Ein Leitfaden für Leitbilder – Inhalt und Erarbeitung touristischer Leitbilder für Orte und Regionen. Bad Zwischenahn, 2001

LIEBSCH (2003)

Liebsch, F.: Praxis kompakt – Städtetourismus, Wellnesstourismus, Fahrradtourismus. – 1. Auflage – Gmeiner Verlag : Meßkirch, 2003. ISBN 3-89977-102-8

Lippe Tourismus & Marketing GmbH (2008)

Lippe Tourismus & Marketing GmbH: Freizeit & Tourismus

URL: <http://www.pro-wirtschaft-gt.de/tourismus.html>

Abrufdatum: 19.06.2008

LUFT (2004)

Luft, H.: Organisation und Vermarktung von Tourismusorten und Tourismusregionen – Destination Management. – 2. Auflage – Gmeiner Verlag : Meßkirch, 2004. ISBN 3-926633-48-4

MOSE (1993)

Mose, I.: Eigenständige Regionalentwicklung – neue Chancen für die ländliche Peripherie?. – in: Ehlers, M. ; Windhorst, H.-W. (Hrsg.): Vechtaer Studien zur angewandten Geographie und Regionalwissenschaft. – Band 8 – Vechtaer Verlag : Vechta, 1993. ISBN 3-88441-094-6

MOSE (1998)

Mose, I.: Regionen mit Zukunft? Nachhaltige Regionalentwicklung als Leitbild ländlicher Räume. – 1. Auflage – Andreaswerk : Vechta, 1998. ISSN 1434-5900

Nationalpark De Hoge Veluwe (2008)

Nationalpark De Hoge Veluwe: Die Natur

URL: <http://www.hogeveluwe.nl/page.asp?id=45>

Abrufdatum: 30.06.2008

NATKO (2008)

Nationale Koordinationsstelle Tourismus für Alle e.V.: Naturparke für Alle

URL: http://www.natko.de/index.php/tourismus_fuer_alle/naturparke

Abrufdatum: 04.06.2008

Naturpark Eggegebirge und südlicher Teutoburger Wald (2008)

Naturpark Eggegebirge und südlicher Teutoburger Wald (2008): Startseite

URL: <http://www.naturpark-teutoburgerwald.de/>

Abrufdatum: 19.06.2008

Naturpark Pfälzerwald e.V. (2006)

Naturpark Pfälzerwald e.V. (Hrsg.): Tourismusleitbild Pfälzerwald. – Lambrecht, 2006

Naturschutzzentrum Senne (2008)

Naturschutzzentrum Senne: Veranstaltungskalender 2008

URL: <http://www.biostation-senne.de/>

Abrufdatum: 24.06.2008

NOHL (1993)

Nohl, W.: Beeinträchtigung des Landschaftsbildes durch mastenartige Eingriffe.

URL: http://www.umwelt.nrw.de/naturschutz/pdf/landschaftsbildbewertung_pdf.pdf

Abrufdatum: 16.06.2008

OWL-Marketing (2008)

OWL-Marketing: Aufgaben und Handlungsfelder im Standortmarketing

URL: http://www.ostwestfalen-lippe.de/owl/owl_marketing/handlungsfelder/aufg_handlungsf.shtml?navid=98

Abrufdatum: 19.06.2008

PLAPPERER (2008)

Plapperer, H.: Jobs/ Praktika

URL: http://www.naturparke.de/aktuelles_jobs.php

Abrufdatum: 05.06.2008

Pro Wirtschaft GmbH (2008)

Pro Wirtschaft GmbH: Übernachtung

URL: <http://www.pro-wirtschaft-gt.de/uebernachtung.html>

Abrufdatum: 19.06.2008

Reiseanalyse (2004)

Forschungsgemeinschaft Urlaub und Reisen e.V.: Reiseanalyse Aktuell. Kiel, 2004

Reiseanalyse Aktuell (2006)

Forschungsgemeinschaft Urlaub und Reisen e.V.: Reiseanalyse Aktuell. Kiel, 2006

REVERMANN/ PETERMANN (2003)

Revermann, C. ; Petermann, T.: Tourismus in Großschutzgebieten – Impulse für eine nachhaltige Regionalentwicklung. – edition sigma : Berlin, 2003. ISBN 3-89404-822-0

SCHULZ (2006)

Schulz, R.: Naturtourismus – Tanz auf Messers Schneide?!. In: Naturmagazin (2006) H. 1, S. 4 – 8

Science 4 you (2008)

Science 4 you: Rote Listen

URL: <http://www.science4you.org/platform/redlists/index.do>

Abrufdatum: 11.06.2008

Senne Original (2008)

Senne Original: Erzeuger

URL: <http://www.senne-original.de/>

Abrufdatum: 16.06.2008

Senne-Portal (2008)

Senne-Portal: Senne für alle Sinne

URL: <http://www.senne-portal.de/auskunft/map.php>

Abrufdatum: 2.06.2008

SPITTLER (2001)

Spittler, R.: Anforderungen eines landschaftsorientierten Tourismus an die Landwirtschaft in Westfalen.

In: Forschungen zur Regionalgeschichte. – Band 40: Agrarmodernisierung und ökologische Folgen.

Ferdinand Schöningh Verlag : Paderborn, 2001

Stadt Bad Lippspringe (2008)

Stadt Bad Lippspringe: Unterkunftsverzeichnis

URL: http://www.bad-lippspringe.com/bad_lippspringe/unterkunftsverzeichnis/index.php?nav_id=183

Abrufdatum: 15.06.2008

Stadt Bad Lippspringe, b (2008)

Stadt Bad Lippspringe: familienfreundliche Radtouren

URL: http://www.bad-lippspringe.com/bad_lippspringe/touristik_freizeit/freizeitangebote/familienfreundliche_touren/index.php?navid=151

Abrufdatum: 22.06.2008

Stadt Bad Lippspringe, c (2008)

Stadt Bad Lippspringe: Pauschalen

URL: http://www.bad-lippspringe.com/bad_lippspringe/touristik_freizeit/pauschalen/l_pauschalen/pauschalen.php?navid=190

Abrufdatum: 22.06.2008

Stadt Delbrück (2008)

Stadt Delbrück: Übernachtungsmöglichkeiten

URL: <http://www.stadt-delbrueck.de/delbrueck/index.html>

Abrufdatum: 12.06.2008

Stadt Oerlinghausen (2008)

Stadt Oerlinghausen: Gastgeberverzeichnis

URL: <http://www.oerlinghausen.de/>

Stand: 02/2008, Abrufdatum: 15.06.2008

Stadt Paderborn (2008)

Stadt Paderborn: Inlineskate-Führer

URL: <http://www.paderborn.de/freizeit/freizeitaktivitaeten/109010100000017184.php>

Abrufdatum: 16.06.2008

Stadt Paderborn, b (2008)

Stadt Paderborn: Wandern in Paderborn und Umgebung

URL: <http://www.paderborn.de/freizeit/freizeitaktivitaeten/109010100000026795.php>

Abrufdatum: 16.06.2008

Stadt Rietberg (2008)

Stadt Rierberg: Hotels und Gasthöfe

URL: <https://www.stadt-rietberg.de/index.php?a=102>

Abrufdatum: 15.06.2008

Stadt Schloß Holte-Stukenbrock (2008)

Stadt Schloß Holte-Stukenbrock: Hotels und Pensionen

URL: http://www2.schlossholtestukenbrock.de/freizeit_tourismus/sp_auto_50811.cfm?ag=361&sr=4467&pfad=freizeit_tourismus&part=screen

Abrufdatum: 16.06.2008

Stadt Schloß Holte-Stukenbrock, a (2008)

Stadt Schloß Holte-Stukenbrock: Startseite

URL: <http://www2.schloss-holte-stukenbrock.de/index.cfm>

Abrufdatum: 24.06.2008

STEIBL (2006)

Steibl, B.: Fahrrad – Tourenvorschläge rund um den Naturpark Altmühltal

URL: <http://www.altmuehltal.de/radtour/index.htm>

Stand: 31.07.2006, Abrufdatum: 24.06.2007

STRASDAS (2001)

Strasdas, W.: Ökotourismus in der Praxis: Zur Umsetzung der sozio-ökonomischen und naturschutzpolitischen Ziele eines anspruchsvollen Tourismuskonzeptes in Entwicklungsländern. – Dissertation, Studienkreis für Tourismus und Entwicklung (Hrsg.) : Ammerland/ Starnberger See, 2001

TAZ (2008)

TAZ: Durch Hollands Sandwüste

URL: <http://www.taz.de/4/reise/europa/holland/durch-hollands-sandwueste/>

Abrufdatum: 02.06.2008

TEGELER (2001)

Tegeler, H.: Die Senne und der Tourismus. In: Zukunftsforum Senne: Nationalparke als Beitrag zur nachhaltigen Regionalentwicklung. - Bad Lippspringe, 2001

Teutoburger Wald Tourismusmarketing (2008)

Teutoburger Wald Tourismusmarketing: Unterkünfte

URL: http://www.ostwestfalen-lippe.de/_owl/owl_marketing/handlungsfelder/aufg_handlungsf.shtml?navid=98

Abrufdatum: 19.06.2008

Tourismusverband Naturpark Altmühltal (2008)

Tourismusverband Naturpark Altmühltal: Wanderwelt Naturpark Altmühltal

URL: <http://www.naturpark-altmuehltal.de/>

Abrufdatum: 16.05.2008

Touristikzentrale Paderborner Land (2008)

Touristikzentrale Paderborner Land: Radfahren

URL: http://www.paderborner-land.de/wDefault/pauschalen/radfahren/radfahren_pauschalen.php

Abrufdatum: 16.06.2008

Touristikzentrale Paderborner Land, c (2008)

Touristikzentrale Paderborner Land: Startseite

URL: <http://www.paderborner-land.de/>

Abrufdatum: 19.06.2008

Touristikzentrale Paderborner Land, b (2008)

Touristikzentrale Paderborner Land: Römerlager Delbrück-Anreppen

URL: http://www.paderborner-land.de/wDefault/ausflugsziele/historische_sehenswuerdigkeiten/10_roemerlager_delbrueck.php

Abrufdatum: 17.07.2008

Touristikzentrale Paderborner Land, d (2008)

Touristikzentrale Paderborner Land: weitere Ausflugsziele

URL: http://www.paderborner-land.de/wDefault/ausflugsziele/weitere_ausflugsziele/weitere_ausflugsziele.php

Abrufdatum: 23.06.2008

Verein Destination Management Monitor Austria (2008)

Verein Destination Management Monitor Austria: Der Weg zur Destination

URL: <http://www.dmma.at/ausgabe/extra.php?id=1048#gothere>

Abrufdatum: 29.07.2008

WDR (2008)

Westdeutscher Rundfunk: Wunderschönes NRW

URL: http://www.wdr.de/tv/wunderschoenesnrw/teuto_ems.phtml

Abrufdatum: 24.06.2008

WILKEN/ BAUSCH/ BRITTNER (2005)

Wilken, T. ; Bausch, T. ; Brittner, S.: Natur, Erlebnis, Angebote – Entwicklung und Vermarktung.

Deutscher Tourismusverband e.V. : Bonn, 2005

WÖBSE (2002)

Wöbse, H. H.: Landschaftsästhetik. – Ulmer Verlag : Stuttgart Hohenheim), 2002

WULF (1993)

Wulf, A.: Urwald Senne – neue Wege im Naturschutz. – GNS Eigenverlag : Paderborn, 1993

ZAHL/ BEER (2005)

Zahl, B ; Beer, H.: Strategische Produktschmiede Tourismus – Ergebnisdokumentation. - Institut für Tourismus- und Bäderforschung in Nordeuropa : Kiel, 2005

ZEPPENFELD (2006)

Zeppenfeld, R.: Mythos Naturtourismus – Eremit in der Wildnis?

URL:http://www.bahn.de/regional/view/mdb/pv/deutschlanderleben/_ahrtziel_atur/z_pdfs/MDB30180-fahrtziel_natur_zeppenfeld2.pdf

Abrufdatum: 10.04.2008

Lebensministerium Österreich (2008)

Lebensministerium Österreich: Nationalparks Austria

URL: http://www.nationalparks.or.at/article/articleview/31746/1/%7Barticle_titlelink%7D

Abrufdatum: 11.05.2008

Abbildungen**BfN (2008)**

Bundesamt für Naturschutz: Natursport

URL: http://www.bfn.de/natursport/test/SportinfoHTML/bilder/trekking_in_den_Bergen1.jpg

Abrufdatum: 04.08.2008

Deutschland-Tourismus (2008)

Deutschland-Tourismus: Nordrhein-Westfalen, Der Senne-Radweg

URL: http://www.deutschland-tourismus.de/radfahren/tourentipps_uebersicht_13716.htm

Abrufdatum: 06.08.2008

Ferienhof Sander (2008)

Ferienhof Sander: Die Ausflugsziele

URL: <http://www.ferienhofsander.de/ausflug.html>

Abrufdatum: 04.08.2008

Gegg's Bootsverleih (2008)

Gegg's Bootsverleih: Urlaub im Altmühltal

URL: <http://www.kanuvermietung-altmuehltal.de/index.php?id=altmuehltal>

Abrufdatum: 04.08.2008

GRIMM (2008)

Grimm, A.: Klettern im Altmühltal

URL: http://www.grimm-alexander.de/pageID_3733710-Klettern-Okt.html

Stand: 10.2007, Abrufdatum: 12.08.2008

LAUBER (2008)

Lauber, G.: Urlaub auf dem Erlebnisbauernhof

URL: <http://www.bauernhof-bayerischer-wald.de/bauernhof-reiturlaub/bauernhof-reiten-reiturlaub.html>

Abrufdatum: 04.08.2008

Senne-Original (2008)

Senne-Original: Die Ziele

URL: <http://www.senne-original.de/01.htm>

Abrufdatum: 12.08.2008

Senne-Portal (2008)

Senne-Portal: Startseite

URL: <http://www.senne-portal.de/>

Abrufdatum: 06.08.2008

Tourismusverband Landkreis Kehlheim (2008)

Tourismusverband Landkreis Kehlheim: Altmühltal-Radweg

verändert von Anika Jungk

URL: <http://cms.tourismus-landkreis-kehheim.de/FreizeitUrlaub/Radeln/Fernradwege/AltmühltalRadweg/tabid/792/language/de-DE/Default.aspx>

Abrufdatum: 04.08.2008

Tourismusverband Niedersachsen (2008)

Tourismusverband Niedersachsen: Touristikverband Emsland e.V.

URL: <http://www.tourismusverband-niedersachsen.de/mitglieder/3.html>

Abrufdatum: 04.08.2008

Virtual Tourist (2007)

Virtual Tourist: National Park and Kröller-Müller art museum

URL: <http://members.virtualtourist.com/m/c96ae/6fea7/>

Stand: 10.2007, Abrufdatum: 12.08.2008

Wikimedia (2008)

Wikimedia: Wacholderheide

URL:
http://upload.wikimedia.org/wikipedia/commons/thumb/f/fd/Wacholderheide_alendorf_eifel.JPG/800px-Wacholderheide_alendorf_eifel.JPG

Abrufdatum: 04.08.2008

Fragebogen zur Bewertung des naturbezogenen Tourismus in der Senne

Wohnort: _____ Geschlecht: _____

Alter: _____ Familienstand: _____

1. Was sind Ihre ersten spontanen Gedanken, wenn Sie an die Senne denken?

2. Welcher Aktivität gehen Sie heute in der Senne nach?

- Radfahren
- Wandern
- Ausflug mit dem Auto, Ziel: _____
- Sonstiges: _____

3. Mit wem sind Sie heute hier? (Mehrfachnennung möglich)

- Alleine
- Partner
- Familie
- Freunden

4. Sind sie wegen der Natur oder Landschaft in der Senne?

- Ja, ausschließlich wegen Natur oder Landschaft
- Ja, unter Anderem
- Nein, eher wegen: _____

5. Wie sind Sie auf die Senne aufmerksam geworden? (Mehrfachnennung möglich)

- Ich wohne hier
- Ich wohne in der näheren Umgebung
- Durch Prospekte/ Kataloge
- Durch Werbung in Zeitung etc...
- Durch Freunde/ Verwandte
- Sonstiges: _____

6. Kommen Sie öfter in die Senne? (Mehrfachnennung möglich)

- Ja, für Tagesausflüge
- Ja, für ein Wochenende
- Ja, für einen mehrtägigen Urlaub
- Bin das erste mal hier
- Bin sehr selten hier

7. Waren Sie schon einmal auf dem Truppenübungsplatz?

- Nein**
 Ja, Aktivität: _____

8. Kennen Sie eine Internetplattform, die sich mit der Senne beschäftigt?

- Nein**
 Ja, und zwar: _____

9. Kennen Sie Anlaufstellen in der Senne, wo Sie sich über die Senne, ihre Natur, Kultur oder Geschichte informieren können?

- Nein**
 Ja, und zwar: _____

10. Kennen Sie die Initiative „Senne Original“?

- Nein**
 Ja, das ist: _____

11. Für Radfahrer/ Wanderer: Gibt es genug offizielle Rastplätze mit Bänken oder Schutzhütte?

- Nein**
 Ja
 Nicht darauf geachtet

12. Für Radfahrer/ Wanderer: Kennen Sie sich hier aus oder fahren/ wandern Sie nach Beschilderung oder Karte? (Mehrfachnennung möglich)

- Ich kenne mich aus**
 Ich fahre/ laufe nach der Beschilderung, Beurteilung: _____
 Ich fahre/ laufe nach Karte, Beurteilung: _____
 Ich fahre/ laufe nach textlicher Beschreibung, Beurteilung:

13. Für Radfahrer: Wie bewerten Sie den Zustand der Fahrradwege?

- Sehr gut**
 Gut
 Mittelmäßig
 Eher schlecht

14. Für Wanderer: Wie beurteilen Sie den Zustand der Wanderwege?

- Sehr gut**
 Gut
 Mittelmäßig
 Eher schlecht

Vielen Dank für Ihre Hilfe! Anika Jungk, Hochschule Ostwestfalen-Lippe